

Pengantar
Instagram

Mengapa Kita Perlu
Memahami
Instagram?

Fitur Pada
Aplikasi
Instagram

Panduan
photography
untuk konten
Instagram

Instagram Post Design Guide Book



2022
2023

Disusun Oleh:
**Bintang Pramudya Putra
Prasetya, S.Sn., M.Ds.**



Instagram Post Design Guide Book

P e n g a n t a r U n t u k P e m u l a



Bintang Pramudya P.P., S.Sn., M.Ds.
2023

Instagram Post Design Guide Book

Oleh: Bintang Pramudya Putra P., S.Sn., M.Ds.

Copyright 2023 Penerbit Ma Chung Pers
Villa Puncak Tidar Blok N No. 1, K, Karangwidoro,
Kec. Dau, Malang, Jawa Timur 65151

Ma Chung Pres
Desain Buku: Bintang Grafis
Diterbitkan pertama kali oleh
Penerbit Ma Chung Pres,
Anggota IKAPI, Malang 2019
Cetakan pertama: Desember 2022

Hak cipta dilindungi oleh undang-undang.
Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

ISBN: 978-602-9155-42-6

Dicetak oleh Percetakan Ma Chung Pres, Malang

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Ucapan Terima Kasih

Salam sejahtera dan rasa terima kasih yang mendalam kami sampaikan kepada Anda semua. Saat ini, dengan rasa bangga dan haru, kami ingin mengungkapkan rasa syukur yang tak terhingga atas dukungan, dedikasi, dan ketekunan Anda dalam menjalani perjalanan literer bersama kami.

Buku yang Anda pegang ini adalah hasil dari banyak upaya, kerja keras, dan kreativitas yang luar biasa dari berbagai pihak. Kami ingin mengungkapkan apresiasi setinggi-tingginya kepada penulis yang telah menyumbangkan pemikiran, ide, dan imajinasi mereka untuk menciptakan karya yang berharga ini. Tanpa kontribusi mereka, buku ini tidak akan ada.

Tidak lupa, kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada tim penyunting, ilustrator, desainer, dan semua individu yang telah berperan dalam menyusun buku ini sehingga dapat tersaji dengan baik. Kerja keras mereka dalam mengolah kata-kata, menggambarkan ilustrasi, dan merancang tata letak buku telah mengubahnya menjadi karya seni yang memukau.

Namun, penghargaan terbesar kami tentu saja adalah untuk Anda, para pembaca. Buku ini akan menjadi tak berarti tanpa Anda yang telah menyempatkan waktu dan tenaga untuk membacanya. Semoga buku ini dapat memberikan pengetahuan, inspirasi, atau hiburan yang Anda cari.

Sekali lagi, terima kasih atas dukungan Anda yang tak ternilai. Semoga buku ini dapat memberikan manfaat dan pengalaman yang berharga bagi Anda semua. Kami berharap Anda menikmati setiap halaman dari karya ini dan bersedia untuk terus mendukung kami dalam perjalanan literer berikutnya.

Darftar Isi:

Instagram
Post Design
Guide Book

01

Pengantar
Instagram

03

Mengapa
Kita Perlu
Memahami
Instagram?



09 Fitur Pada
Aplikasi
Instagram

19 Panduan
photography
untuk
konten
Instagram

25 Text guide

27 Scheduling
Post

34 Proses
Planning
untuk
Content
Creator

37 Design
Reference

59 Canva
Free
Template

Pengantar Instagram

Instagram adalah situs media sosial yang memungkinkan para penggunanya untuk berbagi foto dan video. Aplikasi Instagram dirancang untuk penggunaan seluler (mobile) dengan maksud agar pengguna dapat mengambil foto/gambar langsung di perangkat seluler mereka kemudian mengunggah gambar "secara instan" melalui aplikasi Instagram.

Seperti kebanyakan situs media sosial, tujuannya adalah untuk menghubungkan pengguna dengan teman, keluarga, kolega, dan pengguna lain dengan minat yang sama.

Platform ini memiliki keunggulan basis visual dengan penekanan pada daya kreatif olah visual para penggunanya. Instagram juga menawarkan berbagai filter untuk foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengedit dan menyempurnakan postingan mereka untuk meningkatkan daya tarik yang lebih maksimal.



Instagram dibeli oleh Facebook pada tahun 2012, hal tersebut melambungkan popularitas aplikasi Instagram ke dalam popularitas media sosial dengan pengguna terbanyak saat ini. Meskipun berhasil sendiri sebelum akuisisi Facebook, Facebook telah menyediakan sumber daya dan kemampuan untuk memperluas situs (Instagram). Pada awal 2022 ini saja setidaknya sudah ada lebih dari 1 Milyar pengguna aktif Instagram dan dimungkinkan akan terus bertambah (Facebook.com). Pencapaian yang luar biasa ini merupakan tonggak penting yang mengisyaratkan bahwa aplikasi Instagram mampu mencapai jumlah yang lebih cepat daripada Facebook, Pinterest, Twitter, dan LinkedIn. Satu-satunya situs yang telah mencapai tonggak sejarah ini lebih cepat dari Instagram adalah Google+. Popularitas situs terus tumbuh dan terus mengumpulkan lebih banyak pengguna baru setiap hari.

Saat situs pertama kali diluncurkan, demografi utama adalah pengguna yang lebih muda dalam demografi usia 14-25 tahun. Namun dengan perkembangannya, rentang demografi tersebut terus mengalami perkembangan dan mungkin menjadi kurang relevan untuk saat ini, dengan lebih dari 1 milyar pengguna aktif bulanan.

Saat ini Instagram populer dengan berbagai kelompok umur baik secara individu, industri, maupun bisnis yang tak terhitung jumlahnya. Dengan lebih dari 60% pengguna di luar AS, demografi global Instagram terus berkembang, baik untuk penggunaan pribadi atau untuk tujuan pemasaran bisnis, Instagram menjadi pemimpin dalam aktivitas media sosial saat ini.

Mengapa Kita Perlu Memahami Instagram?

Aplikasi Instagram merupakan sebuah aplikasi mobile yang memungkinkan para penggunanya untuk membagikan foto dan video dengan sangat mudah, hanya dengan bermodalkan handphone berkamera, para usernya sudah dapat membagikan berbagai konten dan dapat saling bertukar komen pada konten tertentu. Instagram merupakan salah satu aplikasi social media dengan pengguna yang paling banyak di dunia, oleh karena itu aplikasi instagram juga dimanfaatkan untuk berbagai kepentingan, tidak hanya untuk kepentingan pribadi namun juga telah berkembang menjadi media social yang berorientasi bisnis. Beberapa keunggulan aplikasi instagram dapat dijelaskan sebagai berikut:





A. Build Awareness

Dengan banyaknya pengguna aktif yang menggunakan platform Instagram dengan berbagai kebutuhan ini, Instagram memberikan peluang yang sangat besar untuk membangun kesadaran merek dibenak konsumen, baik secara umum maupun fokus sesuai dengan segmentasi.

Penggunaan hashtag yang benar dapat menempatkan postingan kita di depan layar audience dengan cepat dan spesifik. Penting bagi kita untuk menyediakan konten visual berkualitas baik yang mewakili merek Anda secara positif atau memberikan wawasan tentang kepribadian perusahaan Anda (brand personality). Seperti biasa, sertakan logo Anda kapan pun sesuai.

Ingat, karena mayoritas manusia memproses gambar jauh lebih cepat dibandingkan dengan kata-kata, gambar yang bagus dari merek kita akan bertahan lebih lama dibenak pengikut akun kita.

B. Increase Engagement

Akun Instagram yang aktif dengan konten-konten yang bermanfaat dan menarik dapat menghasilkan tingkat engagement yang tinggi dengan audiens Anda (sesuai segmentasi/target market). Dibandingkan dengan menggunakan media-media konvensional seperti iklan cetak dan televisi tentu saja media Instagram menawarkan jangkauan yang lebih luas dengan penggunaan dana yang jauh lebih rendah/murah.

Dengan engagement yang baik, kita dapat mengenalkan produk kita kepada masyarakat luar agar mereka mengetahui keberadaan produk kita, sedangkan bagi mereka yang tertarik akan meningkatkan keinginan untuk membeli/menggunakan produk yang kita tawarkan, sedangkan bagi yang sudah membeli akan meningkatkan hubungan serta keterikatan antara pengguna dan penyedia menjadi lebih erat.

C. Build Trust

Jika produk kita tidak memiliki identitas positif yang jelas, maka jangan salahkan konsumen jika mereka lebih memilih membeli produk orang lain dibandingkan dengan produk anda, meskipun produk lain lebih mahal, konsumen memerlukan sebuah keyakinan untuk membeli atau memilih produk tertentu, dan kadang keyakinan tentang sebuah produk dapat muncul karena terdapat banyak komen positif dari orang-orang yang sudah pernah menggunakan suatu produk tertentu sebelumnya. Jika benar demikian maka membangun kepercayaan adalah kunci kesuksesan jangka panjang.

Instagram memungkinkan Anda untuk berbagi pengalaman bisnis sehari-hari yang membangun hubungan emosional dari waktu ke waktu.

Personality produk yang dijalin ke dalam merek harus cemerlang, menjadi sesuatu yang disukai dan dipercaya oleh komunitas atau pengikut akun Instagram kita.

D. Reach

Aplikasi instagram memungkinkan para penggunanya untuk berbagi gambar dan video langsung dan terkoneksi dengan berbagai media sosial populer lainnya seperti halaman Facebook dan Twitter. Fitur berbagi ini memungkinkan para penggunanya untuk dapat menjangkau komunitas yang jauh lebih besar. Komunitas yang sudah terbangun akan membagikan konten menarik dari halaman Instagram kita dan seperti efek bola salju, ketika konten kita dinilai menarik oleh orang lain maka pengulangan tersebut akan terus terjadi.

E. Competitive

Disaat pemilik usaha lain menggunakan berbagai media untuk dapat menjangkau audience sebanyak-banyaknya, akan menjadi sebuah ketertinggalan bagi pemilik brand yang tidak bersedia atau terlambat berkompetisi. Instagram masih merupakan saluran yang relatif baru untuk usaha kecil sehingga cukup banyak peluang yang tersedia. Berbagai pemilik brand dari sektor kuliner, teknologi, kesehatan, bahkan keuangan telah banyak yang memanfaatkan Instagram agar dapat lebih dikenal oleh audiencenya, persaingan tentu saja menjadi semakin sengit, namun tentusaja akan tetap ada kesempatan bagi mereka yang ingin berkompetisi, jika tidak dapat memanfaatkan perubahan media, bisa jadi usaha kita dalam menjangkau pasar yang luas akan sia-sia.

F. Market

Remaja yang lahir pada tahun 2000an telah diberkati dengan kemajuan teknologi digital yang sangat baik, sejak dini mereka sudah diperkenalkan dengan berbagai platform media sosial dengan berbagai fungsi, salah satunya Instagram. Remaja muda menggunakan media sosial Instagram untuk bersosialisasi dengan teman-teman sebayanya, hingga saat ini penggunaan Instagram tidak lagi hanya dikalangan anak muda dengan kelahiran diatas tahun 2000an. Hingga saat ini pengguna harian aktif Instagram berkembang ke hampir seluruh lapisan umur, mulai dari anak-anak sekolah dasar, remaja SMA, mahasiswa/i, pekerja, hingga orang dewasa yang telah berumah tangga dengan berbagai kebutuhannya masing-masing.

Dengan cakupan yang sangat luas tersebut akan sangat disayangkan jika terdapat sebuah Brand yang tidak mengambil peran atau bagian dari kerumunan, atau jika setidaknya anda menasar salah satu segmen yang lebih spesifik, kemungkinan besar segmentasi tersebut juga ada atau merupakan pengguna media sosial Instagram yang dapat anda jangkau dengan lebih mudah.

G. Cheap advertising

Bayangkan jika anda harus mengiklankan produk anda melalui sebuah surat kabar, atau anda harus mengiklankan produk anda menggunakan billboard di jalan-jalan ramai yang sering dilalui orang, hanya dengan membayangkannya saja sudah terhitung berapa besar pengeluaran yang harus anda tanggung, sedangkan bisa saja saat ini anda sedang dalam tahap pengembangan, tidak memiliki modal usaha yang besar, atau terlalu beresiko mengeluarkan biaya tinggi untuk hasil yang belum pasti anda ketahui.

Dengan memanfaatkan media sosial Instagram dengan jumlah pengguna yang sangat banyak, kita dapat membuat produk kita kepada orang lain, membuat orang yang belum mengetahui produk kita menjadi tahu, membuat orang yang ragu menjadi yakin, membuat orang yang sudah mencoba tertarik untuk membelinya kembali. Aktifitas promosi tersebut dapat kita lakukan bahkan tanpa biaya, atau jika kita memiliki modal untuk promosi sekalipun akan jauh lebih murah dengan jangkauan yang amat sangat tinggi serta spesifik.



