

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lanskap komunikasi modern yang didominasi oleh perkembangan teknologi digital, kebutuhan masyarakat terhadap akses informasi yang cepat, praktis, dan fleksibel semakin meningkat. Fenomena ini mendorong media daring (*online*) menjadi salah satu saluran komunikasi utama dalam penyebaran informasi. Media *online* menawarkan keunggulan dalam penyajian konten multiformat. Mulai dari teks, visual gambar, audio, hingga video yang dapat diakses secara real time dan lintas perangkat (Hasan et al., 2023). Dalam konteks tersebut, Poros Jakarta hadir sejak tahun 2016 sebagai media digital lokal yang mengoptimalkan platform daring untuk mendistribusikan informasi kepada masyarakat secara lebih luas dan adaptif terhadap dinamika komunikasi digital.

Sebagai respons terhadap pergeseran pola komunikasi digital, Poros Jakarta memperluas jangkauan distribusi informasinya melalui pemanfaatan media sosial, khususnya Instagram. Keputusan ini tidak terlepas dari posisi strategis Instagram sebagai salah satu platform media sosial paling populer di Indonesia (Sanida & Prasetyawati, 2023). Instagram menempati peringkat tiga besar dalam hal jumlah pengguna aktif, dengan dominasi pengguna dari kelompok usia produktif. Karakteristik Instagram yang berbasis visual dan audio-visual menjadikannya platform yang efektif dalam menyampaikan pesan secara ringkas, estetik, dan mudah dipahami. Dalam konteks ini, kekuatan visual yang dimiliki Instagram tidak hanya meningkatkan daya tarik konten, tetapi juga berperan penting dalam membentuk persepsi dan citra *brand* di benak audiens. Menurut Herwanda dan Aji (2023), visualisasi konten yang menarik, konsisten, dan relevan dengan karakter pengguna media sosial saat ini mampu meningkatkan keterlibatan (*interaction*) serta memperkuat identitas *brand* secara

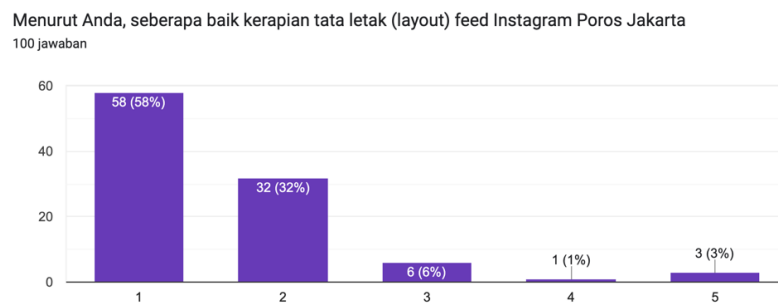
digital. Oleh karena itu, Poros Jakarta menjadikan Instagram sebagai kanal utama untuk menyampaikan informasi publik secara lebih komunikatif dan adaptif terhadap kebutuhan audiens masa kini.

Poros Jakarta sendiri merupakan media *online* yang didirikan pada tahun 2016 dan berfokus pada penyajian berita-berita aktual seputar kehidupan masyarakat Jakarta. Dalam upaya memperluas jangkauan dan meningkatkan kedekatan dengan audiens digital, Poros Jakarta mulai mengaktifkan akun Instagram @poros_jakarta sejak Februari 2023. Kehadiran di platform ini menjadi langkah penting dalam menyesuaikan diri dengan pola konsumsi informasi masyarakat urban yang kini semakin bergeser ke arah visual dan interaktif.

Media sosial berperan krusial dalam membentuk dan memperkuat citra merek (*brand image*), khususnya melalui elemen visual yang ditampilkan secara konsisten di kanal digital. Dalam konteks ini, Instagram menjadi ruang utama bagi media untuk menyampaikan karakter *brand* melalui desain visual yang menarik dan terkonsep. Elemen seperti warna, tipografi, dan penataan konten dalam *feed* tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang membentuk persepsi audiens. Yuwono (2022) menyatakan bahwa visual *branding* yang dirancang secara strategis mampu memperkuat daya ingat publik terhadap sebuah *brand*. Lebih lanjut, struktur dan estetika tata letak (*layout*) *feed* memiliki peran penting dalam menciptakan pengalaman visual yang profesional dan menyenangkan bagi pengguna, serta berdampak langsung terhadap keterlibatan audiens (Herwanda & Aji, 2023).

