

FEED INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA PENGUATAN BRANDING DALAM INDUSTRI KREATIF

I Kadek Adi Putra Wijaya

Institut Desain & Bisnis Bali
Jl. Tukad Batanghari No.29, Panjer, Denpasar, Bali, Indonesia

e-mail : adi.putrawijaya@idbbali.ac.id

Received: March, 2023	Accepted: March, 2023	Published: March, 2023
-----------------------	-----------------------	------------------------

ABSTRAK

Generasi muda yang bergelut dibidang industry kreatif, memiliki tantangan besar untuk bisa dikenal oleh banyak orang. Banyak desainer memiliki hasil karya yang menarik bisa lebih dikenal oleh banyak orang, mengingat masih ada desainer yang memiliki keunggulan yang serupa bisa dikenal masyarakat luas. Cara dalam membranding sebagai seorang desainer adalah dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram, menekankan pada penataan postingan feed Instagram. Penelitian bertujuan ini bertujuan untuk mengetahui cara penguatan branding dalam industri kreatif.

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, bersifat deskriptif. Menekankan segi kualitas secara alamiah, penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa yang terjadi saat ini, serta memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Teori pada penelitian ini adalah teori personal branding, merupakan gambaran dan persepsi yang dibayangkan seseorang terhadap orang lain ketika melihat dan mendengar nama orang yang dimaksud.

Hasil dari penelitian ini adalah 1) Feed Instagram mampu dalam penguatan branding dalam industri kreatif, 2) Feed Instagram yang menarik dengan penataan yang terukur mampu memperkuat identitas dan industry kreatif, 3) Menampilkan feed yang lebih menarik, unik dan kreatif mampu mempertahankan popularitas dari seseorang. Memanfaatkan media sosial Instagram khususnya menata feed Instagram menjadi lebih rapi, menarik dan kreatif mampu memperkuat dan menjaga popularitas seseorang.

Kata Kunci: Feed Instagram, Penguatan Branding, Industri Kreatif

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi memberikan dampak yang sangat signifikan bagi perkembangan industri kreatif, khususnya di era digital dalam dunia desain komunikasi visual. Banyak industri kreatif yang bergelut dalam bidang desain, berusaha mengimbangi kompetitor-kompetitor yang serupa dalam pemanfaatan teknologi, sebagai upaya untuk mengembangkan perancangan desain yang mereka kerjakan. Memanfaatkan perkembangan teknologi dengan menggunakan alat-alat yang dinilai relevan dan praktis dalam perancangan desain, akan membantu kinerja dari seorang desainer untuk menghasilkan karya seni desain yang bagus, unggul dan tentunya dengan waktu pengerjaan yang singkat. Menghasilkan karya yang bagus, unggul dengan kemampuan seorang desainer, mampu memberikan nilai tambah pada desainer yang akan berdampak pada popularitasnya sebagai seorang desainer. Semakin dikenalnya seorang desainer oleh masyarakat, akan membantu membranding diri mereka sebagai seorang desainer.

Generasi muda yang bergelut dibidang industry kreatif, baik yang bekerja pada perusahaan desain maupun menjual jasa desain dengan cara *freelance*, menjadi tantangan yang besar bagi mereka untuk bisa berkembang dan dikenal oleh banyak orang. Keberhasilan dan kesuksesan dari industri kreatif maupun seorang *freelancer*, ditentukan dengan cara mereka dalam membranding identitas mereka, memperkenalkan diri mereka pada khalayak umum untuk bisa menggait banyak *customer*. Banyak

desainer yang memiliki hasil karya yang menarik, kreatif dan tidak kalah bagus dengan para pesaingnya. Hasil karya yang begitu bagus dan menarik, tentunya desainer bisa lebih dikenal oleh banyak orang, mengingat ada beberapa desainer dengan karya yang memiliki keunggulan yang serupa bisa dikenal dan populer dikalangan masyarakat luas. Dengan permasalahan tersebut penulis tertarik untuk membahas mengenai cara seseorang dalam penguatan branding dalam industri kreatif. Pemilihan media yang tepat bisa digunakan untuk memperkenalkan jasa dan identitas mereka sebagai seorang desainer juga sangat menentukan dari karier yang mereka jalankan. Salah satu cara yang tepat dalam membrending diri mereka sebagai seorang desainer adalah dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram.