Fitur Pada Aplikasi Instagram

Di era modern ini perkembangan bisnis melonjak tinggi. Siapa pun bisa memulai bisnis, tidak memandang latar belakang pendidikan dan status sosial. Yang diperlukan untuk memulai adalah inovasi produk dan jasa yang diminati serta dibutuhkan masyarakat. Namun masih ada yang beranggapan memulai bisnis itu membutuhkan modal yang besar dan banyak. Tapi itu tidak menjadi hambatan lagi sekarang, Walaupun pandemi ini banyak menghancurkan bisnis offline atau yang memiliki toko fisik. Tapi disisi lain semenjak pandemi, bisnis online atau online shop sudah meningkat drastis dan penjual dari online shop juga sudah mendaftarkan tokonya di beberapa platform, tapi pengunjung masih terasa sedikit. Sebagai solusinya, Anda bisa meningkatkan jumlah pembeli mengunjungi online shop anda dengan mempromosikan produk atau jasa anda di Instagram.

Banyak orang yang memulai bisnis mereka di Instagram. Karena banyaknya akun instagram yang digunakan sebagai akun bisnis. Akhirnya instagram mulai memfokuskan fitur-fitur mereka untuk meningkatkan dan mengembangkan bisnis anda agar semakin dikenal di sosial media. Walaupun begitu masih banyak orang yang masih belum tahu kegunaan dari fitur-fitur instagram ini. Karena pihak instagram tidak memberikan keterangan atau tutorial cara menggunakan fitur-fitur ini. Agar anda lebih tahu kegunaan fitur-fitur di instagram yang bisa meningkatkan promosi bisnis anda simak penjelasannya berikut ini.

Fitur instagram ini dibuat untuk mendukung anda memantau perkembangan akun bisnis anda dan meningkatkan cara anda mempromosikan produk atau jasa anda seluas mungkin di sosial media.



1. Professional dashboard

Fitur ini digunakan untuk melihat insight dan performance akun. Insight adalah alat analisis asli yang menyediakan data tentang demografi dan tindakan pengikut, serta konten Anda. Informasi ini memudahkan untuk membandingkan konten, mengukur kampanye, dan melihat bagaimana kinerja masing-masing posting. Penjual akan mengetahui konten promosi produk seperti apa yang paling diminati di Instagram. Sehingga penjual bisa mengembangkan cara-cara mempromosikan bisnisnya. Dalam dashboard ini terdapat sumber daya dan alat utama untuk mendukung akun bisnis penjual seperti promosi, kinerja keseluruhan akun, wawasan Instagram, balasan tersimpan, belanja Instagram, dan persetujuan konten.



B. Instagram Stories

Stories juga berguna sebagai alat komunikasi antara pebisnis dan pelanggan dengan memanfaatkan Poll atau QnA. Agar penjual tahu bagaimana minat dan testimoni pembeli terhadap produk atau jasanya. Sehingga penjual bisa terhubung dengan baik dengan pembeli dan bisa menjadi nilai tambah untuk cara pelayanan penjual terhadap pembeli.



C. Siaran Langsung (LIVE)

Fitur LIVE juga dapat menarik banyak perhatian calon pembeli dan terbukti mendapat like lebih banyak daripada akun yang tidak LIVE. Siaran LIVE ini bisa dimanfaatkan penjual untuk menunjukkan kegunaan, variasi, diskon, promosi, dan segala informasi terkait produk atau jasanya secara online dengan jangkauan yang luas ke pembeli di Instagram. Selain itu pelanggan akan lebih tahu terkait bisnis anda sehingga bisa menjadi nilai tambah untuk kepercayaan pelanggan terkait bisnis anda.

D. Quick Reply

Sebagai pebisnis, tidak jarang menggunakan direct message dengan fitur Quick Reply. Untuk menghindari pesan tidak terbalas, dapat menggunakan fitur ini untuk membuat pesan otomatis. Sehingga ketika anda sibuk atau tidak bisa membalas dalam waktu dekat pesan pelanggan anda bisa membuat pesan otomatis berisi informasi singkat atau respon sederhana. Informasi singkat bisa berupa jam kerja, stok produk, atau informasi yang sering ditanyakan pelanggan.

E. Instagram Shopping

Fitur baru ini berguna untuk menandai produk secara langsung di postingan feed atau story. Layanan ini ibarat etalase digital, di mana para pebisnis dan kreator bisa menjajakan produknya langsung lewat Instagram, layaknya di marketplace. Namun ada beberapa syarat untuk mendapatkan fitur ini :

Akun instagram yang digunakan harus akun bisnis, karena fitur ini tidak berlaku untuk akun personal. Penjual bisa menambahkan detail terkait tokonya seperti alamat toko, nomor telepon bisnis, jam operasional, dan informasi penting lain terkait bisnisnya.

Fitur ini hanya berlaku untuk bisnis yang menjual produk fisik saja. Untuk bisnis jasa atau layanan tidak bisa menggunakan fitur ini. Karena berupa marketplace.



Penjual atau pebisnis wajib memenuhi perjanjian dagang produk di Facebook, sebab terdapat produk terlarang yang tidak bisa diperjual belikan di Instagram. Seperti produk obat-obatan terlarang atau senjata api yang dapat membahayakan atau bisa disalahgunakan oleh pembeli di masyarakat.

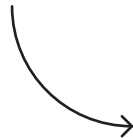
Akun instagram harus terhubung dengan laman Facebook atau Facebook Page. Dengan cara membuka aplikasi ke laman profil, kemudian edit profil, lalu ke halaman Facebook. Jika belum memiliki halaman Facebook di akun, Instagram otomatis menyediakan opsi untuk membuatnya terlebih dahulu.



F. Instagram Ads

Instagram sekarang adalah platform dibawah naungan Facebook. Sama seperti Facebook, kini Instagram dapat digunakan untuk mengiklankan produk meskipun tidak selengkap dashboard bisnis Facebook. Dengan fitur ini penjual diberi kebebasan untuk mengelola iklan yang di buat. Bentuk iklan juga bisa berupa foto atau video sesuai kebutuhan. Fitur ini memiliki banyak manfaat untuk mengembangkan bisnis penjual. Seperti meningkatkan brand awareness. Penjual bisa mengatur target pengguna

yang tepat untuk memunculkan iklan penjual dan juga Dapat meningkatkan profit penjualan jika target pasar yang dituju adalah generasi milenial yang sering menggunakan sosial media dan internet untuk mencari informasi mengenai barang yang akan dibeli. Jika akun bisnis Instagram memiliki website sendiri. dengan Instagram Ads ini dapat meningkatkan pengunjung website bisnis. Selain itu juga terdapat "button call to action" yang bertulis "beli sekarang" yang ketika di klik akan mengarahkan langsung ke website bisnis.



G. Contact Option

Selain nomor telepon WhatsApp, dapat dicantumkan juga alamat email, link website, dan lokasi. Semua berisi identitas bisnis sehingga pelanggan dapat memercayai penjual dengan kejelasan bisnisnya. Selain itu pelanggan bisa langsung mengunjungi lokasi toko fisik dengan fitur ini.



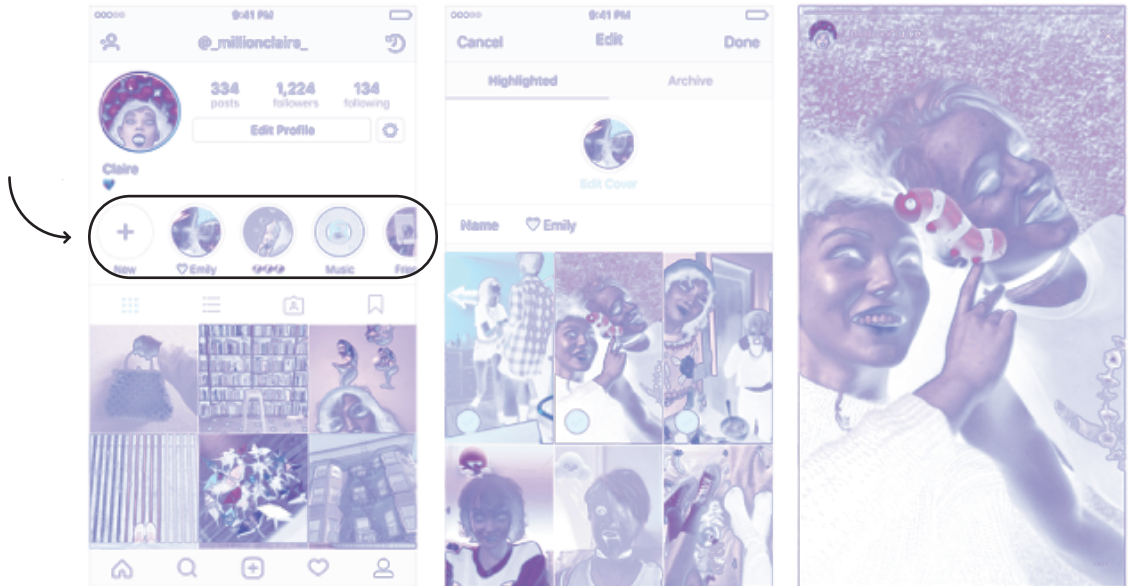
H. Organisasi Inbox

Instagram mengubah kontak masuk DM (inbox) dengan membaginya menjadi 3 tab: Utama, Umum, dan Permintaan. Pada tab Utama akun Instagram akan menerima semua DM. DM yang ada pada tab Utama bisa dipindahkan ke tab Umum dan Permintaan agar lebih terorganisir dan mudah diakses.



I. Reels Preview

Setelah Feed dan Stories Instagram meluncurkan Reels. Reels memberikan sarana untuk bisa mengupload video dengan durasi lebih lama. Tidak seperti feed dan stories yang dibatasi hanya sepersekian menit. Reels juga diberikan akses akan terlihat di preview berita serta profil followers pada akun. Preview itu hanya memutar Reels selama 60 detik saja untuk menarik followers melihat Reels secara penuh nantinya di akun.



J. Highlights

Memilih story Instagram penting untuk disimpan dan diletakkan pada profil akun ketika dikunjungi. Anda bisa memanfaatkan fitur ini sebagai katalog yang dapat diakses dengan cepat pada akun bisnis Instagram. Bisa berisi informasi terkait produk, macam-macam produk, daftar harga produk, diskon, promo, testimoni, dsb. Sehingga pengunjung tidak perlu mencari ke postingan lama di feed Instagram.

K. Panggilan Suara untuk Akun Bisnis

Instagram meluncurkan fitur panggilan suara layaknya Whatsapp. Sehingga ketika pelanggan ingin melakukan panggilan suara kepada penjual tidak perlu repot untuk menyimpan nomer penjual lalu membuka di Whatsapp cukup gunakan fitur ini saja.



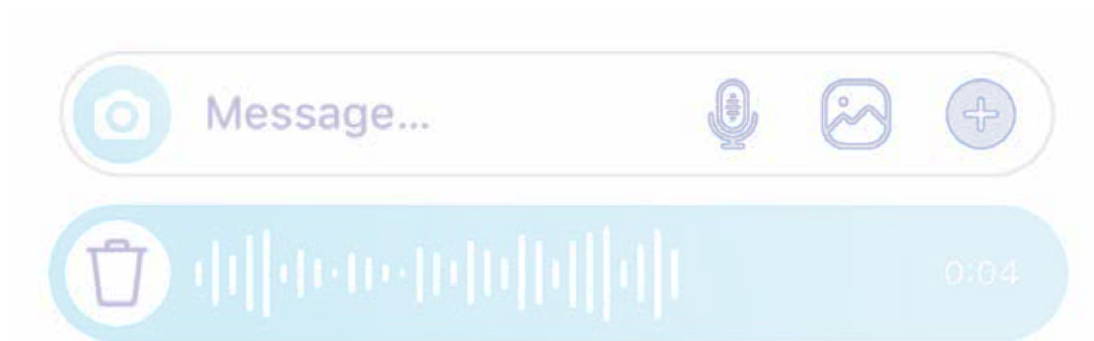
Kita dapat mengatur panggilan audio di profil bisnis Instagram. Kita tidak perlu lagi membagikan nomor telepon atau nomor WhatsApp di profil (menyesuaikan). Teman atau rekan kita dapat menelepon akun bisnis kita langsung di aplikasi Instagram.

Saat orang membuka profil kita, mereka akan melihat tombol panggil dan dapat memilih opsi panggilan audio Instagram. Sebelumnya, kita harus mengaktifkan fitur panggilan, ini berarti bahwa jika bisnis kita memilih panggilan audio di Instagram, orang dapat menelepon bisnis kita tanpa membuka pesan terlebih dahulu.