Dalam konteks media sosial, penguatan identitas visual juga menjadi bagian dari strategi *digital branding*. *Digital branding* tidak hanya menekankan keberadaan sebuah *brand* di ruang digital, tetapi juga bagaimana *brand* tersebut dikenali, dirasakan, dan diingat audiens melalui tampilan visual yang konsisten dan terkonsep. Pada akun Instagram, strategi visual yang kuat dapat memperkuat posisi *brand*, meningkatkan daya tarik konten, serta membangun hubungan emosional antara media dan audiens. Oleh karena itu, penataan visual pada akun @poros_jakarta merupakan langkah penting untuk memperkuat *digital branding* Poros Jakarta secara keseluruhan.

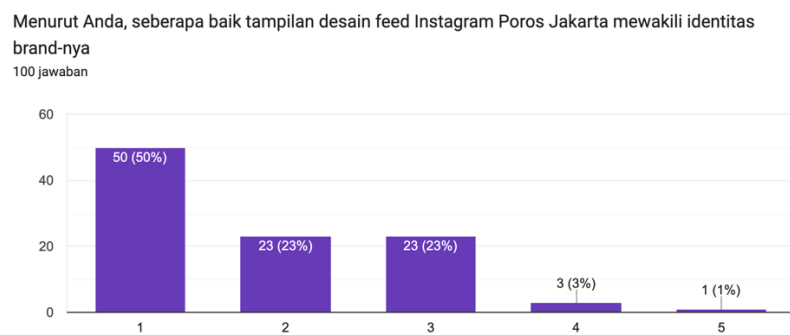
Untuk memperkuat temuan konseptual mengenai pentingnya visual *branding* dalam media sosial, peneliti juga melakukan survei kuantitatif yang ditujukan kepada pengikut akun Instagram @poros_jakarta. Survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran persepsi audiens terhadap kualitas visualisasi konten yang ditampilkan pada *feed* Instagram tersebut. Survei ini dilakukan pada tanggal 19 Mei – 25 Mei 2025 secara daring kepada 100 pengikut akun Instagram @poros_jakarta melalui Google Form. Penilaian dilakukan melalui kuesioner tertutup dengan skala Likert 1 sampai 5, di mana skor 1 menunjukkan penilaian paling buruk dan skor 5 menunjukkan penilaian paling baik. Terdapat lima aspek visual yang dikaji, yaitu: (1) persepsi terhadap kerapian tata letak (*layout*) *feed* Instagram Poros Jakarta; (2) tampilan desain *feed* dalam merepresentasikan identitas *brand*; (3) konsistensi elemen desain visual dalam *feed*; (4) penggunaan warna identitas seperti merah dan putih dalam mendukung karakter *brand*; serta (5) kemudahan mengenali konten Poros Jakarta hanya dari tampilannya. Hasil dari survei ini menjadi dasar empiris dalam mengevaluasi efektivitas visual *branding* yang diterapkan, serta menjadi pijakan dalam merumuskan strategi visual yang lebih terarah.



Gambar 1.1 Data Persepsi Responden Terhadap Kerapian Tata Letak (*Layout*) *Feed* Instagram Poros Jakarta

Dari hasil survei yang dilakukan, diperoleh temuan bahwa aspek kerapian tata letak (*layout*) *feed* Instagram @poros_jakarta mendapatkan penilaian yang cenderung negatif dari mayoritas responden. Sebanyak 58 responden menilai *layout feed* berada