Data yang penulis peroleh dari artikel “Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan” oleh Mahmudah dan Rahayu tahun 2020, Instagram merupakan singkatan dari “instan dan telegram” (<https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/39/26>). Berdasarkan dua kata tersebut, Atmoko memaparkan dalam artikel Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan” ini adalah sesuatu yang instan atau kemudahan seseorang dalam memperoleh gambar ataupun foto yang dapat dibagikan ke orang lain (Atmoko, 2012). Media sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat pengguna sosmed di Indonesia. Bagaimana tidak, dari data yang penulis dapatkan dari DataIndonesia.id oleh Sarnita Sadya, memaparkan bahwa penggunaan media sosial Instagram awal tahun 2023 di Indonesia 89,15 juta pengguna (Sumber: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>). Berdasarkan data yang penulis peroleh dari Cloudflare Radar 2023 Year in Review, merilis daftar 10 media sosial terpopuler di dunia pada tahun 2023, di mana salah satu media sosial terpopuler tersebut adalah Instagram yang menduduki peringkat 3 Dunia (Sumber: <https://www.ayovaksindinkesdi.id/media-sosial-paling-populer-2023/>). Masyarakat Indonesia gemar bermain media sosial Instagram dikarenakan banyaknya informasi, berita-berita terkini, hal lucu dan menarik yang ada di dunia, sering ditampilkan pada media sosial Instagram. Penulis juga sering memanfaatkan media sosial Instagram untuk memperoleh berita-berita terkini, mencari informasi menarik lainnya yang diunggah di media sosial Instagram.

Media sosial Instagram juga terdapat fitur *live streaming* yang memungkinkan masyarakat luas menyaksikan kegiatan yang sedang dilakukan oleh seseorang yang sedang melakukan *live streaming* tersebut di Instagram secara langsung. Instagram juga memiliki fitur lainnya yakni terdapat fitur *stories* (cerita) yang memungkinkan masyarakat luas melihat hal yang kita unggah dalam cerita Instagram. Banyaknya *feature* dan hal menarik lainnya yang ada di media sosial Instagram, masyarakat juga bisa memanfaatkan *feature* tersebut untuk mempromosikan dan menjual jasa maupun produk yang mereka miliki di media sosial Instagram. Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai media untuk mempromosikan, memperkenalkan produk yang bisa kita tampilkan dan bisa kita jual, hal itu akan membuka peluang penjualan yang lebih tinggi karena Instagram saat ini terdapat fitur Shop yang memudahkan masyarakat mencari informasi produk yang dijual.

Desainer yang bergelut di bidang industri kreatif seperti ilustrator, desainer logo, animator maupun seseorang yang mahir dalam membuat dan mengolah video juga dapat memanfaatkan Instagram sebagai media untuk memperkenalkan karya mereka. Dari keahlian mereka sebagai seorang desainer, animator maupun videografer dapat mengunggah karya-karya terbaik mereka di media sosial Instagram, di mana hal tersebut akan membantu mereka sebagai seorang yang bergelut di bidang industri kreatif untuk memperkenalkan jasa maupun diri mereka dengan menggunakan media sosial Instagram, mengingat pengguna media sosial Instagram sangatlah besar di Indonesia. Deretan foto maupun video yang telah diunggah di Instagram sering dikenal dengan sebutan Feed Instagram.

Feed Instagram dapat diartikan sebagai halaman profil utama yang terdapat foto maupun video yang telah diunggah oleh seorang pengguna Instagram. Sebagai seorang yang bergelut dibidang industri kreatif maupun seorang konten kreator, tentunya mereka akan mempertimbangkan dan memperhatikan susunan karya, foto maupun video pada feed Instagram mirik mereka, sehingga tampilan feed Instagram mereka akan tampak lebih cantik dan menarik. Guna dapat menampilkan feed Instagram yang rapi dan menarik, pengguna Instagram biasanya akan memperhatikan tone warna dari foto maupun video yang mereka unggah supaya terlihat serasi dan senada. Menampilkan feed Instagram yang menarik juga dapat dilakukan dengan cara memperhatikan jenis gambar maupun foto unggahan, di mana hal itu akan membantu mempercantik dari tampilan feed Instagram yang kita miliki. Berdasarkan data yang penulis