Untuk mengaktifkan panggilan pada akun Instagram, kita perlu pergi ke fitur edit profil, dan memastikan hal-hal berikut:

1. Buka profil bisnis Anda di Instagram.
2. Ketuk Edit Profil.
3. Di bawah Informasi Bisnis Publik, pilih Opsi Kontak.
4. Pilih audio panggilan Instagram.
5. Ketuk untuk mengaktifkan suara panggilan.
6. Ketuk Selesai.

Sekarang, kita telah memperbolehkan orang untuk melakukan panggilan audio langsung ke akun bisnis kita di Instagram.



L. Tinggalkan Pesan Saat Panggilan

Demi mejalin komunikasi yang baik walaupun saat anda sibuk tidak bisa membalas telepon di indtagram dengan fitur ini dapat mencegah kesalah pahaman antara penelepon dengan akun Instagram yang dia telepon. Dengan fitur ini ketika anda tidak bisa membalas telepon akan diberikan opsi template pesan seperti "Saya sedang sibuk sekarang, ada apa?" "Saya sedang di jalan", "Tidak bisa telepon sekarang. Nanti saya telepon balik!", atau bisa membuat pesan ini sendiri sesuai kebutuhan.

Sekarang sudah sedikit hambatan untuk memulai bisnis dengan fasilitas teknologi yang telah maju seperti ini. Anda bisa memulai bisnis kapanpun anda mau, produk atau jasa yang anda jual secara online melalui aplikasi populer instagram. Karena Instagram telah memfasilitasi semua keperluan bisnis anda melalui fitur-fiturnya untuk menjalin komunikasi dan relasi baik antara penjual dan pembeli diranah social media. Dengan penjelasan dan pengenalan fitur-fitur Instagram ini bisa membantu anda untuk memulai serta mengembangkan bisnis anda. Tak hanya meningkatkan profit, tapi juga mempermudah anda mengelola bisnis hingga ke cara berkonten promosi yang baik di Instagram. Mari kita memulai bisnis secara kreatif dengan apa yang kita punya, bisa dengan menggunakan Instagram.

Panduan Photography Untuk Konten Instagram

Mengambil gambar yang bagus memang bukan hal yang mudah bagi sebagian orang, tanpa pengetahuan yang cukup akan menghasilkan gambar yang kurang maksimal, seperti kualitas gambar yang buruk, pencahayaan yang kurang baik, atau tidak dapat menentukan fokus komunikasi pada satu gambar tertentu. Mengambil gambar yang baik untuk di post pascaku Instagram tidak harus menggunakan peralatan yang mahal, dengan menggunakan kamera dari handphone kita pribadi juga dapat menghasilkan kualitas gambar yang baik asal benar-benar memahami beberapa prinsip berikut:

A. Pencahayaan yang layak

Dalam menghasilkan sebuah foto yang baik memang diperlukan sebuah pencahayaan yang baik, dengan pencahayaan yang baik kamera akan dapat menangkap detail gambar dengan lebih baik dan terhindar dari noise yang tidak diinginkan. Teknik pencahayaan pada photography identik dengan penggunaan berbagai alat bantu pencahayaan berteknologi tinggi yang tentunya juga akan sangat menguras kantong, namun dengan memahami standar pencahayaan yang baik untuk photography kita dapat memanfaatkan pencahayaan alami pada waktu-waktu tertentu untuk memaksimalkan hasil foto bahkan tanpa alat bantu pencahayaan sekalipun.

Berikut beberapa solusi pencahayaan dalam menghasilkan foto yang baik menggunakan pencahayaan alami (tanpa pencahayaan buatan):

- Hindari membelakangi cahaya.

Teknik pengambilan gambar dengan membelakangi cahaya sebagian besar dilakukan untuk mendapatkan siluet yang indah dari sebuah bentuk tertentu, namun bagi foto produk yang harus menonjolkan detail produk dengan baik akan menjadi kurang relevan, selain produk tidak tertampil dengan baik, audien juga akan kebingungan mengidentifikasi objek yang mereka lihat (kecuali memang diperuntukkan untuk menjadi misteri/mengundang penasaran).

- Waktu pencahayaan alami terbaik

Meskipun mengambil gambar saat siang hari sangat direkomendasikan karena tidak perlu menggunakan alat pencahayaan buatan, ternyata jika sinar matahari berlebih akan membuat gambar menjadi terlalu silau. Untuk itu dalam memaksimalkan cahaya alami direkomendasikan untuk mengambil gambar pada saat pagi atau siang hari dengan rentang waktu 08.00 - 10.00 saat pagi dan 15.00 - 16.00 pada saat sore hari. Pada rentang waktu tersebut cahaya matahari tidak terlalu kuat, cukup lembut untuk menghasilkan gambar yang baik, dapat menampilkan detail-detail objek dan menghindari kontras yang terlalu tinggi (kesan silau).

- Hindari mengambil gambar di saat malam

Masih banyak orang yang belum mengetahui bahwa mengambil gambar/foto pada saat malam hari memiliki tingkat kesulitan yang sangat tinggi, mengambil foto pada malam hari dapat menimbulkan gambar tidak fokus atau noise yang amat tinggi, hal tersebut dikarenakan sumber cahaya yang sangat sedikit sehingga membuat hasil foto cenderung gelap dan tidak fokus.

Meskipun malam hari bagi kebanyakan orang merupakan waktu yang santai karena mayoritas telah menyelesaikan berbagai kewajiban atau aktivitasnya, namun ternyata mengambil gambar saat malam -

perlu dipertimbangkan matang-matang dan memprioritaskan the golden moment untuk mengambil gambar, yaitu pada saat siang.

B. Kualitas gambar yang baik

Kualitas sebuah produk seringkali dikaitkan dengan kualitas komunikasi yang dilakukan oleh produk tersebut, baik itu yang bersifat promosi maupun tampilan fisik dari produk itu sendiri. Kualitas gambar memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun citra positif dimasyarakat, dengan kualitas gambar yang baik pada sebuah produk akan membantu meningkatkan kesan positif dimasyarakat, begitupun jika kualitas gambar yang ditampilkan memiliki kualitas yang buruk, tentu saja akan memunculkan keraguan dibenak masyarakat, seperti: tidak memiliki kesan profesional, murah, ataupun muncul kesan tidak terencana dengan baik/tidak menarik.

Berbicara tentang kualitas gambar tentunya merujuk pada beberapa kriteria dasar yang dapat dipertimbangkan dalam mengambil gambar untuk keperluan promosi, seperti sebagai materi post pada media sosial maupun media lain yang bertujuan untuk meningkatkan kesan positif dimasyarakat. Beberapa kriteria dasar diantaranya dijelaskan sebagai berikut:

- Fokus

Mengambil gambar atau foto tentu tidak harus menggunakan kamera profesional, kita dapat memanfaatkan karena handphone yang saat ini sudah semakin baik. Pastikan fokus kamera sudah jatuh pada titik fokus yang diinginkan, jangan sampai gambar yang kita publikasikan terlihat blurr atau tidak fokus. Tanda gambar tidak fokus salah satunya terdapat semacam bayangan atau efek getar pada gambar sehingga objek tidak fokus / tajam.

- Menghindari nois

Nois yang muncul pada gambar biasanya dikarenakan kurangnya cahaya diarea pengambilan gambar, sehingga akan muncul efek bintik-bintik pada gambar, nois dapat mengganggu fokus produk, atau dapat mengurangi kesan yang ingin ditonjolkan. Tips untuk menghindari nois dapat memanfaatkan area dengan pencahayaan yang cukup sehingga kamera dapat mengambil gambar dengan baik tanpa harus terganggu dengan munculnya efek nois pada gambar.

- Gelap

Pengambilan gambar yang terlalu gelap dapat menyulitkan audience dalam mengamati produk yang harusnya ditonjolkan, salah satu solusi untuk menghindari kualitas gambar yang gelap dapat meningkatkan kecerahan warna-

menggunakan software editing gambar, software editing gambar juga banyak tersedia pada aplikasi standar sebuah handphone. Dengan kontras yang baik, produk pada gambar akan terlihat dengan lebih mudah serta audience dapat lebih mudah mengenali karakteristik produk atau menarik perhatian.

- Gambar Goncang

Jika kita belum familiar dengan photography umumnya tangan kita akan sulit sedikit bergerak pada saat mengambil gambar, efek dari hal tersebut dapat membuat gambar terlihat bergoyang atau tidak simetris (miring). Salah satu solusi untuk permasalahan tersebut kita dapat memanfaatkan tripod yang saat ini sudah semakin mudah ditemukan dengan berbagai harga yang terjangkau untuk memastikan kualitas gambar yang kita hasilkan stabil, bahkan pada saat menggunakan kamera sederhana dari perangkat handphone sekalipun.

C. story/cerita

Salah satu unsur utama dalam komunikasi menggunakan media Instagram adalah cara kita dalam menyampaikan informasi atau cerita, dengan teknik penceritaan yang baik akan lebih mudah membangun pemahaman atau pengalaman tertentu bagi pembacanya. Susunan kata yang digunakan pada setiap postnya pun dapat menggambarkan karakter ataupun profesionalisme dari brand yang diusung, untuk berkomunikasi dengan audience yang santay atau muda,

sedangkan model komunikasi profesional formal seperti yang biasa dilakukan dikantor atau perusahaan akan lebih cocok menggambarkan komitmen kuat serta etos profesional perusahaan bagi audience yang menginginkan pelayanan profesional serta terstruktur.

Untuk menghasilkan cerita atau narasi yang baik terdapat beberapa tips yang dapat menjadi rujukan agar komunikasi menjadi lebih kreatif, sesuai dengan market serta membangun perasaan (senang) bagi pembacanya:

- Angkat cerita keseharian

Bagi anda para pemilik produk dan ingin lebih mengenalkan produk kepada masyarakat, salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan menceritakan keseharian tempat usaha, mulai dari kegiatan pegawai ataupun menceritakan detail produk. Bagian cerita atau latar belakang produk yang dimiliki kepada audience untuk lebih membangun kedekatan emosi, kita juga dapat menambahkan testimoni dari pelanggan lain yang telah menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan untuk lebih meyakinkan audience.

Selain itu cerita keseharian juga dapat diisi dengan profil, filosofi, sejarah perusahaan, atau bahkan visi kedepan yang ingin dicapai oleh usaha yang kita jalankan. Berbagai kelebihan dari setiap produk juga dapat diceritakan dengan terperinci untuk mengkomunikasikan keunggulan produk secara lebih konsisten.

- **Bagikan tips dan trik**

Salah satu upaya untuk meningkatkan cerita produk adalah dengan rutin membagikan tips dan trik terkait produk atau jasa yang ingin ditawarkan, mulai dari membagikan tips memilih produk yang baik, tips merawat produk, hingga tips ketika terdapat kendala pada produk atau jasa yang kita tawarkan. Dengan model komunikasi tersebut, konsumen akan merasa ada hubungan lebih dari sebuah pemilik usaha yang lebih dari menjual atau membeli produk. Banyak informasi terkait produk dan jasa yang mungkin belum diketahui oleh penggunanya, dengan adanya informasi tips dan trik terkait produk juga akan meningkatkan nilai dari produk atau jasa itu sendiri.

- **Buat narasi lebih interaktif**

Setiap orang pasti memiliki pengalaman tersendiri terhadap suatu produk, pancing audience untuk menceritakan pengalaman menarik tersebut atau gunakan kalimat tanya yang dapat mentrigger komunikasi dengan audience. Beberapa pertanyaan yang dapat kita ajukan diantaranya seperti pengalaman paling berkesan dengan produk tertentu, membagikan tips dan trik atau meminta pendapat audience terhadap sebuah kondisi tertentu. Setiap interaksi pada media sosial Instagram terkait produk kita hendaknya direspon dengan baik, menjawab atau memberikan reaksi pada setiap interaksi yang dilakukan

oleh audience akan meningkatkan kedekatan emosi, menimbulkan rasa perhatian dan merasa lebih dekat.

D. Emphasis

Setiap komposisi visual yang komunikatif hendaknya memiliki hierarki yang baik pada audience, hierarki visual tersebut menuntun pembaca untuk mengetahui alur informasi, mana yang harus dilihat atau dibaca pertama, setelahnya, hingga bagian yang harus dilihat terakhir. Penentuan emphasis pada komposisi visual dapat dibedakan melalui bentuk, warna, ukuran, ataupun karakter dari objek visual yang ditampilkan, semakin audience dimudahkan dalam memahami emphasis atau hierarki visual maka komunikasi yang dibuat akan lebih mudah untuk dipahami, sebaliknya jika hierarki visual tidak disusun dengan baik, maka dapat menimbulkan perasaan tidak nyaman dan kekeliruan dalam menerima pesan yang ingin disampaikan.