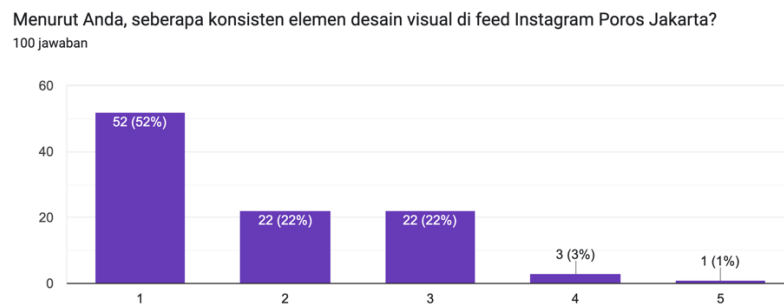
pada kategori sangat tidak rapi (skor 1), diikuti oleh 32 responden yang memberikan penilaian kurang baik (skor 2). Sementara itu, hanya 6 responden yang memberikan skor 3 atau kategori cukup, dan masing-masing 1 serta 3 responden memberikan skor 4 dan 5. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, tata letak visual *feed* Instagram Poros Jakarta masih dianggap belum tertata secara optimal oleh sebagian besar audiens yang telah mengakses akun tersebut. Kurangnya konsistensi dalam penempatan elemen visual, keseimbangan antar konten, serta ketidakteraturan pola unggahan diduga menjadi faktor penyebab rendahnya persepsi terhadap kerapian *layout* secara keseluruhan. Oleh karena itu, dibutuhkan penataan ulang yang lebih sistematis agar tampilan *feed* dapat memberikan kesan visual yang lebih rapi, profesional, dan nyaman untuk dilihat.



Gambar 1.2 Data Persepsi Responden Terhadap Tampilan Desain *Feed* Instagram dalam Mewakili Identitas *Brand*

Dari hasil penilaian terhadap aspek tampilan desain *feed* Instagram @poros_jakarta dalam merepresentasikan identitas *brand*, sebanyak 50 responden memberikan skor 1, yang mengindikasikan bahwa desain visual yang ditampilkan belum mampu mencerminkan identitas *brand* secara optimal. Sebanyak 23 responden memberikan skor 2, dan 23 lainnya memberikan skor 3 atau kategori cukup. Sementara itu, skor 4 hanya diberikan oleh 3 responden, dan skor tertinggi, yaitu 5, hanya diberikan oleh 1 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas audiens belum

melihat adanya keterwakilan identitas *brand* secara kuat dalam tampilan desain *feed* yang disajikan kepada publik. Hal ini mengindikasikan bahwa elemen visual yang digunakan masih kurang relevan atau belum selaras dengan karakteristik *brand* secara keseluruhan, baik dari segi pemilihan warna, gaya visual, maupun konsistensi elemen desain yang digunakan. Kurangnya keselarasan ini dapat menyebabkan persepsi audiens terhadap *brand* menjadi lemah atau tidak terbentuk secara utuh. Dengan demikian, diperlukan perbaikan yang lebih komprehensif terhadap unsur desain visual agar dapat membentuk identitas visual yang lebih kuat, relevan, dan mudah dikenali oleh publik sebagai representasi dari *brand* itu sendiri, serta mampu membangun citra yang konsisten di benak audiens.



Gambar 1.3 Data Persepsi Responden Terhadap Konsistensi Elemen Desain Visual *Feed* Instagram Poros Jakarta

Konsistensi elemen visual merupakan salah satu faktor penting dalam membangun citra *brand* yang kuat dan profesional. Berdasarkan hasil survei, sebanyak 52 responden menilai bahwa elemen visual dalam *feed* Instagram @poros_jakarta sangat tidak konsisten (skor 1), disusul oleh 22 responden yang memberikan skor 2 dan 22 responden lainnya yang memberikan skor 3 atau cukup konsisten. Penilaian baik (skor 4) hanya diberikan oleh 3 responden, sementara skor tertinggi (5) hanya diberikan oleh 1 responden. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum, elemen-elemen visual yang ditampilkan seperti warna, tipografi, ikonografi, dan tata letak belum menunjukkan kesinambungan yang kuat dari satu unggahan ke unggahan lainnya.

Ketidakkonsistenan ini berpotensi mengganggu persepsi audiens terhadap identitas visual *brand*, karena tampilan yang tidak seragam dapat menciptakan kesan kurang profesional dan tidak terkonsep dengan matang. Oleh karena itu, diperlukan standarisasi elemen visual yang lebih konsisten dan terencana, agar tampilan *feed* menjadi lebih rapi, kohesif, dan mampu merepresentasikan identitas *brand* secara utuh serta mudah dikenali oleh publik dalam jangka panjang.