dapatkan dari artikel oleh Dwi Latifatul Fajri yang di muat pada <https://katadata.co.id/> tahun 2022, kelebihan bagi seorang yang membuat konten untuk feed Instagram adalah menambah pengikut baru.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan seorang desainer yang berkerja di butik Luh Jaum, jalan Tukad Yeh Aya Denpasar yakni Putu Pande Arpa Sanchaya, juga menegaskan hal yang serupa, di mana dengan memperhatikan feed Instagram yang menarik tentunya dapat mengundang *followers* dan keterlibatan *audience* pada setiap konten yang di unggah. Kelebihan lain dari memperhatikan tampilan feed Instagram adalah dapat memperkuat pesan yang ingin disampaikan kekhlayak umum, yang memungkinkan masyarakat luas mengetahui maksud dan tujuan dari pesan yang ingin disampaikan dari postingan konten di Instagram. Feed Instagram saat ini merupakan salah satu cara yang sangat tepat untuk membrending dan mempromosikan hasil karya desain seseorang, sehingga masyarakat luas yang melihat feed Instagram yang kita miliki akan mengetahui keunggulan dari kompetensi yang kita miliki.

Pemaparan mengenai feed Instagram di atas mendorong penulis untuk mengkaji lebih dalam lagi mengenai keunggulan feed Instagram sebagai cara penguatan identitas seseorang, di mana dengan menampilkan feed Instagram yang rapi dan menarik, akan mampu menjadi salah satu upaya seseorang maupun perusahaan untuk membrending identitas dan industri kreatif yang mereka geluti.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan metode kualitatif, di mana metode kualitatif merupakan sebuah metode yang menekankan pada segi kualitas secara alamiah karena menyangkut pengertian, konsep nilai serta ciri-ciri yang melekat pada objek penelitian. Penelitian kualitatif juga dapat diartikan bahwa, penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang tidak melakukan perhitungan-perhitungan seperti penjumlahan, angka-angka, persentase serta statistik dalam melakukan justifikasi epistemologis (Kaelan, 2012:5). Penelitian ini juga bersifat deskriptif, di mana deskriptif merupakan penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu peristiwa serta kejadian yang terjadi saat ini, serta memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung (Noor, 2012:34). Secara kualitatif, penulis memaparkan hal-hal yang terkait dengan objek penelitian, berusaha menjelaskan keunggulan dan dampak yang ditimbulkan dari feed Instagram, yang dapat memperkuat branding seseorang. Penulis juga menjelaskan secara deskriptif kualitatif, penulis berusaha mendeskripsikan data yang penulis peroleh, baik dari hasil wawancara dan dokumentasi berdasarkan nilai yang penulis peroleh dari penelitian.

Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori personal branding. Rampersad pada artikel Konstruksi Personal Branding Penulis Fiksi Di Social Media (Studi Kasus Penulis Fiksi Ika Natassa Di Twitter) memaparkan bahwa personal branding dapat dibangun dengan; keotentikan (merek anda sendiri), konsistensi (selalu konsisten), relevan (berkaitan yang dianggap penting dan cocok) (Rampersad, 2008 : 19) (<file:///C:/Users/Adi%20Putra/Downloads/Jurnal-Personal-Branding.pdf>). Artikel yang berjudul "Personal Branding Remaja di Era Digital" oleh Ascharisa Mettasatya Afrilia tahun 2018, memaparkan bahwa personal branding juga dapat diartikan sebagai cara seseorang untuk mengambil kendali mengenai penilaian orang lain terhadap anda, sebelum adanya pertemuan langsung terhadap anda (Montoya & Vandehey, 2008) (Sumber: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/3626/pdf>). Berdasarkan pemaparan di atas, dapat dipahami bahwa personal branding merupakan sebuah upaya maupun cara seseorang untuk memberikan kesan positif, memberikan pandangan serta pemahaman yang baik terhadap diri kita sendiri, dengan cara memberikan gambaran yang mampu mempengaruhi orang lain, baik dengan cara keotentikan, konsistensi dan relevansi. Teori ini akan penulis kaitkan dengan studi kasus yakni feed Instagram yang mampu memperkuat identitas seseorang, di mana dengan teori ini dapat menganalisa dan membedah hal-hal yang perlu dilakukan pada feed Instagram sebagai upaya penguatan identitas. Teknik pengumpulan data yang penulis gunakan adalah teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi, berupa data-data yang didapat secara langsung di lapangan. Memperoleh data dari teknik wawancara dengan Anak Agung Citra Bayu selaku desainer khususnya ilustrator, serta Putu Pande Arpa Sanchaya selaku konten kreator di butik Luh Jaum, di mana data yang diperoleh berupa foto-foto (Sreecshot) dan catatan dari hasil wawancara.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Personal branding seperti yang sudah di jelaskan di atas, merupakan segala upaya dan cara yang diperuntukan menumbuhkan persepsi seseorang agar mampu memberikan pandangan yang positif dan baik terhadap diri kita sendiri, mampu menimbulkan kepercayaan dan harapan pada kita.