Dalam setiap desain post Instagram hendaknya setiap creator memahami pesan utama yang ingin disampaikan, membuat audience lebih mudah memahami komunikasi yang ingin kita sampaikan dengan menonjolkan objek utama serta meminimalisir objek lain yang dapat mengurangi efektivitas komunikasi. Perlu diingat bahwa user melihat berbagai gambar dengan cepat pada media sosial Instagram, sehingga efisiensi komunikasi visual juga sangat penting untuk direncanakan.

Cara-cara yang dapat digunakan untuk meningkatkan emphasis pada setiap-

unggahan antara lain dengan menampilkan objek utama pada latar belakang yang polos, atau menata keunikan komposisi objek utama agar berbeda dengan objek lain yang ada disekelilingnya. Ada banyak cara untuk meningkatkan emphasis pada objek, gunakan cara yang paling kreatif untuk meningkatkan daya tarik di antara banyaknya gambar serupa yang ditampilkan pada media Instagram.

E. memanfaatkan angle kamera

Untuk menceritakan pengalaman yang berbeda, kita perlu menyampaikan cerita dari sudut pandang yang berbeda, hal tersebut juga berlaku pada unggahan instagram yang akan kalian buat, dengan menggunakan angle atau sudut pandang yang berbeda dalam menampilkan produk tertentu akan memberikan kesan yang berbeda, kesan kebaruan yang lebih menarik dibandingkan jenis sudut pengambilan gambar yang itu-itu saja.

Untuk meningkatkan impresi dari produk yang ingin kita tampilkan pada media instagram setidaknya ada beberapa angle yang dapat direkomendasikan, diantaranya adalah front angle, low angel, high angle. Dengan memberikan variasi sudut pandang pada gambar yang kita bagikan akan menambah cerita atau kesan tersendiri pada produk.

Text Guide

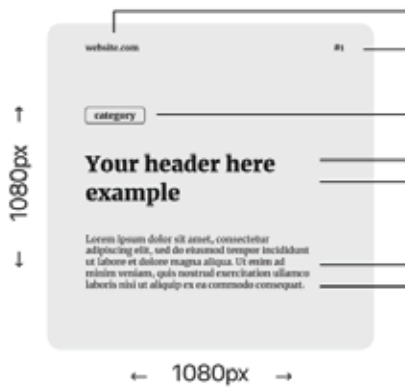
Terdapat beberapa unsur desain yang saling menunjang dalam sebuah instagram post, salah satunya adalah unsur text yang berfungsi sebagai penjas dari sebuah gambar yang ditampilkan, untuk itu sangat penting dalam memahami ukuran ideal pada sebuah font yang akan digunakan dalam merancang instagram post yang kita inginkan. Terdapat beberapa panduan untuk memastikan bahwa setiap tulisan yang ditampilkan dapat terbaca dengan baik, tidak terlalu kecil yang mengakibatkan text menjadi sulit dibaca atau bahkan tidak terbaca.

Terdapat beberapa unsur desain yang saling menunjang dalam sebuah instagram post, salah satunya adalah unsur text yang berfungsi sebagai penjas dari sebuah gambar yang ditampilkan, untuk itu sangat penting dalam memahami ukuran ideal pada sebuah font yang akan digunakan dalam merancang instagram post yang kita inginkan. Terdapat beberapa panduan untuk memastikan bahwa setiap tulisan yang ditampilkan dapat terbaca dengan baik, tidak terlalu kecil yang mengakibatkan text menjadi sulit dibaca atau bahkan tidak terbaca.

Menentukan ukuran font pada instagram post dengan rasio area 1080px x 1080px tentu saja sangat jauh berbeda dengan pengaturan umum pada area kerja A4, dengan ukuran text 12pt sampai dengan 14pt. Maka dari itu terdapat panduan ukuran text yang dapat digunakan untuk memastikan ukuran text yang digunakan pada instagram post tetap dapat terbaca dengan baik, font yang digunakan sebagai panduan adalah font populer yang umumnya digunakan dalam merancang instagram post, untuk penggunaan font dengan tingkat kerumitan lain diperlukan uji coba pada masing-masing font untuk mengetahui efektivitas panduan secara lebih lanjut.

Panduan ukuran font ideal pada instagram post berikut dibagi menjadi beberapa kategori dengan rasio area kerja 1080px x 1080px resolusi 300ppi, format warna RGB, diantaranya adalah: web name, page number, category, heading, line height, Letter spacing, serta body text.

Post Sizes



- Website name **Merriweather Italic 30 punto**
- Post page number **Merriweather Bold 30 punto**
- Category **Merriweather Bold 30 punto**
- Heading **Merriweather Black 72 punto**
- Line height 1.5x
- Letter spacing 0.5%
- Body text **Merriweather Regular 30 punto**

Panduan tersebut dapat digunakan untuk memastikan bahwa setiap tulisan yang ditampilkan pada setiap instagram post dapat dilihat dan dibaca dengan baik oleh audiencenya. Panduan ukuran text diatas mengacu pada penggunaan utama mobile phone fullscreen reguler,

dengan menggunakan ukuran font yang lebih kecil dari acuan ukuran reguler maka akan memunculkan resiko ketidak terba- caan atau bahkan meningkatkan kesulit- an pada audience sehingga menghindari informasi yang harusnya tersampaikan.

Kategori	Ukuran (dalam Pt)	Jenis font
web name	30	Roboto
page number	30	Roboto
category	30	Roboto
heading	72	Roboto
line height	1,5x	Roboto
Letter spacing	0,5%	Roboto
body text	30	Roboto

Scheduling Post

Perkembangan pada era digital membuat informasi jadi lebih mudah dan cepat untuk diperoleh. Teknologi memiliki peranan yang sangat penting karena hampir semua informasi diperoleh dari internet. Perkembangan teknologi dan internet yang sangat pesat inilah yang mempermudah masyarakat dalam menyampaikan serta mendapatkan informasi. Tidak hanya keuntungan dalam mendapat informasi, namun proses jual beli juga sudah banyak dilakukan dengan menggunakan media internet. Dengan adanya perkembangan teknologi, media komunikasi manusia juga berkembang dengan adanya media sosial.

Tingginya penggunaan media sosial juga menciptakan peluang dalam hal strategi perusahaan. Di era digital ini sudah banyak perusahaan yang memanfaatkan media sosial sebagai cara mereka menjalin komunikasi. Penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain dapat dilakukan dengan mudah dengan adanya media sosial. Oleh karena itu masyarakat ingin mempunyai akun agar dapat berselancar di media sosial. Tidak hanya untuk akun pribadi, namun tidak jarang seseorang membuat beberapa akun di media sosial karena adanya minat jual beli yang tinggi pada dunia digital.

Penggunaan media sosial dalam proses jual beli merupakan cara yang inovatif dalam melakukan kegiatan perusahaan saat ini.

Instagram memiliki peran yang penting sebagai salah satu aplikasi jejaring sosial yang digunakan untuk berbagi momen dalam bentuk gambar maupun video yang kemudian dibagikan ke media sosial. Oleh karena itu Instagram lebih mudah digunakan sebagai media komunikasi pemasaran karena terfokuskan pada tampilan visual. Instagram telah memiliki fitur story, dimana pengguna dapat berbagi cerita pada seluruh pengguna di instagram, terkecuali untuk akun privat, yang bersifat sementara dan tidak dapat dilihat setelah 24 jam. Semakin berkembangnya waktu, instagram pun memunculkan fitur reels, dimana pengguna dapat berbagi video yang berukuran seperti ukuran story, namun nantinya akan ada pada postingan feeds. Reels merupakan fitur yang banyak digunakan untuk pemasaran karena reels dapat lebih mudah tersebar pada pengguna instagram lain yang bahkan tidak mengikuti akun kita, terkecuali untuk akun privat.



Semakin berjalannya waktu instagram menciptakan fitur-fitur yang menarik dan bermanfaat untuk para pengguna. Fitur-fitur tersebut dapat kita gunakan sebagai cara untuk mempromosikan usaha maupun jasa yang kita miliki. Agar dapat menarik perhatian pengguna instagram harus dilakukan perencanaan dalam pembuatan konten pada fitur-fitur yang ada. Perencanaan konten dilakukan dengan mengidentifikasi jenis materi yang ingin dihasilkan dan menetapkan pedoman tentang bagaimana hal tersebut harus dilakukan. Perencanaan konten akan menentukan siapa yang bertanggung jawab membuat materi, apa yang akan digunakan, dan bagaimana hal tersebut akan memengaruhi strategi konten secara keseluruhan. Perencanaan konten memungkinkan perusahaan untuk -

menargetkan pelanggan potensial di semua tahap perjalanan pembeli dan mendukung upaya pemasaran.

Pemasaran yang sukses membutuhkan pembuatan konten yang menarik secara terus-menerus. Perusahaan akan merasa lebih mudah untuk berkolaborasi, menghasilkan, dan bertukar konten jika perusahaan merencanakan konten ke depan. Strategi konten yang cerdas akan membantu perusahaan dalam membuat konten yang akan meningkatkan lalu lintas dan penjualan. Satu konten populer, apa pun jenisnya, dapat menimbulkan pembicaraan lama setelah dibuat.

Perencanaan konten juga dapat membantu perusahaan dengan taktik bisnis penting seperti penganggaran dan permintaan sumber daya. Dapat diketahui dengan mudah apa yang dibutuhkan untuk membuat dan mendistribusikan konten, sehingga dapat menghindari biaya dan penundaan yang berlebihan. Strategi konten dan perencanaan konten adalah dua gagasan yang berbeda dalam kenyataan. Strategi konten menentukan di mana materi muncul di semua platform pemasaran perusahaan. Di sinilah diletakkan semua tujuan pemasaran dan bagaimana perusahaan berniat untuk mencapainya.

Saat strategi tersebut sudah siap, kita akan beralih ke perencanaan konten untuk mencari tahu bagaimana kita akan menerapkannya. Rencana konten akan mencantumkan semua aset dan data yang diperlukan untuk memenuhi tujuan strategi.

Lalu, untuk siapa konten tersebut dibuat? Hal yang pasti diperhatikan baik dalam membuat konten apapun adalah siapakah target audience atau siapa orang-orang yang dituju oleh konten yang kita buat. Misalkan saja kita membuat konten tentang acara atau animasi untuk anak-anak, tentu saja desain kontennya harus yang ramah di mata anak-anak maupun orangtua karena sebagian besar target yang dituju adalah orang-orang yang sudah memiliki anak, bisa dibuat dengan kesan cerah dan colorful karena rata-rata anak kecil suka atau betah melihat hal-hal yang penuh warna dan juga untuk mengasah imajinasi mereka.

Lalu bukan hanya desain konten yang diperhatikan tetapi bagaimana bentuk konten tersebut dibuat apalagi sekarang kita berada di jaman digital dan sosial media rata-rata orang menggunakan akun-akun sosial media mereka untuk berinteraksi dengan para audience entah itu di Youtube, Instagram, Twitter ataupun Tiktok.

Dimana sebaiknya kita mempublish konten kita? Sudah kita singgung sedikit di point pertama tentang bentuk dan platform konten kita, letak dan platform konten juga sangat penting agar mencapai target audience yang maksimal kita ambil contoh seperti tadi, kita ingin membuat konten untuk anak-anak maka kita harus melihat juga di tempat mana dan di aplikasi mana yang sedang trending di masyarakat misalkan sekarang anak muda serta orang dewasa suka sekali bermain aplikasi Tiktok maka diusahakan membuat konten untuk Tiktok atau contoh lain seperti Youtube yang sudah menjadi template yang sangat umum di masyarakat maka kita juga bisa membuat konten untuk di Youtube atau bisa juga di Instagram karena sudah banyak sekali konten creator yang berada di Instagram apalagi sekarang di Instagram sudah ada fitur IGReels yang dimana fitur ini hampir seperti di Tiktok.

Untuk content planning sendiri kita bisa menggunakan segala macam template entah dimanapun dan berapapun, tetapi disarankan untuk menggunakan 1 sampai 3 platform saja, tujuannya agar memudahkan kita dalam melakukan atau mengatur planning untuk konten kita, tapi jika kita memiliki tenaga kerja yang memadai seperti agensi atau kelompok

projek atau kita bisa juga menyewa orang untuk menghandle akun akun untuk konten kita maka mengambil banyak platform bukanlah masalah.

Lalu, apa yang menjadi masalah dalam pembuatan konten ? Analisis yang paling penting untuk mendukung kelancaran dan system content planning kita yaitu melihat apa yang menjadi sumber masalah kita dalam pembuatan konten bisa saja masalahnya terletak pada waktu, kemudian kesanggupan kita dalam membuat konten yang terjadwal atau mungkin juga masalah dalam membuat konsep yang di luar target konten kita dan masih banyak lagi. Dalam sebuah content planning konsistensi dalam membuat konten sangatlah penting oleh sebab itu di dalam content planning, planningnya harus matang dan terencana agar tidak terhalang apapun.