Gambar 1.4 Data Persepsi Responden Terhadap Penggunaan Warna Merah, Putih, dan Elemen Visual dalam Mendukung Karakter *Brand* Poros Jakarta

Penggunaan warna identitas seperti merah dan putih, yang seharusnya menjadi elemen visual khas Poros Jakarta, tampaknya belum secara optimal digunakan dalam mendukung penguatan *brand*. Hasil survei menunjukkan bahwa 49 responden memberikan skor 1, yang menandakan bahwa penerapan warna-warna tersebut dinilai sangat kurang mendukung karakter visual *brand*. Sebanyak 19 responden memberikan skor 2, dan 26 responden menilai cukup (skor 3). Sementara itu, masing-masing hanya 3 responden yang memberikan skor 4 dan skor 5. Temuan ini mengindikasikan bahwa elemen warna, meskipun telah melekat pada identitas visual Poros Jakarta, belum digunakan secara konsisten dan strategis dalam setiap unggahan. Padahal, konsistensi dalam penggunaan warna merupakan aspek penting dalam membentuk asosiasi visual yang kuat, membedakan *brand* dari kompetitor, serta meningkatkan daya ingat visual di benak audiens. Ketidakteraturan ini berpotensi membuat audiens sulit mengenali

karakter khas *brand* hanya dari tampilan warnanya. Oleh karena itu, diperlukan strategi desain yang lebih terarah dalam mengintegrasikan warna identitas secara menyeluruh ke dalam berbagai elemen visual, sehingga mampu menciptakan kesan yang konsisten, profesional, dan mudah dikenali oleh publik.



Gambar 1.5 Data Persepsi Responden Terhadap Kemudahan Mengenali Konten Poros Jakarta Hanya dari Tampilan Visual

Dalam aspek *brand* recognition yang diukur melalui tampilan visual, sebanyak 53 responden menyatakan sangat sulit mengenali bahwa suatu konten berasal dari akun Instagram @poros_jakarta (skor 1), sementara 25 responden menilai cukup sulit (skor 2). Sebanyak 17 responden memberikan penilaian netral (skor 3), sedangkan skor 4 dan 5 masing-masing hanya diberikan oleh 2 dan 3 responden. Temuan ini semakin menegaskan bahwa konten visual yang disajikan oleh akun @poros_jakarta belum memiliki kekhasan visual yang cukup kuat untuk membedakannya dari konten lainnya. Minimnya ciri khas visual yang konsisten tidak hanya menghambat proses pengenalan *brand* oleh audiens, tetapi juga mengurangi efektivitas penyampaian pesan dan keterhubungan emosional antara *brand* dan pengikutnya. Padahal, kemampuan sebuah *brand* untuk dikenali secara visual merupakan komponen krusial dalam membangun identitas yang kuat dan melekat di ingatan audiens. Jika konten tidak memiliki elemen pembeda yang jelas, maka besar kemungkinan audiens akan melewatkannya begitu saja tanpa kesan mendalam. Oleh karena itu, penting bagi akun @poros_jakarta untuk membangun elemen visual yang khas, konsisten, dan mudah dikenali guna

meningkatkan visibilitas serta keterikatan emosional dengan audiens secara berkelanjutan.

Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap pengikut akun Instagram @poros_jakarta, diperoleh bahwa persepsi audiens terhadap visual akun Instagram @poros_jakarta masih tergolong rendah. Mayoritas responden menyampaikan bahwa tata letak (*layout*) *feed* tidak tertata rapi, desain tidak mencerminkan identitas merek secara utuh, dan elemen-elemen visual seperti warna serta tipografi belum digunakan secara konsisten. Ketidakteraturan ini turut mempersulit audiens dalam mengenali konten Poros Jakarta hanya melalui tampilan visualnya, yang menunjukkan lemahnya kemampuan *brand* dalam membangun daya ingat visual (*visual brand recall*).

Penataan *feed* Instagram yang terstruktur secara visual berkontribusi besar terhadap peningkatan interaksi pengguna. Desain konten yang menarik, konsisten, dan selaras dengan identitas visual *brand* mendorong audiens untuk berpartisipasi lebih aktif, baik melalui komentar, membagikan konten, maupun bentuk interaksi lainnya (Herwanda & Aji, 2023). Hal ini tercermin pada akun kompetitor Poros Jakarta, yaitu Suara Jakarta, yang menampilkan *feed* Instagram dengan penataan visual yang lebih rapi, konsisten, dan komunikatif.