3.1 Deskripsi Data

Penulis melakukan teknik pengumpulan data dengan dua narasumber, yakni Putu Pande Arpa Sanchaya dan A.A Gede Alit Citra Bayu selaku konten kreator dan ilustrator. Kedua narasumber memberikan jawaban yang mirip, di mana dengan menampilkan feed Instagram yang rapi, mampu memudahkan *audience* untuk melihat karya maupun konten yang kita buat. Putu Pande Arpa Sanchaya juga memaparkan, menampilkan feed Instagram yang menarik tentu akan lebih berpeluang untuk mengundang followers dan memancing keterlibatan (timbang-balik) *audience* terhadap setiap kontennya. Selain itu, konten visual yang menarik berguna untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan sekaligus dan pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik oleh *audience*. Ia juga memaparkan mempercantik tampilan feed insatgram yang berkarakter juga bisa meningkatkan kualitas branding suatu usaha.

3.2 Pembahasan

a. Hal yang perlu dilakukan dalam penguatan branding dalam industri kreatif

Media sosial tercipta dari adanya perkembangan teknologi, dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk mencari dan membagikan informasi. Dalam bidang desain komunikasi visual (DKV), media sosial dapat digunakan sebagai salah satu cara untuk dapat membantu seseorang atau kelompok dalam penguatan identitas. DKV merupakan ilmu yang mempelajari mengenai segala upaya untuk rancangan desain yang bersifat kasat mata (dapat dilihat) yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan (Kusrianto, 2007:12). Media sosial yang dimaksud adalah media sosial Instagram, yang dapat digunakan para ilustrator maupun desainer lain yang bergerak dengan keahlian yang berbeda, seperti animator, perancangan logo, videografer, fotografer untuk bisa membantu mereka dalam penguatan identitas yang mereka miliki. Feed Instagram merupakan cara yang dapat digunakan sebagai penguatan identitas seseorang, yang mampu memberikan penilaian yang baik dari masyarakat luas terhadap diri kita sendiri.

Memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu cara dalam penguatan identitas, merupakan cara yang tepat agar diri kita, produk maupun karya yang kita miliki dapat dikenal dengan cepat oleh masyarakat luas. Bagaimana tidak, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki pengguna terbanyak ke tiga di dunia berdasarkan data dari Cloudflare Radar 2023 Year in Review, dan memiliki sekitar 89,15 juta pengguna di Indonesia pada per Januari 2023 yang dimuat oleh Sarnita Sadya pada DataIndonesia.id. Hal itu mencerminkan bahwa pengguna media sosial Instagram di Indonesia sangat digemari oleh masyarakat, mengingat banyak informasi terkini yang ada di seluruh dunia dimuat dan dapat diakses di media sosial Instagram.

Mengunggah berbagai jenis karya maupun hal yang mampu menjadikan diri kita dikenal oleh banyak orang dengan kompetensi yang kita miliki, sangat membantu para desainer untuk tampil dan menunjukkan diri mereka dengan cara memanfaatkan media sosial Instagram. Masyarakat luas akan mengetahui desain yang bisa kita kerjakan, desain yang bisa kita rancang sesuai dengan kebutuhan dan gender yang sesuai dengan selera para *client*. Mengunggah berbagai jenis karya maupun produk yang kita miliki, mengunggah jasa yang dapat kita kerjakan di media sosial Instagram, dapat membantu dalam penguatan identitas dari penggunaannya, secara perorangan maupun kelompok. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan desainer butik Luh Jaum yakni Putu Pande Arpa Sanchaya, ia memaparkan bahwa dengan cara memposting karya seni maupun produk-produk yang dapat kita hasilkan di Instagram, akan mampu menarik minat banyak orang, dikarenakan banyaknya karya yang bisa dilihat dan banyaknya produk yang dipamerkan pada media sosial Instagram. Hal itu akan mampu mempengaruhi pandangan konsumen mengenai hal baik yang dapat kita beri jika mereka memesan karya seni maupun produk yang kita jual.