Contohnya saja pada saat kita membuat konten kita mengalami kendala dalam waktu untuk membuat konten dan memenuhi target jadwal upload, maka yang harus dilakukan adalah mengatur atau membatasi target konten yang dibuat entah dalam 1 minggu ke depan atau 1 bulan ke depan atau jika kita memiliki atasan tentu kita tidak bisa langsung merubah jadwal target upload konten maka kita harus mau tidak mau mengatur ulang waktu kita untuk membuat konten apakah masih bisa dilakukan atau tidak.

Kenapa konten ini dibuat dan kenapa konten ini berbeda? Memikirkan latar belakang serta maksud dan tujuan konten yang kita buat agar isi dari konten tersebut bisa jelas dan tidak melenceng

dari tema ataupun target audience, saat kita mengambil tema tentang Kesehatan kemudian kita ingin membuat konten tentang itu maka harus diketahui dulu maksud dan tujuan kontennya ingin diarahkan ke mana kemudian bersifat seperti apa universal atau untuk Sebagian orang saja agar konten bisa ditujukan ke orang dengan kondisi yang tepat.

Juga selain maksud dan tujuan juga yang perlu diperhatikan yaitu kenapa konten ini berbeda dari yang lain apakah terletak pada bentuk atau cara penyampaiannya atau konsepnya yang unik, hal hal tersebut perlu dipikirkan saat membuat konten agar konten yang dibuat menarik perhatian dan unik serta kreatif. Seorang konten kreator sudah pasti mempunyai persiapan yang matang sebelum menciptakan sebuah konten. Berikut beberapa persiapan yang bisa disiapkan:



Pengolah gambar untuk komputer.

Adobe Photoshop atau yang lebih sering disebut dengan Photoshop adalah salah satu software editing foto atau bitmap yang dikembangkan oleh Adobe. Software Adobe Photoshop ini dirilis pada tanggal 19 Februari 1990. Software ini bersifat komersial yang dimana kalau kita ingin menggunakan Adobe Photoshop, maka kita harus mempunyai lisensi dari pengembang aplikasi yang berupa serial key.

Adobe Photoshop dapat digunakan pada komputer dengan sistem operasi windows dan Mac OS. Fitur dari Adobe Photoshop juga sangat lengkap dan mampu menerima warna seperti RGB, CMYK, Lab Color, Grayscale, Bitmap dan Duotone.

Adobe Photoshop mampu untuk membuka ataupun menyimpan berbagai format file dengan format seperti jpg, jpeg, PNG, gif dan format lainnya. Photoshop juga memiliki format file khusus untuk projek seperti PSD, PSB dan PDD.

Pengolah gambar untuk handphone.

Canva adalah sebuah software desain grafis yang dirancang untuk mobile, yang memudahkan pengguna untuk merancang berbagai jenis desain secara online. Contohnya seperti membuat poster, brosur, dan lain sebagainya. Software Canva yang diluncurkan tahun 2013 ini dapat digunakan dengan handphone yang menggunakan sistem operasi iPhone dan Android.





Pengolah video untuk komputer.

Adobe Premiere Pro adalah software yang digunakan untuk menyunting video yang fokus kepada rangkaian gambar, audio dan video. Adobe Premiere Pro merupakan generasi lanjutan dari Adobe Premiere yang diluncurkan pada tahun 2003. Software ini sudah mencakup banyak kebutuhan orang dari berbagai pekerjaan seperti media televisi, iklan, konten kreator dan lain-lain.

Adobe Premiere Pro dapat digunakan bersama dengan aplikasi lain untuk bekerja sama, contohnya adalah Adobe After Effects yang digunakan untuk menciptakan efek, Ada juga Adobe Photoshop dan berbagai aplikasi pendukung lainnya. Tidak hanya berfokus pada video editing saja, Adobe Premiere Pro juga dapat memberikan video effects, dan sound effects. Karena fleksibilitas dari Adobe Premiere Pro, software ini disukai oleh para kreator karena software ini dapat digunakan untuk berbagai kebutuhan seperti company profile, video klip, cerita film dan lain sebagainya.



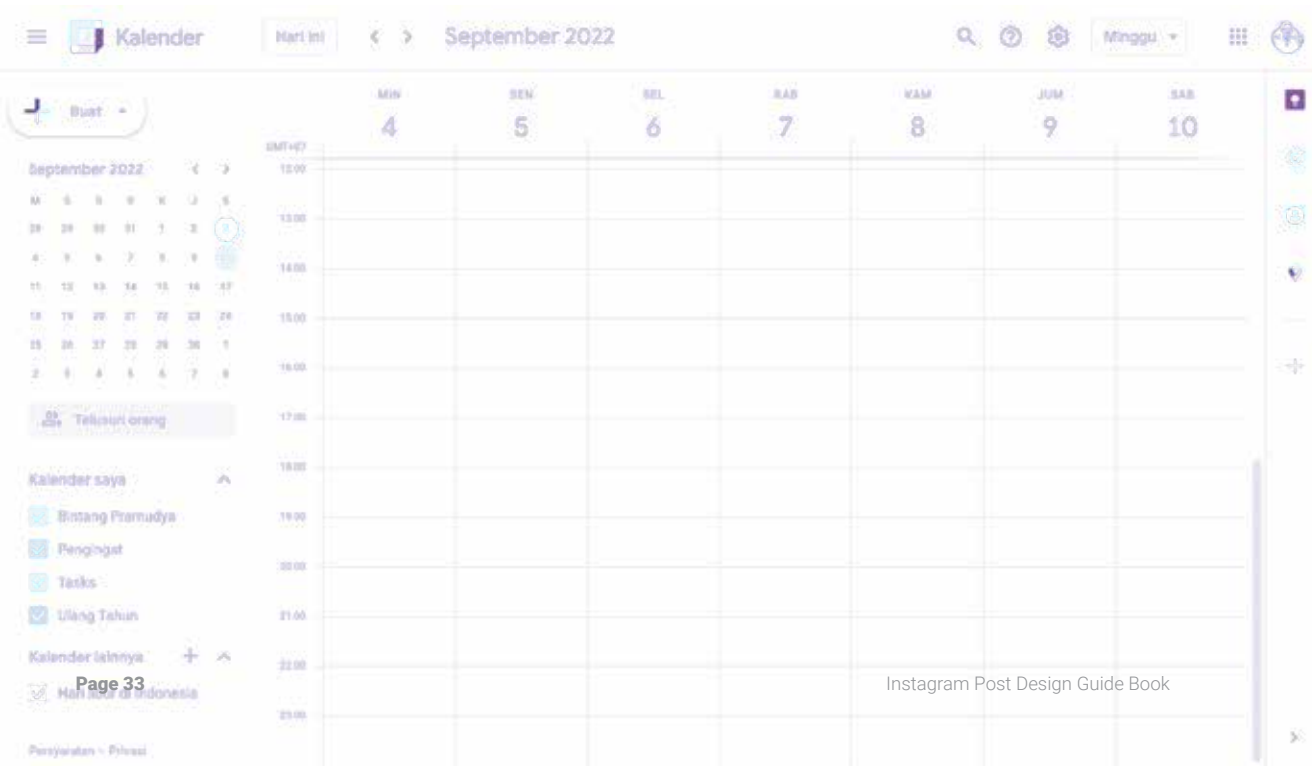
Pengelola video untuk handphone.

Kinemaster adalah software yang digunakan untuk editing video. Software ini dikembangkan oleh Nex Streaming (Perusahaan yang bergerak dalam bidang pengembangan perangkat lunak yang berpusat di Korea). Software ini diluncurkan pada tahun 2013 dapat mengelola video dan audio secara mobile. Software ini dapat digunakan di handphone berbasis sistem operasi iPhone dan Android.

Aplikasi Pengingat.

Google Kalender adalah software yang digunakan untuk mengelola waktu yang dikembangkan oleh Google yang di luncurkan pada tahun 2006. Google Kalender ini mewajibkan pengggunaanya untuk memiliki akun Google pada handphone ataupun komputer.

Aplikasi kalender gratis, Google Kalender yang disediakan oleh Google dapat digunakan untuk mengatur berbagai pengingat kegiatan. Dengan handphone keluaran terbaru, kita dapat menghubungkan Google Kalender keberbagai platform dengan satu akun saja. Walaupun menggunakan perangkat yang berbeda notifikasi Google Kalender tetap bisa tampil.



Proses Planning Untuk Content Creator

1. Riset Mendalam.

Anda mungkin tahu area industri anda baik luar dalam, namun juga memungkinkan akan adanya hal-hal yang belum diketahui. Pahami setiap sudutnya dengan meluangkan waktu untuk menelitinya, tidak ada yang akan 'menyelesaikan' keahlian mereka di suatu bidang. Menghabiskan waktu untuk meneliti pasti akan memicu beberapa ide-ide yang belum pernah anda pikirkan sebelumnya. Berikut beberapa hal yang dapat dilakukan: Majalah, buku, dan makalah industry yang ada, riset pesaing – seperti membaca situs web atau blog mereka. Kita tidak perlu terlalu khawatir tentang kata kunci pada tahap ini, kita hanya perlu membuat ide yang berpotensi menarik minat orang.

Penting untuk diketahui bahwa orang-orang yang terlibat dalam penelitian ini melakukannya sebagai aktivitas individu yang terfokus secara mendalam. Lagi pula, kita tidak dapat mendiskusikan makalah pemerintah setebal 60 halaman tentang suatu topik tanpa membacanya. Kedengarannya jelas, tetapi aktivitas yang mendalam sering kali ditinggalkan. Luangkan waktu untuk penelitian mendalam, berikan waktu untuk berpikir, dan kemudian munculkan ide. Tidak ada gunanya mencoba menjejalkan beberapa bacaan dalam 10 menit sebelum tahap berikutnya.

2. Lakukan brainstorm dan mindmapping

Setelah melakukan penelitian, kumpulkan ide-ide kasar untuk membentuk gambaran umum. Brainstorm bisa jadi tidak berguna jika diisi dengan hal-hal yang tidak berarti dan tidak memberikan kejelasan. Tetapi ini biasanya karena penelitian mendalam tidak dilakukan dengan benar. Lakukan dengan benar dan hal itu dapat bekerja dengan baik sebagai kolaborasi.

Melakukan diskusi kelompok akan memungkinkan anda memvalidasi ide-ide tertentu dan kemudian membangunnya menjadi rencana yang lebih kuat. Salah satu cara untuk melakukan ini adalah dengan menempatkan tim ke dalam hierarki di peta pikiran. Mindmeister adalah contoh alat yang sangat berguna.

3. Validasi ide-ide dari kata kunci.

Apakah ada cukup yakin pada ide Anda sehingga dapat meningkatkan volume pencarian? Salah satu alat terbaik untuk melakukan ini adalah SEM Rush (semrush.com), karena mengumpulkan volume Google untuk kata kunci tertentu sesuai dengan target pasar. Anda dapat menggunakan Keyword Planner, Soovle atau Answer the Public (answerthepublic.com), tetapi karena keterbatasan data, mungkin lebih baik digunakan pada tahap pertama.

4. Gunakan tools perencana.

Jika ingin membuat perencanaan konten Instagram yang benar-benar akan diikuti, kita memerlukan alat perencanaan konten keren yang berguna untuk memudahkan kita. Duduk dan unduh aplikasi Planner. Di penyedia aplikasi perangkat, kita dapat mengunggah foto dan video, mengedit foto dengan sempurna, membuat draf teks, menjadwalkan postingan dan cerita, meneliti tagar, dan meninjau analitik Anda. Kita juga dapat merencanakan strategi konten Anda menggunakan alat strategi.

5. Content style.

Memiliki Content style atau karakter konten akan membantu kita dalam membangun konsistensi sajian informasi yang diberikan kepada audience melalui akun media sosial. Berikut beberapa rekomendasi pemilihan konten yang dapat ditentukan, ditambahkan atau dikurangi untuk membangun konsistensi dalam mempublikasikan informasi pada akun Instagram.



Jika Anda memiliki ide sendiri dan sesuai dengan konsep Anda seperti 'resep', Anda dapat menambahkan ini sebagai tema konten khusus juga.

6. Membuat kalender editorial.

Saat merencanakan sebuah konten, spreadsheet hanya akan masuk ke dalam tempat sampah. Mengapa? Karena memang sama sekali tidak dirancang untuk tujuan itu. Mereka tidak kolaboratif, tidak fleksibel dan siapa pun yang mengelola spreadsheet hampir selalu membuang waktu untuk memformatnya, jika tidak, inputnya tidak akan dapat dipahami.