Gambar 1.6 Perbandingan Visual Postingan Instagram Poros Jakarta dan Suara Jakarta

Suara Jakarta dan Poros Jakarta menjadi contoh representatif dari portal berita lokal yang memanfaatkan Instagram sebagai kanal penyampaian informasi. Menariknya, kedua akun tersebut mulai aktif di platform Instagram pada tahun yang sama. Akun @poros_jakarta tercatat memulai aktivitasnya pada Februari 2023, sedangkan @suara_jakarta_id mulai aktif pada Juli 2023. Meskipun memiliki kesamaan dari sisi konten, strategi visual yang diterapkan pada masing-masing akun menunjukkan karakteristik dan pendekatan yang berbeda.

Berdasarkan data per 20 Mei 2025, akun Instagram @poros_jakarta memiliki 847 pengikut, sedangkan @suara_jakarta_id telah mencapai 2.451 pengikut. Perbedaan ini menunjukkan adanya kesenjangan dalam jangkauan dan daya tarik visual yang dihasilkan oleh kedua media. Hal ini menandakan bahwa faktor strategi visual dan identitas *brand* berperan penting dalam membangun keterhubungan dengan audiens serta memperkuat kehadiran media di platform digital yang berbasis visual seperti Instagram.

Namun, jumlah pengikut bukanlah satu-satunya indikator keberhasilan strategi komunikasi digital. Faktor lain yang turut memengaruhi adalah bagaimana masing-masing media memanfaatkan elemen visual untuk menciptakan pengalaman yang konsisten dan relevan bagi audiensnya. Identitas visual yang kuat dapat menjadi pembeda utama, terutama di tengah persaingan media lokal yang semakin banyak menggunakan platform Instagram untuk menjangkau khalayak luas. Dengan demikian, evaluasi tidak hanya berhenti pada kuantitas pengikut, melainkan juga pada kualitas penataan visual yang mampu memperkuat posisi brand di mata publik.

Tampilan visual yang dikelola dengan baik tidak hanya memperkuat identitas *brand*, tetapi juga berperan dalam membangun koneksi yang lebih kuat dengan audiens. Untuk memberikan gambaran yang lebih jelas, berikut disajikan perbandingan identitas *brand* pada postingan Instagram antara akun @poros_jakarta dan @suara_jakarta_id:

Tabel 1.1 Perbandingan Identitas *Brand* Postingan Instagram Poros Jakarta dan Suara Jakarta

Perbandingan	PorosJakarta (@poros_jakarta)	SuaraJakarta (@suara_jakarta_id)
Warna Identitas	Dominan merah dan putih, belum konsisten di semua konten	Oranye-putih dominan, konsisten di semua post
Format Konten	Mayoritas repost berita dari website, dominan foto statis	Kombinasi <i>Reels</i> , <i>Carousel</i> , infografis visual yang komunikatif
Gaya Penyajian	Formal, berorientasi teks, headline berita dominan	Kasual, ringan, dan visual <i>storytelling</i> yang ramah untuk Gen Z
Interaksi Audiens	Rendah; belum aktif mengajak interaksi	Aktif mengajak interaksi lewat konten “Tanya Warga”, polling, dan <i>Reels</i> bertema lokal
Identitas Visual	Belum terbentuk kuat, tidak ada elemen visual khas di tiap post	Ada logo, <i>font</i> tetap, warna dan format desain yang langsung dikenali sebagai ciri khas akun

Kedua akun Instagram tersebut sama-sama menyajikan informasi aktual yang relevan bagi masyarakat Jakarta, terutama terkait isu-isu sosial, pelayanan publik, dan perkembangan kota. Namun demikian, pendekatan visual yang digunakan oleh masing-masing akun menunjukkan perbedaan yang cukup mencolok. Suara Jakarta, misalnya, secara konsisten mengadopsi format penyajian konten yang kekinian dan adaptif terhadap tren visual digital. Hal ini tercermin melalui pemanfaatan fitur *Reels*, *Carousel* interaktif, serta desain grafis yang komunikatif dan selaras dengan preferensi audiens muda. Pendekatan visual yang dinamis ini tidak hanya meningkatkan daya tarik konten secara estetis, tetapi juga berdampak pada tingginya intensitas interaksi pengguna serta penguatan citra merek di mata pengikutnya.