Konten juga dapat membantu dalam penguatan identitas seseorang. Konten yang di maksud merupakan unit, pokok, tipe yang terdapat pada informasi digital, konten dapat ditampilkan dengan grafis, citra, teks, video dan audio yang dapat dikelola pada elektronik (<https://jkn.unitri.ac.id/index.php/jkn/article/view/39/26>). Konten yang sering ditampilkan pada media sosial Instagram adalah tema dari feed Instagram dan juga video. Putu Pande Arpa Sanchaya selaku konten kreator di butik Luh Jaum memaparkan, menentukan jenis grid, tema, menggunakan filter yang serupa pada postingan atau konten yang dibuat, mampu memberikan citra, grafis serta video yang di

posting memiliki keunikan, sehingga membuat tampilan feed Instagram lebih tertata dan tentunya memiliki nilai lebih dari pada feed yang tidak ditata dengan baik.

b. Feed Instagram yang mampu memperkuat identitas seseorang

Seorang desainer yang mempromosikan diri mereka dengan cara memposting karya seni desain serta produk yang dapat mereka hasilkan pada media sosial Instagram, tentunya (para pengguna Instagram) harus pandai dalam mengolah tampilan feed Instagram yang mereka miliki. Hal itu bertujuan untuk menarik lebih banyak minat masyarakat dan bahkan bisa dikenal oleh orang mancanegara, di mana hal itu akan dinilai dari karya seni desain yang dilihat para konsumen pada feed Instagram yang kita miliki. Seorang desainer yang dikenal oleh masyarakat tidak hanya dilihat dari keunikan dan keindahan karya-karya yang mereka hasilkan, tapi juga di pengaruhi oleh cara seseorang dalam menyusun karya seni mereka pada feed Instagram supaya dapat dilihat dan dinikmati dengan sangat baik oleh masyarakat.

Feed Instagram memiliki tiga kotak atau tiga slot yang berjejer secara horizontal. Ketika pengguna mengunggah tiga foto atau video pada Instagram, maka secara otomatis foto maupun video yang di unggah akan berjejer secara horizontal, dan jika pengguna mengunggahnya lebih banyak, maka foto atau video yang di unggah sebelumnya akan tergeser kebawah (vertical), sehingga unggahan yang baru akan berada paling atas atau paling depan. Berdasarkan hasil wawancara dengan Putu Pande Arpa Sanchaya, menampilkan konten yang bagus pada feed Instagram mampu menarik minat dan daya tarik masyarakat untuk melihat feed Instagram yang kita miliki. Membuat konten yang menarik tentunya mampu menamahi popularitas terhadap konten yang kita unggah di Instagram.



Gambar 1. Feed Instagram Luh Jaum.bali
[Sumber: Data Penulis]

Feed Instagram yang ditampilkan oleh akun “luhjaum.bali” merupakan feed dengan penataan yang sangat dipertimbangkan untuk menampilkan tampilan feed Instagram yang menarik dan estetik. Estetika dapat diartikan sebagai salah satu cabang filsafat yang memperhatikan serta berhubungan dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan keindahan, baik yang terdapat pada alam maupun karya seni. Estetika berasal dari bahasa Yunani “aisthetika” yang berarti hal-hal yang diserap oleh panca indra (Kartika, 2007:3). Tampilan feed yang seperti ini tentunya memperhatikan urutan konten maupun produk yang akan di unggah, sehingga produk yang sudah di unggah akan terlihat rapi seperti yang terlihat pada akun Instagram “luhjaum.bali”. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan konten kreator dari butik Luh Jaum yakni Putu Pande Arpa Sanchaya, Instagram “luhjaum.bali” ini khusus menampilkan produk seperti baju endek, dress, kebaya dan batik.