Design Reference

Teknologi yang terus berkembang pada era globalisasi ini menjadi salah satu penunjang dalam kehidupan bermasyarakat karena bersifat mempermudah, mempercepat, dan memberikan opsi alternatif dalam beraktivitas. Pemanfaatan teknologi ini dapat digunakan diberbagai sektor khususnya dalam berbisnis. Lahirnya berbagai jenis sosial media dari perkembangan teknologi, khususnya Instagram, dapat dimanfaatkan para pengusaha untuk mengembangkan serta mempromosikan bisnisnya kepada khalayak luas dengan mudah. Meskipun begitu diperlukan desain yang menarik untuk mempromosikan bisnis agar menonjol diantara para kompetitor di sosial media Instagram.

Ulasan berikut akan memberikan tips dan trik kepada para pengusaha khususnya UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah) dalam desain agar terlihat lebih menonjol diantara pasar dalam sosial media Instagram.

Terdapat banyak pesaing dalam mempromosikan bisnis pada sosial media Instagram. Desain visual yang menarik dan menonjol dapat mengatasi kesulitan tersebut. Berikut tips dan trik mendesain profil yang dapat diterapkan agar dapat menonjolkan bisnis dalam promosi di media sosial Instagram:

Desain post/ feeds profil Instagram

Mayoritas audiens baru cenderung memeriksa profil Instagram sebuah bisnis terlebih dahulu sebelum membeli produk tersebut. Profil dengan desain feeds teratur dan menarik akan meningkatkan kepercayaan audiens karena terlihat lebih profesional. Desainer perlu mengetahui 2 ukuran umum foto Instagram sebelum membuat desain feeds yaitu, 1080 x 1080 piksel dan 1080 x 566 piksel. Setelah mengetahui 2 ukuran umum foto, berikut 5 inspirasi yang dapat diterapkan dalam desain profil Instagram agar terlihat profesional (Stacey McLachlan, 2021):

A. Memainkan 1 kombinasi pallete warna

Menggunakan satu kombinasi pallete warna yang senada pada satu profil Instagram merupakan contoh yang umum karena mudah diaplikasikan.



Contoh gambar diambil dari:
 @the.orang.home
 2022

B. Menggunakan efek catur

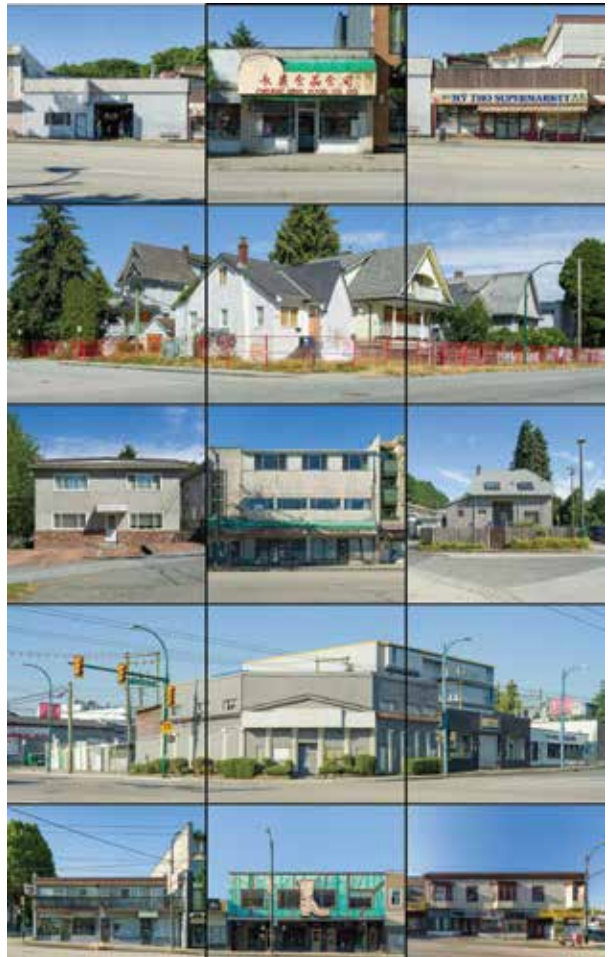
Memunculkan efek catur pada profil Instagram didapatkan dari menggunakan 2 jenis gaya berbeda seperti pada konten yang akan diposting.



Contoh gambar diambil dari:
@solidstarts
2022

C. Desain postingan konten sebaris

Desain postingan konten setiap sebaris mengharuskan desainer untuk menyiapkan 3 postingan dalam sekali waktu agar hasilnya satu baris rapi, terlihat satu kesatuan gambar meskipun terdiri dari tiga postingan yang terpisah.



Contoh gambar diambil dari:
@gregorygeipel
2022

D. Menyambung seperti puzzle

Desain konten feeds bersambung seperti puzzle cukup sulit untuk diaplikasikan namun akan menciptakan keunikan ketika setiap postingan bersambung dan menjadi selaras antar satu sama lain.

Setelah mengetahui beberapa inspirasi desain feeds yang dapat diaplikasikan pada profil instagram agar terlihat lebih profesional, berikut 5 tips yang harus diperhatikan ketika merencanakan desain feeds profil Instagram:

- A. Preview desain grid terlebih dahulu.
- B. Konsisten dalam gagasan desain.
- C. Keselarasan desain dan branding.
- D. Memanfaatkan alat untuk mengedit.
- E. Menjadwalkan waktu posting konten.



Contoh gambar diambil dari:
[@nelsonmouellic](#)
2022

Desain story Instagram

Fitur story pada Instagram dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan engagement akun bisnis serta membangun hubungan dengan audiens melalui interaksi. Pemanfaatan fitur tersebut dapat ditingkatkan dengan

memberikan desain pada setiap story yang akan diunggah. Berikut beberapa tips yang dapat dicermati ketika ingin mendesain story Instagram:

1. Menyiapkan atau merencanakan gaya dengan dengan mengumpulkan berbagai referensi desain dari berbagai sumber.
2. Instagram telah memberikan panduan berupa garis bantu untuk membantu user dalam mengetahui mana gambar yang akan tampil dan tidak, jika gambar yang kita siapkan melebihi garis bantu pada layar Instagram, maka ada kemungkinan gambar akan terpotong.
3. Manfaatkan atau gunakan fitur-fitur pada Instagram story untuk meningkatkan kesan ceria dan menyenangkan.

Setelah mengetahui beberapa tips dan trik dalam mendesain profil Instagram yang menonjol alangkah baiknya bila mulai mengerjakan desain tersebut. Salah satu aplikasi rekomendasi adalah Canva yang memberdayakan mayoritas masyarakat agar dapat membuat desain dengan mudah. Berikut tips dan trik mendesain yang dapat diterapkan pada aplikasi Canva agar menghasilkan desain menarik yang cocok dalam berbisnis di Instagram:

Pemilihan font

Penggunaan tipografi pada desain akan memperjelas informasi yang akan disampaikan. Penggunaan font pada tipografi sendiri akan lebih menarik jika menggabungkan beberapa jenis font, berikut tips dalam mengombinasikan font yang cocok.

Mengkombinasikan font serif dan sans serif.

(Jenis font serif)

(Jenis font san-serif)

Menggunakan kontras dengan perbedaan berat.

(Kontras huruf berwarna terang dan lembut)

jarak spasi, warna, gaya, maupun ukuran, Menghindari memilih jenis font yang terlalu mirip dengan font lain yang sudah digunakan.

Judul
Body text



(Font tidak kontras)

Judul

Lorem ipsum dolor
sit amet,
consectetur
adipiscing elit



(Font kontras)

Membatasi penggunaan jenis font pada sebuah desain, Menggunakan font dari satu keluarga yang sama; misalkan jika font yang dipilih ialah Times New Roman, maka dapat menggunakan Times New Roman jenis italic, bold, condensed, dan sebagainya selain regular.



Judul

Lorem ipsum
dolor sit amet,
consectetur
adipiscing elit



Judul

Lorem ipsum dolor
sit amet,
consectetur
adipiscing elit

Gaya dalam desain

Penggunaan sebuah gaya pada suatu desain akan membentuk keselarasan konten apabila digunakan secara berkala. Gaya yang akan digunakan pada desain dapat disesuaikan dengan jenis bisnis atau tema yang ingin dimunculkan. Berikut langkah-langkah yang dapat diikuti dalam menentukan gaya desain pada bisnis menurut International Design School:

- Mengenal kompetitor
Mengenal dan mempelajari kompetitor merupakan hal yang penting, khususnya dalam desain. Desain unik dan menarik dapat muncul setelah terinspirasi dari kompetitor lain.
- Menentukan gagasan
Gagasan yang penting dalam menentukan gaya desain adalah mengetahui target pasar dalam bisnis. Hal ini akan membantu dalam

menentukan gaya desain apa yang cocok dengan pasar yang akan dituju.

- Melakukan observasi desainer
Meneliti desainer melalui portofolio yang disediakan berguna untuk menentukan keselarasan antar gagasan dengan gaya desain desainer tersebut.

Setelah mengetahui bagaimana langkah-langkah untuk menentukan gaya desain untuk bisnis, selanjutnya dapat menuangkan ide ke dalam desain. Berikut beberapa tren gaya dalam desain grafis tahun 2022 yang dapat menjadi inspirasi untuk diaplikasikan pada desain (Olivia Hoskin, 2022):

a. Mengombinasikan elemen 2D dan 3D.

Kombinasi ini dapat memunculkan persepsi dinamis dimana audience disajikan informasi yang beragam, adanya kesan imajinatif, eksperimental dan tidak kaku.

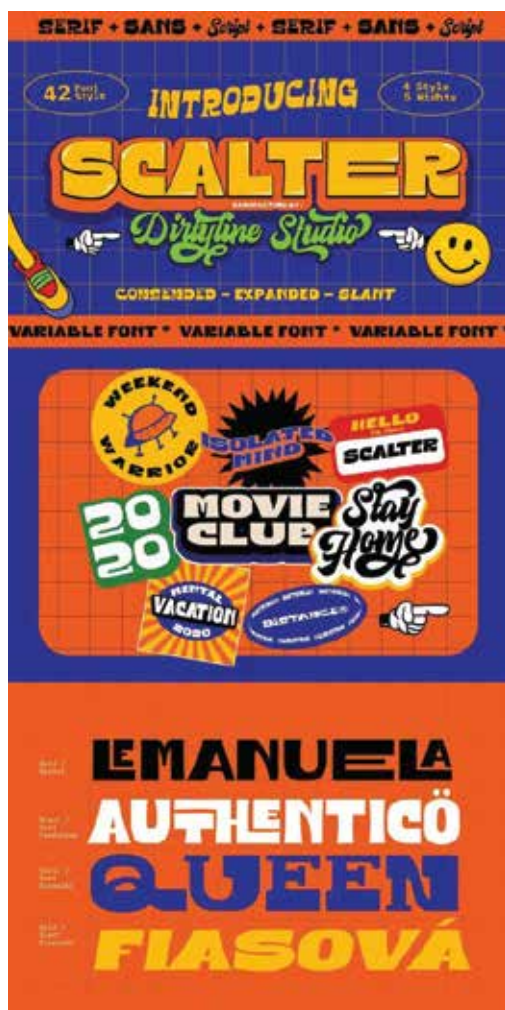




Contoh gambar diambil dari:
[behance.net/Flora](https://www.behance.net/Flora)
 2018

b. Nostalgia (90s).

Gaya desain ini sangat cocok bagi anda yang memiliki produk dengan gaya vintage, seperti membuka cafe vintage atau menjual barang-barang lama bagi kolektor benda antik. Kita dapat mengkombinasikan gaya lama dengan kesan modern, sehingga memunculkan kesan nostalgia dan nyaman bagi audience.