Sebaliknya, Poros Jakarta masih menunjukkan kelemahan dalam pengelolaan strategi visualnya. Identitas visual yang ditampilkan belum terbentuk secara konsisten, dengan konten yang cenderung monoton, kurang interaktif, dan belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakter komunikasi visual yang mendominasi ruang digital saat

ini. Ketiadaan standar visual yang kuat membuat konten sulit dikenali dan kurang mampu membangun keterhubungan emosional dengan audiens. Oleh karena itu, penataan ulang terhadap strategi visual menjadi suatu kebutuhan mendesak, khususnya dalam hal penguatan desain *feed* yang lebih terstruktur, konsisten, dan komunikatif.

Selain perbandingan dengan Suara Jakarta, tren pemanfaatan Instagram juga ditunjukkan oleh media lokal lain seperti Kompas.com Regional dan DetikJabar. Kedua media tersebut secara konsisten mengintegrasikan elemen visual *branding* seperti warna khas, tipografi seragam, serta storytelling visual melalui *Reels* dan *Carousel*. Studi oleh Priastuty et al. (2023) menemukan bahwa media daring yang memanfaatkan Instagram dengan strategi visual terarah mampu meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* audiens hingga 40% lebih tinggi dibanding media yang hanya mengunggah ulang berita dari situs web. Dengan demikian, benchmarking ini menegaskan bahwa kelemahan visual @poros_jakarta bukan sekadar persoalan estetika, tetapi berpengaruh langsung terhadap daya saing *brand* di ekosistem media digital lokal.

Sebagai upaya untuk memahami lebih dalam bagaimana perbedaan pendekatan visual memengaruhi tingkat interaksi audiens, berikut disajikan tabel perbandingan performa interaksi dari tiga unggahan terakhir akun Instagram @poros_jakarta dan @suara_jakarta_id. Data ini diambil pada tanggal 20 Mei 2025 sebagai acuan untuk menilai sejauh mana kualitas visual konten berkontribusi terhadap keterlibatan pengguna. Perbandingan ini diharapkan dapat memberikan gambaran empiris mengenai pentingnya kekuatan visual dalam mendukung efektivitas strategi komunikasi digital, khususnya dalam membangun koneksi antara *brand* dan audiens di media sosial.

Tabel 1.2 Perbandingan Interaksi Postingan Poros Jakarta dan Suara Jakarta

Nama Media	Judul Postingan	Format	Interaksi			
			View	Like	Comment	Share
Poros Jakarta	BRI Raih Penghargaan Digital Channel Terbaik BSEM 2025, Bukti Layanan Digital Semakin Unggul	Foto/screenshot website	25	-	-	-
	Langit malam Candi Borobudur berubah jadi lautan cahaya.	Reels Live Update	20	1	1	-
	Promo tambah daya PLN Discount up to 50%	Video Slideshow Screenshot	15	1	-	-
Suara Jakarta	Trotoar Jakarta, Ramah Tunanetra?	Reels Informatif	1,739	84	2	2
	Minibus menabrak sparator busway di Jalan Rasuna Said, Kuningan	Reels Live Update	1,441	15	-	1

	Polsek Kalideres Amankan Pelaku Curamor yang nyaris di Amuk Warga	<i>Reels</i> <i>Update</i>	Live	3,496	17	-	2
--	---	-------------------------------	------	-------	----	---	---

Perbandingan antara tiga unggahan terakhir dari akun Instagram @poros_jakarta dan @suara_jakarta_id menunjukkan bahwa Suara Jakarta memperoleh tingkat interaksi yang secara signifikan lebih tinggi dibandingkan Poros Jakarta. Fakta ini mengindikasikan bahwa kualitas visual memiliki pengaruh nyata terhadap keterlibatan pengguna, sejalan dengan temuan Herwanda dan Aji (2023) yang menegaskan bahwa desain visual yang menarik dan konsisten mampu mendorong peningkatan interaksi di media sosial.