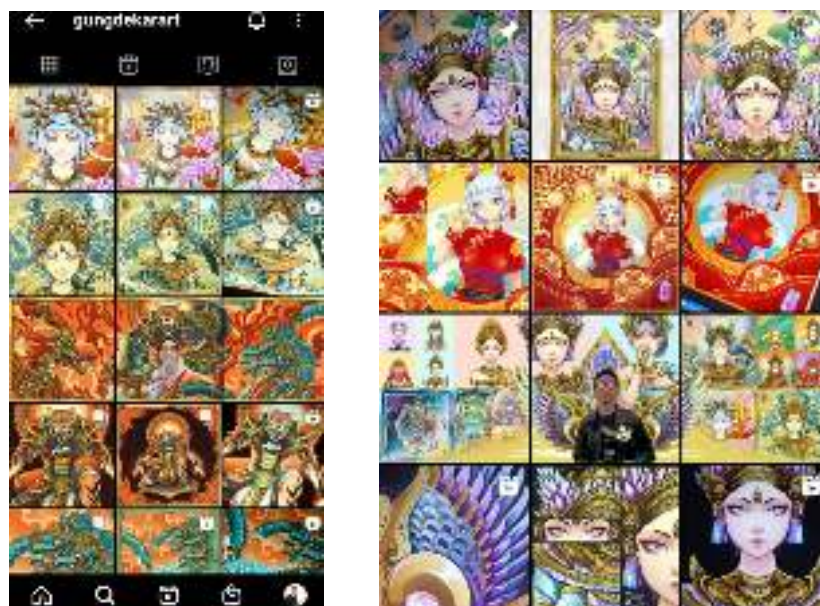
Memiliki tiga kotak atau tiga slot pada Instagram, dimanfaatkan dengan sangat baik oleh Putu Pande Arpa Sanchaya, di mana ia memposting karya desain fashion atau produk dari butik Luh Jaum dengan menampilkan tiga produk yang sama pada tiga kotak secara horizontal. Menampilkan produk seperti pada gambar di atas, dinilai mampu membuat tampilan Instagram yang ia kelola menjadi lebih rapi dan menarik, tentunya berpengaruh pada produk yang terlihat lebih rapi, *stylish* dan elegan. Tampilan feed yang mampu menunjang tampilan produk, hal itu juga dapat mempengaruhi *audience* yang akan memiliki pandangan yang positif dari produk butik Luh Jaum. Putu Pande Arpa Sanchaya juga menuturkan bahwa

produk yang di unggah pada Instagram ini merupakan produk yang telah di pesan oleh para pelanggan. Hal itu bertujuan memudahkan *audience* untuk melihat produk yang dapat dihasilkan dan diproduksi oleh butik Luh Jaum yang beralamat di jl. Tukad Yeh Aya no.35 Denpasar.



Gambar 2. Feed Instagram Luh Jaum.id
[Sumber: Data Penulis]

Akun lain yang dimiliki oleh butik Luh Jaum yakni "luhjaum.id" juga menampilkan feed Instagram serupa dengan akun "luhjaum.bali". Akun Instagram "luhjaum.id" menampilkan feed yang rapi, dengan penataan atau urutan foto yang telah direncanakan sebelum di unggah di Instagram. Seperti yang terlihat pada gambar di atas, di mana desainer yakni Putu Pande Arpa Sanchaya memperhatikan urutan postingan dari feed Instagram "luhjaum.id". Karya desain fashion dari butik Luh Jaum yang diposting di media sosial Instagram tersebut terlihat begitu serasi dengan tiga foto yang ada di sampingnya (deretan horizontal). Tiga foto yang ditampilkan secara horizontal disusun menggunakan produk yang serupa, menampilkan lokasi yang serupa dan tema yang serupa. Di mana hal itu memiliki tujuan yang sama seperti akun "luhjaum.bali", bertujuan untuk menarik banyak pelanggan ketika di unggah secara berurutan membentuk deretan horizontal di Instagram tampak terlihat begitu serasi, selaras dan tampak lebih rapi. Menampilkan desain atau tampilan feed Instagram yang rapi nampak relevan dengan produk yang dijual, yakni berupa desain fashion yang indah dan bagus, serta sangat outentik dengan nama butik tersebut yakni Luh Jaum yang memiliki merek tersendiri.



Gambar 3. Feed Instagram dari akun gungdekarart
[Sumber: Data Penulis]