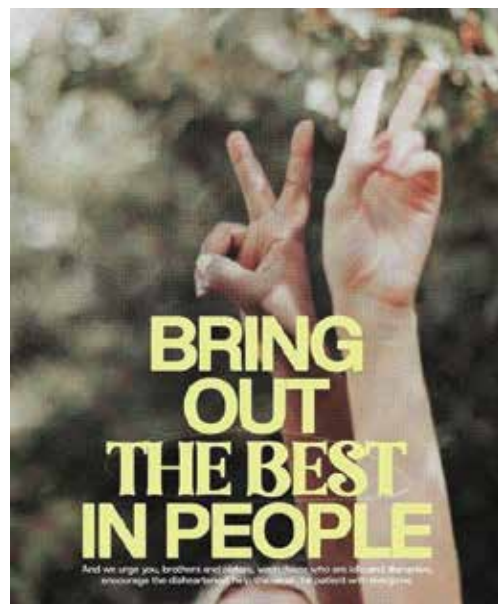
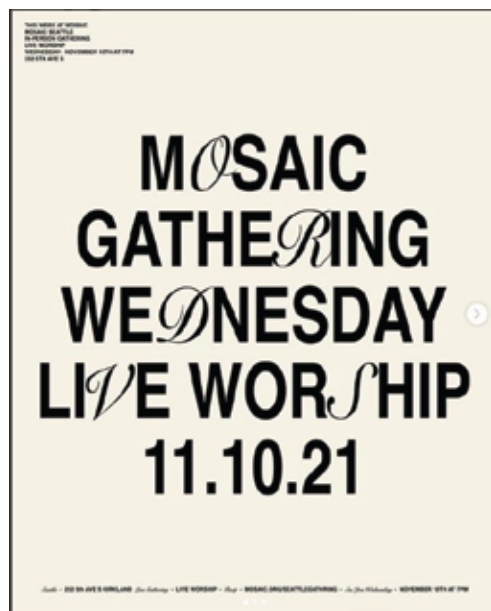
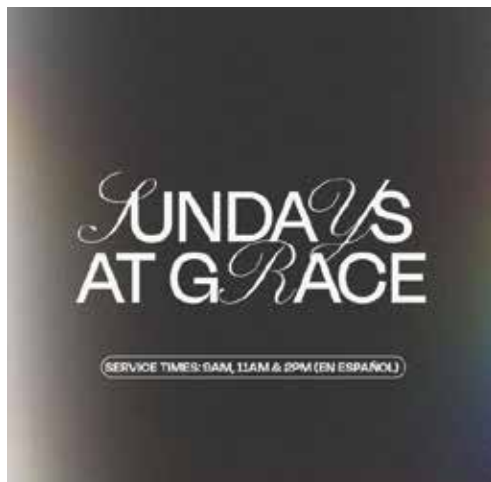




Contoh gambar diambil dari:
pinterest.com/roesdesign
2022

c. Twisted typography.

Komposisi desain yang memainkan pengkombinasian dua atau lebih jenis font yang berbeda dalam satu rangkaian kata. Kombinasi ini dapat memecah kejemuatan pembaca, dikarenakan perbedaan font yang muncul justru mencuri perhatian.



Contoh gambar diambil dari:
pinterest.it/3PApaOx
 2022

d. Candy colored vibes.

Gaya desain ini menonjolkan perpaduan warna yang kontras dan cenderung menggunakan warna-warna cerah seperti warna yang permen. Gaya desain ini cocok untuk mengkomunikasikan produk yang bernuansa muda, ceria dan menonjolkan unsur kesegaran.



Contoh gambar diambil dari:
www.freepik.com
2022



e. Anti-design / Brutalism / Dadaism.

Anti-Design merupakan gaya desain yang dengan sengaja melakukan pelanggaran-pelanggaran pada setiap aturan desain yang berlaku pada umumnya, seperti dengan sengaja menggunakan font yang sulit terbaca dengan posisi yang tidak simetris (acak). Gaya desain ini sangat cocok digunakan untuk mengisyaratkan kesan eksploratif dan berani.

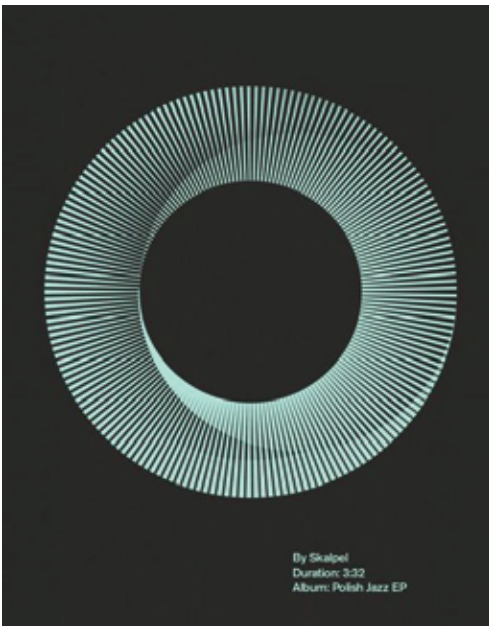
Contoh gambar diambil dari:
www.i.redd.it
 2022



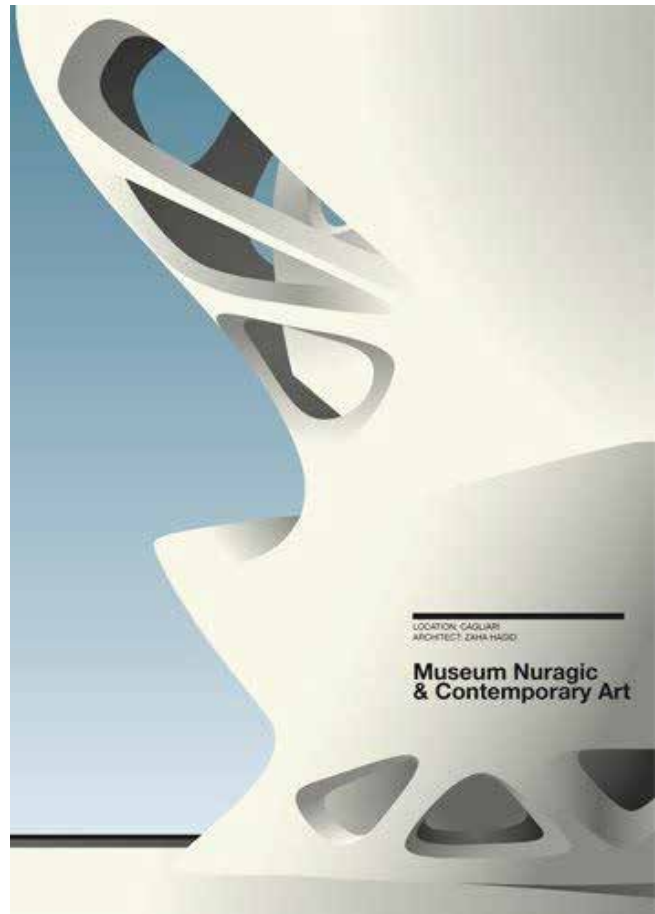
Lorem ipsum

f. Desain parametrik.

Desain parametrik adalah metode desain di mana fitur (seperti elemen bangunan dan komponen teknik) dibentuk sesuai dengan proses algoritmik, berbeda dengan dirancang secara langsung. Dalam metode ini parameter dan aturan menentukan hubungan antara maksud desain dan respons desain.

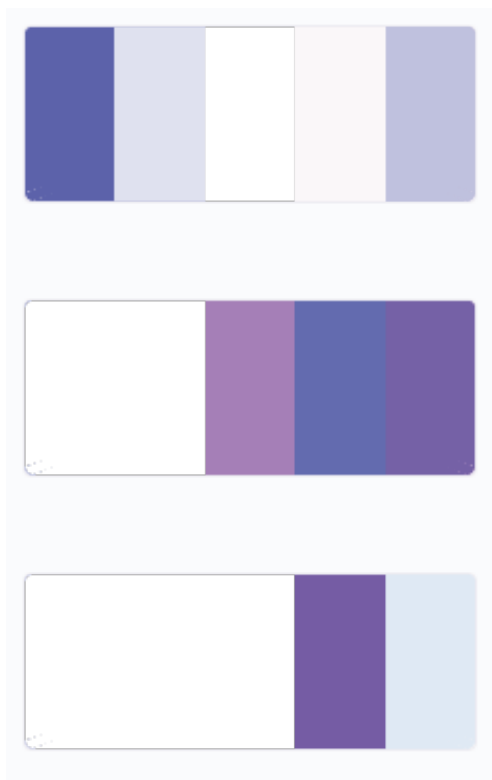


Contoh gambar diambil dari:
lemanoosh.com
2022

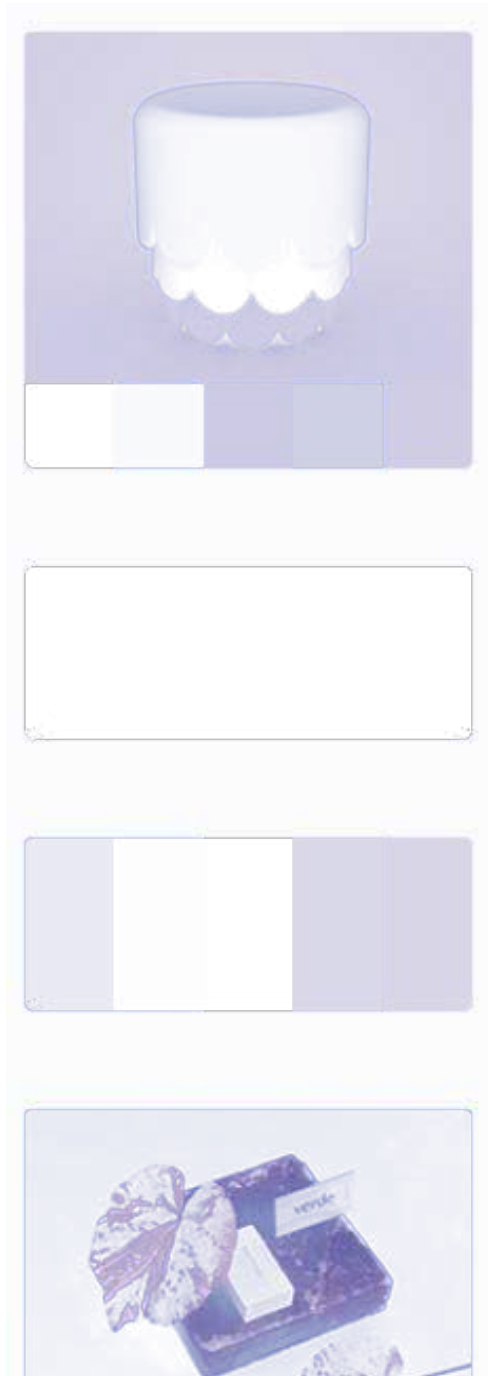


Pemilihan skema warna

Sesuai dengan artikel Whello, penggunaan warna menjadi penunjang kesan menarik atau tidaknya suatu desain. Perpaduan warna yang menarik dapat didapatkan setelah mempelajari teori dan psikologi warna. Penggunaan warna juga dapat diaplikasikan untuk meningkatkan brand awareness dengan menentukan warna sebagai karakteristik bisnis. Setelah memahami hal tersebut, pemilihan perpaduan warna dapat dibantu dengan tools seperti Adobe Color, COLOURLovers, maupun Coolers.



Contoh gambar diambil dari:
color.adobe.com
2022

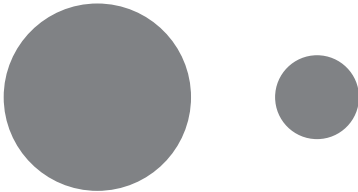


Hierarki visual

Menurut Interaction Design Foundation, hierarki visual merupakan prinsip bagaimana desainer merancang elemennya untuk menunjukkan elemen yang lebih penting terlebih dahulu. Hierarki visual dapat diaplikasikan pada:

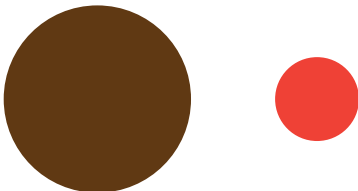
Ukuran:

Penggunaan ukuran yang lebih besar akan lebih terlihat atau visible.



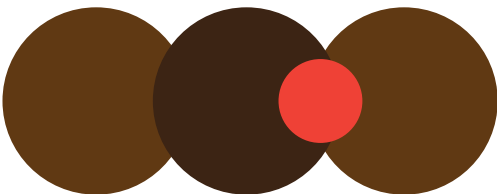
Warna:

Penggunaan warna terang akan lebih menarik perhatian.



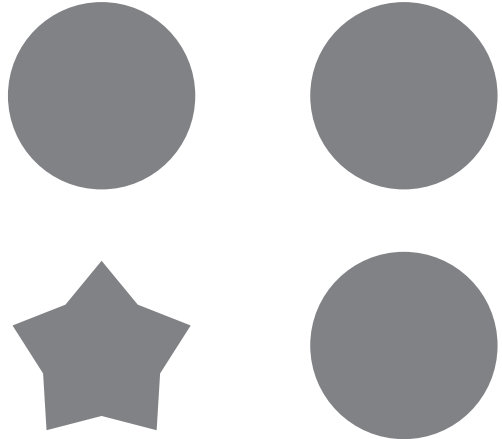
Kontras:

Penggunaan warna kontras akan lebih eye-catching.



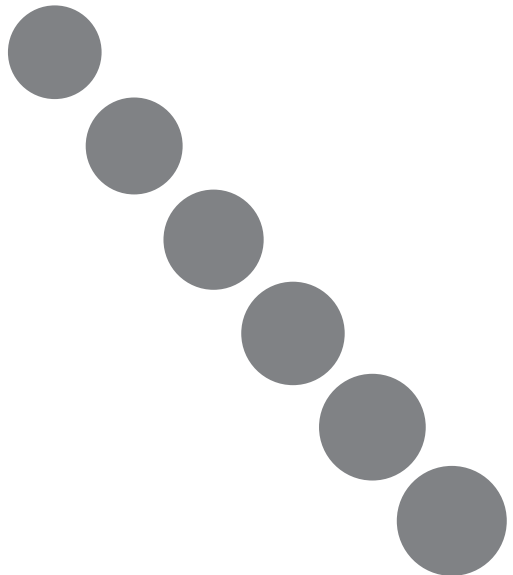
Keselaran (Alignment):

Elemen yang tidak selaras akan lebih menonjol daripada yang selaras.