Berdasarkan perbandingan visual dan performa antara akun Instagram @poros_jakarta dan @suara_jakarta_id, terlihat jelas bahwa strategi visual memiliki dampak nyata terhadap daya tarik dan keterlibatan audiens. Suara Jakarta yang memiliki identitas visual yang konsisten dan strategi desain yang komunikatif mampu membangun hubungan yang lebih kuat dengan audiens, yang tercermin dari tingginya tingkat interaksi dan jumlah pengikut. Sebaliknya, Poros Jakarta masih menunjukkan kelemahan dalam struktur visual, yang berdampak pada lemahnya citra *brand* dan rendahnya *engagement*. Oleh karena itu, perancangan strategi penataan visual untuk akun @poros_jakarta bukan hanya penting dari sisi estetika, tetapi juga strategis sebagai solusi atas kelemahan komunikasi visual yang ada. Hal ini menjadikan proyek tugas akhir ini relevan untuk menjawab kebutuhan klien dalam memperkuat identitas *brand* di era digital yang sangat visual.

Sejalan dengan hal tersebut, Herwanda & Aji (2023) menegaskan bahwa penataan visual yang rapi dan konsisten dalam *feed* Instagram mampu mendorong

keterlibatan audiens secara signifikan. Penelitian oleh Lestari dan El Fikri (2025) juga menunjukkan bahwa penggunaan elemen visual yang seragam dapat memperkuat memori merek (*brand recall*) dan meningkatkan kredibilitas akun di mata pengikutnya. Temuan ini memperkuat urgensi strategi penataan visual pada akun Instagram @poros_jakarta sebagai bagian dari upaya membangun identitas *brand* yang kuat dan profesional.

Temuan ini memperkuat argumen bahwa pemanfaatan fitur visual modern, apabila dikemas dengan pendekatan desain yang komunikatif dan sesuai dengan karakteristik platform, dapat menjadi sarana yang efektif dalam membangun *brand awareness*. Visualisasi yang kuat, kohesif, dan interaktif tidak hanya memperkuat daya tarik konten, tetapi juga mempermudah *brand* untuk dikenali dan melekat dalam memori audiens (Rahma & Hariyana, 2023)

Feed Instagram, dalam konteks ini, memainkan peran strategis sebagai visual storefront atau etalase digital dari sebuah merek. Tidak hanya menampilkan konten secara kronologis, *feed* juga menjadi representasi visual yang membentuk persepsi awal audiens terhadap citra dan karakter *brand*. Yuwono (2022) menjelaskan bahwa konsistensi dalam penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, dan komposisi *layout* merupakan faktor utama dalam menciptakan identitas visual yang profesional dan mudah dikenali, yang pada akhirnya akan memperkuat pengenalan merek di ranah digital.

Lebih jauh, tata kelola *feed* yang baik tidak hanya menunjang estetika, tetapi juga berdampak langsung pada peningkatan interaksi pengguna. Desain konten yang tersusun secara visual dan tematik dapat menciptakan pengalaman menjelajah yang lebih menyenangkan dan intuitif bagi audiens. Dalam konteks ini, Herwanda dan Aji (2023) menyatakan bahwa *feed* yang ditata secara rapi dan konsisten mendorong berbagai bentuk keterlibatan aktif, seperti komentar, balasan, hingga penyebaran konten oleh pengguna.

Berdasarkan kondisi tersebut, tugas akhir ini difokuskan pada perancangan strategi penataan visual akun Instagram @poros_jakarta sebagai solusi atas lemahnya

identitas visual dan rendahnya keterlibatan audiens. Output utama dari proyek ini berupa *content guideline*, *template* desain, dan struktur penataan *feed* Instagram yang disusun berbasis prinsip desain komunikasi visual dan strategi *Public Relations*. Dengan pendekatan ini, diharapkan akun @poros_jakarta dapat memiliki identitas visual yang kuat, konsisten, dan adaptif terhadap karakteristik platform serta preferensi audiens digital.

1.2 Rumusan Masalah

Poros Jakarta merupakan media daring yang menyajikan informasi aktual seputar kota Jakarta melalui berbagai kanal digital, salah satunya Instagram. Namun, tampilan visual akun @poros_jakarta belum sepenuhnya mampu merepresentasikan identitas *brand* secara konsisten dan kuat. *Feed* terlihat tidak tertata rapi, penggunaan warna dan elemen desain belum seragam, serta belum terdapat ciri khas visual yang membedakan konten dari media lain. Kondisi ini menghambat upaya pembentukan citra *brand* yang profesional dan kredibel di media sosial, serta membuat audiens kesulitan mengenali konten hanya dari tampilan visual. Oleh karena itu, diperlukan perumusan strategi visual yang lebih terarah dan terencana, khususnya melalui penataan ulang *layout feed* serta penyusunan konten visual yang selaras, guna memperkuat identitas *brand* Poros Jakarta dan meningkatkan keterhubungan audiens terhadap akun tersebut.