Akun Instagram dengan nama “gungdekarart” juga tidak kalah menariknya dengan akun Instagram yang ditampilkan oleh butik Luh Jaum. Instagram yang dimiliki oleh A.A Gede Alit Citra Bayu ini ditampilkan dengan rapi dan teratur. A.A Gede Alit Citra Bayu merupakan seorang desainer yang berfokus pada seni ilustrasi digital. Setiap ia mengunggah karya yang akan ditampilkan pada akun Instagram miliknya, A.A Gede Alit Citra Bayu tetap memperhitungkan urutan unggahan dari karya yang ia buat. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan A.A Gede Alit Citra Bayu selaku ilustrator dengan hasil karya yang luar biasa, memperhatikan urutan postingan pada media sosial miliknya, selain bertujuan membuat tampilan feed Instagram lebih rapi, orang yang mengunjungi Instagramnya cenderung lebih mudah untuk melihat konten yg ditampilkan. Ia juga menegaskan bahwa dengan memposting karya dengan rapi, teratur dan diposting dengan karya yang memiliki kesesuaian serta kesamaan dengan karya yang telah ditentukan, akan menambah nilai estetika pada tampilan feed Instagram yang ia miliki. Para pengunjung dari akun miliknya yakni “gungdekarart” juga akan merasa nyaman dan mudah memahami, melihat dan menikmati dari karya-karya yang di unggah oleh A.A Gede Alit Citra Bayu.



Gambar 4. Feed Instagram dari akun gungdekarart
[Sumber: Data Penulis]

Berdasarkan gambar di atas, hal yang mampu memperlihatkan bahwa karya A.A Gede Alit Citra Bayu terlihat memiliki keserasian dan kerapian pada feed Instagram miliknya adalah terlihat dari karya yang diposting, warna, karakter serta terlihat pada tema karya. A.A Gede Alit Citra Bayu juga memanfaatkan *template* atau tata letak yang sudah ditentukan oleh media sosial Instagram, yakni dengan memanfaatkan tiga kota atau tiga slot yang berjejer secara horizontal. A.A Gede Alit Citra Bayu memposting karya yang serupa, baik keserasian yang ditampilkan oleh warna, karakter gambar serta tema gambar, yang diposting menjadi keseragaman tiga karya yang berjejer secara horizontal. Seperti pada gambar di atas, ketika karya pertama di posting dengan karakter naga, maka A.A Gede Alit Citra Bayu juga akan mengunggah karya yang serupa, dengan pewarnaan yang serupa, sehingga menampilkan feed Instagram dengan tiga karya yang berjejer secara horizontal tampak rapi dan teratur.

Relevansi dari tema, pemilihan jenis visual ataupun pemilihan cara penataan feed juga berperan penting dalam penguatan identitas dari seseorang. Memilih tema, pewarnaan serta konten yang dinilai cocok dan sesuai dengan produk maupun karya yang kita hasilkan, akan menunjang feed Instagram menjadi lebih harmonis dan sesuai dengan *style* dari pengguna. Hal itu akan mampu mempengaruhi pengunjung feed Instagram, yang berpotensi untuk membeli karya dan produk yang kita posting pada media sosial Instagram.

c. Cara mempertahankan popularitas identitas dalam industri kreatif

Personal branding seperti yang telah di jelaskan sebelumnya, yakni bertujuan untuk menarik lebih banyak minat *audience* berdasarkan apa yang mereka pahami terhadap kita, memberikan pandangan serta penilaian yang baik terhadap kita. Tidak hanya memahami bagaimana cara untuk bisa

mendapatkan kesan yang baik dari persepsi *audience*, setelah mampu memberikan kesan yang baik terhadap diri kita sendiri dari orang lain, kita juga setidaknya mengetahui bagaimana cara untuk mempertahankan popularitas dari upaya seseorang untuk memperkuat identitas dan industry kreatif juga sangat penting dilakukan.

Cara yang tepat dilakukan untuk dapat mempertahankan kesan serta pandangan baik dari orang lain adalah dengan cara tetap membuat konten menarik atau tetap mengunggah karya dengan feed Instagram yang lebih menarik. Selain tetap berkarya dengan maksimal, tetap menampilkan feed Instagram yang menarik dengan konsep tampilan yang berbeda, akan mampu membuat orang yang mengunjungi Instagram kita merasa nyaman dan tertarik dengan konten maupun layout dari feed Instagram.