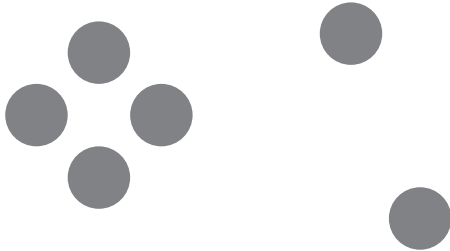
Repetisi:

Pengulangan gaya akan mengisyaratkan konten yang berhubungan.

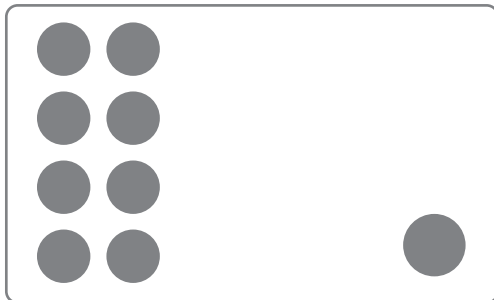


Kedekatan (Proximity):

Peletakan elemen dengan jarak dekat akan terlihat berhubungan.

**Ruang kosong (Whitespace):**

Ruang kosong diantara suatu elemen akan membuat mata tertuju pada elemen tersebut.

**Tekstur:**

Elemen yang memiliki banyak tekstur akan lebih menonjol.

**Kata kunci untuk elemen grafis.**

Aplikasi Canva memberikan banyak pilihan elemen grafis bagi penggunaannya. Agar tidak menghabiskan waktu dengan scrolling mencari elemen grafis, disediakan tempat untuk mencari elemen grafis tertentu dengan kata kunci spesifik. Kata kunci dalam mencari elemen grafis juga luas, berikut beberapa contoh kata kunci grafis yang sering digunakan menurut antra lain:

Ilustrasi Organik:

Delicate organic

**Organic blob**

Organic lines.



Canvatexturize.



Elemen kertas:
Brown paper.



Paper texture.



Brush pattern.



Gambar buatan tangan:
Basic hand drawn shapes.



Camping rustic drawing.



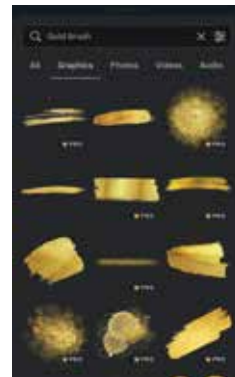
Elemen guratan lukisan:
Brushstroke.



Handdrawn animals.



Gold brush.



Handdrawn love.



Newbrushstroke.



Paint stroke.



Elemen warna-warni:
Playful.



Vivid contrast objects.



Bright leaves.



Bold foliage.



Elemen desain abstrak:
Aesthetic.



Abstract line.



Blogger doodle.



Abstract shapes.



Blob.



Inspirasi konten visual

Konten bisnis yang akan diposting pada Instagram harus menarik untuk meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan menarik mata pelanggan baru. Berikut inspirasi konten bisnis yang dapat divisualisasikan dengan gaya desain bisnis:

1. Giveaway

Mengenalkan produk dengan mengadakan giveaway merupakan konten yang baik untuk meningkatkan engagement pada sosial media Instagram. Peraturan giveaway untuk mention teman dan membagikan postingan akan menambah audiens baru.

2. Memes

Memberikan konten candaan yang berhubungan dengan produk atau bisnis anda dengan menggunakan template memes yang terkenal akan meningkatkan relasi dan rasa kedekatan konsumen terhadap bisnis dan produk anda.

3. Testimoni

Memberikan konten testimoni pelanggan terhadap produk meningkatkan kepercayaan audiens baru untuk mengeluarkan uang pada produk tersebut. Meskipun begitu usahakan agar konten testimoni tidak mendominasi profil bisnis pada sosial media Instagram. Perlu diingat juga agar tidak sampai membuat testimoni buatan untuk menipu pelanggan; ini akan memiliki long term effect yang buruk bagi bisnis anda.

Lahirnya banyak aplikasi sosial media yang dapat dimanfaatkan oleh pengusaha dalam mempromosikan bisnisnya seperti sosial media Instagram mengakibat tingkat kemudahan dalam mengakses, Instagram digunakan berbagai bisnis untuk promosi. Hal tersebut menuntut para pengusaha untuk memunculkan keunikan pada profil bisnis Instagramnya agar lebih menonjol diantara kompetitor dan menarik audiens.

Pada akun Instagram bisnis, penggunaan feeds dan story dapat diberikan desain agar terlihat profesional serta meningkatkan relasi dengan audiens. Desain yang telah ditentukan dapat dibuat dengan aplikasi desain seperti Canva. Meskipun aplikasi Canva memberikan kemudahan dalam mendesain, tentu terdapat beberapa pengetahuan tentang desain sebelum memulai seperti hierarki visual, pemilihan skema warna, dll.

Pendek kata, memaksimalkan fitur yang tersedia pada Instagram dengan desain akan meningkatkan performa akun bisnis pada sosial media Instagram.

Instagram Post Templates - Keripik Kentang

File Termasuk:

10 instagram template

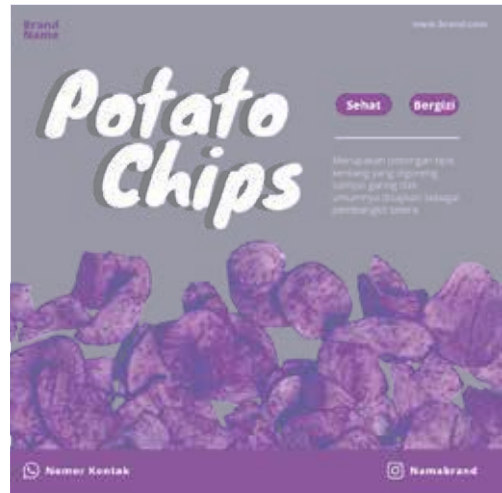
Dapat diedit menggunakan Canva

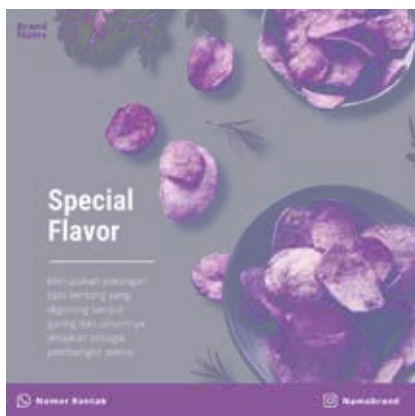
Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Cookies

File Termasuk:

10 instagram template

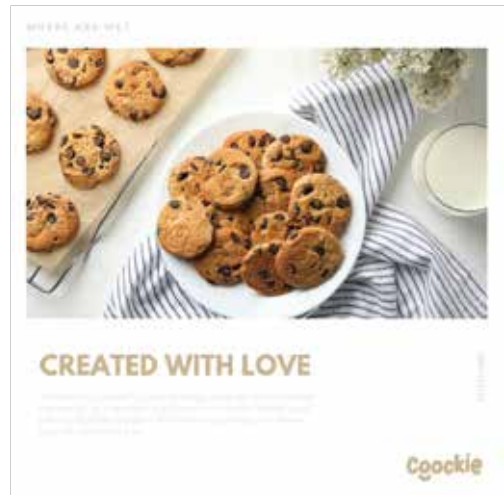
Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Jamu

File Termasuk:

10 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Toko/Store

File Termasuk:

10 instagram template

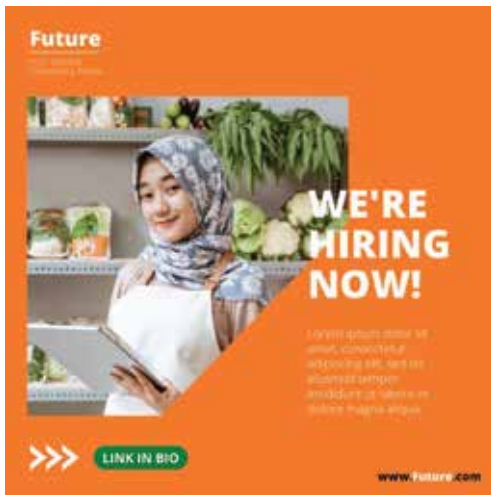
Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Rice Box

File Termasuk:

10 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Boba Drink

File Termasuk:

10 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

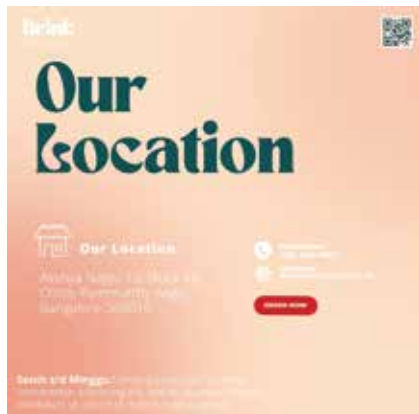
Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Biji Kopi

File Termasuk:

10 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel





Instagram Post Templates - Minuman Susu Kaleng

File Termasuk:

5 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel



Instagram Post Templates - Sayur Segar

File Termasuk:
5 instagram template
Dapat diedit menggunakan Canva
Seluruh warna dan text dapat diganti
Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium
Sudah termasuk gambar
Dimensi 1080 x 1080 pixel



Instagram Post Templates - Minuman Cafe

File Termasuk:

5 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel



Instagram Post Templates - Softdrink

File Termasuk:

5 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel



Instagram Post Templates - Pink Drink

File Termasuk:

5 instagram template

Dapat diedit menggunakan Canva

Seluruh warna dan text dapat diganti

Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium

Sudah termasuk gambar

Dimensi 1080 x 1080 pixel



Instagram Post Templates - Minuman Kaleng

File Termasuk:
 5 instagram template
 Dapat diedit menggunakan Canva
 Seluruh warna dan text dapat diganti
 Beberapa aset mungkin membutuhkan akun premium
 Sudah termasuk gambar
 Dimensi 1080 x 1080 pixel



Text guide

Scheduling
Post

Proses Planning
untuk Content
Creator

Design
Reference

Canva Free
Template

Instagram Post Design Guide Book

ISBN 978-602-9155-42-6



Disusun Oleh:

**Bintang Pramudya Putra
Prasetya, S.Sn., M.Ds.**

F. Market

Remaja yang lahir pada tahun 2000an telah diberkati dengan kemajuan teknologi digital yang sangat baik, sejak dini mereka sudah diperkenalkan dengan berbagai platform media sosial dengan berbagai fungsi, salah satunya Instagram. Remaja muda menggunakan media sosial Instagram untuk bersosialisasi dengan teman-teman sebayanya, hingga saat ini penggunaan Instagram tidak lagi hanya dikalangan anak muda dengan kelahiran diatas tahun 2000an. Hingga saat ini pengguna harian aktif Instagram berkembang ke hampir seluruh lapisan umur, mulai dari anak-anak sekolah dasar, remaja SMA, mahasiswa/i, pekerja, hingga orang dewasa yang telah berumah tangga dengan berbagai kebutuhannya masing-masing.

Dengan cakupan yang sangat luas tersebut akan sangat disayangkan jika terdapat sebuah Brand yang tidak mengambil peran atau bagian dari kerumunan, atau jika setidaknya anda menasar salah satu segmen yang lebih spesifik, kemungkinan besar segmentasi tersebut juga ada atau merupakan pengguna media sosial Instagram yang dapat anda jangkau dengan lebih mudah.

G. Cheap advertising

Bayangkan jika anda harus mengiklankan produk anda melalui sebuah surat kabar, atau anda harus mengiklankan produk anda menggunakan billboard di jalan-jalan ramai yang sering dilalui orang, hanya dengan membayangkannya saja sudah terhitung berapa besar pengeluaran yang harus anda tanggung, sedangkan bisa saja saat ini anda sedang dalam tahap pengembangan, tidak memiliki modal usaha yang besar, atau terlalu beresiko mengeluarkan biaya tinggi untuk hasil yang belum pasti anda ketahui.

Dengan memanfaatkan media sosial Instagram dengan jumlah pengguna yang sangat banyak, kita dapat membuat produk kita kepada orang lain, membuat orang yang belum mengetahui produk kita menjadi tahu, membuat orang yang ragu menjadi yakin, membuat orang yang sudah mencoba tertarik untuk membelinya kembali. Aktifitas promosi tersebut dapat kita lakukan bahkan tanpa biaya, atau jika kita memiliki modal untuk promosi sekalipun akan jauh lebih murah dengan jangkauan yang amat sangat tinggi serta spesifik.