

# Perancangan Konten Feed Edukasi Mengenai Penyakit Anabul pada Media Sosial PT. PITPET

Joline Stephanie Ella\*

Universitas Tarumanagara

DOI:

<https://doi.org/10.47134/dkv.v2i3.4297>

\*Correspondence: Joline Stephanie Ella

Email: [joline.625220058@stu.untar.ac.id](mailto:joline.625220058@stu.untar.ac.id)

Received: 07-05-2025

Accepted: 16-06-2025

Published: 28-08-2025



**Copyright:** © 2024 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (BY SA) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk merancang konten edukasi visual pada feed Instagram PT. PITPET yang bergerak di bidang kesehatan hewan peliharaan (anabul). Tujuan utama perancangan ini adalah untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap penyakit yang umum menyerang hewan peliharaan seperti anjing dan kucing. Metode yang digunakan adalah metode perancangan lima tahap menurut Robin Landa yang meliputi orientasi, analisis & strategi, pengembangan konsep desain, pengembangan desain visual, serta implementasi. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara internal, serta kajian literatur dari sumber terpercaya. Hasil perancangan menunjukkan bahwa desain konten visual yang informatif, konsisten secara visual, serta sesuai dengan identitas merek PITPET, dapat meningkatkan keterlibatan emosional pengguna dan efektivitas penyampaian pesan edukatif. Visual yang dikembangkan mencakup elemen warna, tipografi, dan komposisi desain yang mendukung pemahaman informasi medis secara lebih ringan dan menarik. Dengan perancangan yang strategis, feed Instagram PITPET berpotensi menjadi media edukasi digital yang efektif dalam bidang kesehatan hewan.

**Kata Kunci:** Desain Komunikasi Visual, Instagram, Anabul, Edukasi Digital,

Penyakit Hewan

**Abstract:** This study aims to design educational visual content for the Instagram feed of PT. PITPET, a company operating in the field of pet health (anabul). The main objective of this design is to increase public awareness and understanding of common diseases that affect pets such as dogs and cats. The method used follows Robin Landa's five-step design process, which includes orientation, analysis & strategy, design concept development, visual design development, and implementation. Data were collected through observation, internal interviews, and literature review from credible sources. The results indicate that informative and visually consistent content aligned with PITPET's brand identity can enhance user emotional engagement and improve the effectiveness of educational message delivery. The visual elements developed—such as color palette, typography, and composition—support clear and engaging communication of medical information. With a strategic design approach, PITPET's Instagram feed has strong potential as an effective digital educational medium in the field of animal health.

**Keywords:** Visual Communication Design, Instagram, Anabul, Digital Education, Animal Disease

## Pendahuluan

Dalam perkembangan era digital, media sosial memegang peranan penting sebagai sarana penyampaian informasi, termasuk dalam bidang kesehatan hewan peliharaan. Dalam penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran desain feed visual edukatif mengenai penyakit pada hewan peliharaan anabul dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran terhadap isu kesehatan anabul. Media sosial tercipta dari adanya perkembangan teknologi, dapat digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat untuk mencari dan membagikan informasi. Dalam bidang desain komunikasi visual (DKV), media sosial dapat digunakan

sebagai salah satu cara untuk dapat membantu seseorang atau kelompok dalam penguatan identitas. DKV merupakan ilmu yang mempelajari mengenai segala upaya untuk rancangan desain yang bersifat kasat mata (dapat dilihat) yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah pesan (Kusrianto, 2007).

Media sosial kini tidak hanya menjadi sarana interaksi sosial dan hiburan, tetapi juga berperan sebagai platform edukasi yang efektif dalam berbagai bidang, termasuk kesehatan. Dalam konteks kesehatan hewan peliharaan, khususnya anjing dan kucing yang sering disebut dengan istilah "anabul".

Media sosial memiliki potensi besar untuk menyebarkan informasi yang bermanfaat terkait pencegahan dan penanganan berbagai penyakit yang dapat menyerang hewan kesayangan tersebut (Juliadilla, 2019). Efektivitas Instagram sebagai media pemasaran didukung oleh berbagai manfaat yang ditawarkannya, mencakup bidang fotografi, bisnis, dan penyebaran informasi (Ramdan, Rismawan, Wiharnis, & Safitri, 2019).

Oleh karena itu, edukasi mengenai penyakit-penyakit yang umum dan berisiko pada anabul menjadi suatu kebutuhan yang mendesak. Namun, tingkat kesadaran pengguna dalam mengakses dan memahami konten edukatif tentang penyakit hewan peliharaan masih tergolong rendah. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam upaya penyampaian informasi yang efektif melalui media sosial. Promosi dengan menggunakan feed Instagram bisa dilakukan dengan mem-posting konten berupa foto/gambar suatu produk untuk upaya promosi secara langsung, dan informasi-informasi yang menarik lainnya untuk upaya promosi yang dilakukan secara tidak langsung (Megadini & Anggapuspa, 2021).

Sebagai pemilik hewan yang mengutamakan kesejahteraan hewan peliharaan, tentunya mereka ingin mengetahui bagaimana perasaan yang dialami oleh hewan peliharaan mereka, seperti apakah hewan peliharaan tersebut nyaman dengan lingkungan tempat tinggal mereka, lalu apakah hewan tersebut menyukai makanan yang diberikan, dan hal-hal lainnya namun 63% pemilik hewan tidak mengetahui apa yang harus mereka lakukan untuk membuat hewan peliharaannya merasa lebih baik, sehingga pemilik hewan beralih mencari bantuan kepada orang yang dianggap mampu memecahkan masalah yang dialami hewan peliharaan mereka (Sanjaya, 2022).