Gambar 5. Contoh feed Instagram yang kreatif
[Sumber: Pinterest]

Akun Instagram yang penulis peroleh dari Pinterest (aplikasi yang tergolong khusus untuk memposting gambar, gif dan video) dengan nama "dylan.tyrone". "dylan.tyrone" merupakan salah satu feed Instagram yang menarik, rapi dan terukur. Feed Instagram ini menampilkan berbagai jenis foto, seperti terlihat pada gambar di atas di mana pemilik akun "dylan.tyrone" menampilkan foto sepatu, manusia beserta lingkungan, dan sepeda pada alun-alun kota. Pemilik dari akun Instagram ini sangat memperhitungkan bagaimana cara dia untuk menampilkan feed Instagram yang ia punya menjadi lebih menarik. Penataan feed Instagram ini terlihat tidak seperti pada umumnya yang menampilkan satu karya pada satu kotak di media sosial Instagram. Akun Instagram ini menggunakan beberapa slot kotak sehingga akan membentuk karya yang utuh jika dilihat pada feed Instagram. Menampilkan feed Instagram yang seperti ini tentunya membutuhkan waktu yang lebih lama untuk menyesuaikan dengan feed Instagram. Pemilik akun diharuskan untuk menata dan mengedit terlebih dahulu dari karya seni maupun foto yang akan di posting dengan ukuran serta ketentuan yang pas, sehingga ketika karya maupun foto yang diunggah akan nampak menjadi satu kesatuan yang utuh bila dilihat dari feed Instagram seperti pada gambar di atas.

PERNYATAAN PENGHARGAAN

Penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya, kepada narasumber yakni Putu Pande Arpa Sanchaya dan A.A Gede Alit Citra Bayu, atas kesediaan, pandangan dan informasi yang telah diberikan. Dari pendapat narasumber, penulis bisa menyelesaikan artikel yang penulis kerjakan, besar harapan penulis agar artikel ini bisa bermanfaat bagi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- S. M. Mahmudah dan Muthia Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan", *Jurnal Komunikasi Nusantara*. E-ISSN. 2685-7650., Vol. 2 No. 1, pp 1-9 DOI. 2020
- B. D. Atmoko. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita. 2012
- Kaelan. *Metode Penelitian Kualitatif Interdisipliner*. Yogyakarta: PARADIGMA. 2012
- J. Noor. *Metode Penelitian* edisi. Jakarta: KENCANA PENANDA. 2012
- H.K. Rampersad. *Sukses Membangun Authentic Personal Branding*. Jakarta: PPM. 2008
- F. A. Liliyana. "Konstruksi Personal Branding Penulis Fiksi Di Social Media (Studi Kasus Penulis Fiksi Ika Natassa Di Twitter)", *YAYASAN AKRAB PEKANBARU. Jurnal AKRAB JUARA.*, Vol. 5 No. 1, Februari 2020, 73-84
- P. Montoya dan Vandehey, T. *The Brand Called You: Make Your Bussiness Stand Out in a Crowded Market Place*. USA: McGraw-Hill. 2008
- A. M. Afrilia. "Personal Branding Remaja di Era Digital", *Mediator. Jurnal Komunikasi*, Vol. 11 No.1, Juni 2018, 20-30
- A. Kusrianto. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Penerbit ANDI. 2007
- D.S. Kartika. *Estetika*. Bandung: Penerbit Rekayasa Sains Bandung. 2007
- Yulianto. *Buku Sakti Kuasai Desain Grafis*. Yogyakarta: Penerbit START UP. 2018
- Mahmuh. Rahayu. "Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat Pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan" Internet: <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/download/3626/pdf>, 2020 [Maret. 13, 2023]
- Fitri. Ariani dan Liliyana. "KONSTRUKSI PERSONAL BRANDING PENULIS FIKSI DI SOCIAL MEDIA (STUDI KASUS PENULIS FIKSI IKA NATASSA DI TWITTER)" Internet: <file:///C:/Users/Adi%20Putra/Downloads/Jurnal-Personal-Branding.pdf>, 2020 [Maret. 10, 2023]
- Sarnita. Sadya. "Pengguna Instagram RI Terbesar Keempat di Dunia pada Awal 2023" Internet: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-ri-terbesar-keempat-di-dunia-pada-awal-2023>, 2023 [Maret. 12, 2023]
- Putra. Abdillah. "Media Sosial Paling Populer 2023, Posisi Pertama Bukan TikTok" Internet: <https://www.ayovaksindinkesdi.id/media-sosial-paling-populer-2023/>, 2023 [Maret. 12, 2023]
- Dwi. Latifatul. Fajri. "Feed Instagram Artinya Halaman Profil, Ini Kelebihannya" Internet: <https://katadata.co.id/agung/berita/62f618ea8f4ef/feed-instagram-artinya-halaman-profil-ini-kelebihannya>, 2022 [Februari. 24, 2023]
- Design. Haris. "Instagram Puzzle Feed" Internet: <https://id.pinterest.com/pin/33425222226839994/>, [Februari. 25, 2023]