1.3 Tujuan

Tugas akhir ini bertujuan untuk memperkuat identitas visual akun Instagram @poros_jakarta melalui strategi penataan feed yang konsisten, terarah, dan selaras dengan karakter brand. Tujuan utama dari perancangan ini adalah membangun identitas visual yang mudah dikenali, meningkatkan persepsi positif followers terhadap tampilan konten, serta mendorong terjadinya interaksi yang lebih aktif melalui penyajian visual yang komunikatif dan menarik. Selain itu, strategi ini juga diarahkan untuk

meningkatkan daya ingat audiens terhadap konten @poros_jakarta sehingga brand lebih mudah diidentifikasi di antara media lokal lainnya. Lebih jauh, perancangan visual ini diharapkan dapat mendukung Poros Jakarta dalam membangun citra sebagai media lokal yang profesional, kredibel, dan relevan dengan kebutuhan komunikasi digital masyarakat saat ini.

1.4 Manfaat

1.4.1 Manfaat Teoritis

Tugas akhir ini diharapkan dapat memperkaya kajian dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya terkait penguatan identitas *brand* melalui media sosial. Fokus utamanya terletak pada pemanfaatan *layout feed*, konsistensi elemen visual, serta peran visual *branding* dalam membentuk citra dan daya ingat audiens terhadap *brand* di platform digital.

1.4.2 Manfaat Praktis

Memberikan panduan strategis kepada pengelola akun Instagram @poros_jakarta dalam memperkuat identitas *brand* melalui penataan visual yang konsisten, terarah, dan representatif. Panduan ini mencakup perbaikan tata letak *feed*, pemilihan elemen desain yang selaras, serta penyusunan konten visual yang mampu meningkatkan daya kenal dan keterhubungan audiens terhadap *brand*.

1.5 Luaran

Luaran dari proyek Tugas Akhir ini berupa strategi penataan visual Instagram @poros_jakarta melalui desain *template* konten yang konsisten dan mudah diterapkan. Karya ini dilengkapi dengan panduan visual, pemetaan konten, serta kalender editorial yang mendukung keberlanjutan dan keteraturan pengelolaan konten oleh tim internal.

Sebagai bagian dari penerapan strategi, penulis turut memproduksi konten jenis *Carousel* dengan pendekatan edukatif. Pemilihan fokus pada rubrik Poros Jakarta Pintar dan Poros Jakarta: Highlights of the Week didasarkan pada pertimbangan akademis serta kebutuhan strategis klien. Menurut Wulandari & Arifianto (2022), keberhasilan strategi visual pada media sosial ditentukan oleh pemilihan format konten yang sesuai dengan karakteristik pesan dan pola konsumsi audiens. Rubrik edukatif mingguan (Poros Jakarta Pintar) dipandang relevan karena menyajikan informasi publik secara ringan dan komunikatif, sejalan dengan tren preferensi audiens terhadap konten informatif dalam bentuk video singkat. Sementara itu, rubrik kurasi mingguan (Highlights of the Week) dipilih karena mampu menyajikan isu-isu aktual secara ringkas namun tetap estetik, sesuai dengan temuan Fauzia & Nugraheni (2021) bahwa format carousel efektif dalam meningkatkan keterbacaan pesan yang bersifat kronologis.

Oleh karena itu, kedua rubrik ini dinilai representatif untuk memperkuat identitas visual brand Poros Jakarta sekaligus menjadi sarana eksperimen akademis dalam menguji efektivitas strategi penataan visual di platform Instagram. Strategi ini diharapkan dapat membentuk identitas visual yang kuat, memudahkan audiens mengenali konten sebagai milik Poros Jakarta, serta meningkatkan daya tarik visual sejak pertama kali pengguna mengakses unggahan informasi di akun tersebut.