Salah satu keuntungan utama dari media sosial adalah kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dalam waktu singkat. Informasi mengenai penyakit anabul dapat dengan mudah dibagikan dan disebarluaskan sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat tentang isu-isu kesehatan atau penyakit hewan yang berdampak contohnya kampanye kesehatan hewan yang dilakukan melalui media sosial dapat menarik perhatian banyak orang dan mendorong mereka untuk lebih peduli terhadap kesehatan hewan peliharaan mereka. Selain itu, platform media sosial juga memungkinkan pemilik hewan untuk berbagi pengalaman pribadi mereka, yang dapat memberikan perspektif yang lebih mendalam tentang bagaimana menangani penyakit tertentu. Dengan itu, adanya Perusahaan Bernama PITPET bergerak dalam bidang *animal health* yang merupakan pusat layanan perawatan hewan yang didekasikan untuk meningkatkan kesejahteraan dan kebahagiaan hewan. PITPET didirikan pada didirikan oleh Bapak Anugrah Mamenongkati Setiadji pada 03 Desember 2023.

Saat ini, pesan-pesan layanan publik tidak hanya terbatas pada halaman website sebagai sarana utama untuk informasi. Instansi pemerintah, terutama pemimpin daerah, telah mengadopsi media sosial sebagai saluran utama untuk menyebarkan informasi dan kebijakan terkait pelayanan public (Anita & Harsyeno, 2023).

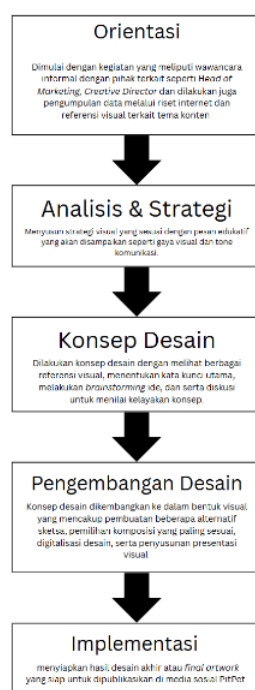
Media sosial merupakan sebuah sarana yang digunakan untuk pertukaran informasi dengan orang lain dan media sosial juga bermanfaat bagi konsumen untuk memahami produk yang mereka inginkan (Paramitha & Doho, 2021). Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial dan media sosial menggunakan berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif (Anang Ageng Cahyono, 2016).

Media sosial merupakan sebuah media di dalam dunia maya yang dapat memungkinkan pemakai untuk merepresentasikan diri sendiri atau bahkan melakukan interaksi, berkolaborasi, berbagi, berinteraksi dengan seluruh pemakai yang ada serta membentuk sebuah hubungan sosial secara maya atau virtual (Nasrullah dalam Gunawan & Mulyo, 2021). Feed Instagram adalah tampilan foto/gambar/video yang terdapat pada profil akun seorang pengguna platform instagram yang bisa dilihat oleh user lain ketika mengunjungi profil beranda akun milik follower/following, semakin banyak foto/gambar/video yang di-upload ke dalam akun maka akan semakin bertambah feed yang ada di dalam akun tersebut (Oktaresiyanti, 2019). Instagram merupakan platform media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi foto dan video. Target utama pengguna Instagram adalah remaja dan dewasa yang lebih memilih mengaksesnya melalui smartphone daripada browser pada komputer desktop. Instagram sangat menarik bagi penggunanya karena memiliki fitur-fitur yang membuat interaksi dengan konten yang sangat menyenangkan (Prajarini, 2020). Feeds pada Instagram memperhatikan fitur visual yang disukai oleh penggunanya dengan memberikan foto/gambar dan video. Fitur tersebut juga dimanfaatkan oleh brand-brand dari perusahaan besar maupun usaha kecil untuk melakukan promosi produk dan jasa mereka melalui media sosial Instagram. Instagram merupakan platform media sosial yang menawarkan beragam fitur untuk membuat interaksi dengan konten menyenangkan dan menambah rasa percaya diri pengguna (Riza Iqbal Ghifar, 2023). Desain feed yang dirancang secara strategis terbukti mampu mendukung tujuan edukasi serta memperkuat keterlibatan emosional pengguna terhadap kesehatan anabul. Hasil perancangan menunjukkan bahwa konten visual yang disusun secara strategis tidak hanya mampu menyampaikan informasi medis secara lebih mudah dipahami, tetapi juga mampu membangun hubungan emosional antara pengguna dan hewan peliharaannya.

Guna dapat menampilkan feed Instagram yang rapi dan menarik, pengguna Instagram biasanya akan memperhatikan tone warna dari foto maupun video yang mereka unggah supaya terlihat serasi dan senada. Menampilkan feed Instagram yang menarik juga dapat dilakukan dengan cara memperhatikan jenis gambar maupun foto unggahan, di mana hal itu akan membantu mempercantik dari tampilan feed Instagram yang kita miliki (Dwi Latifatul Fajri, 2022). Desainer yang bergelut di bidang industry kreatif seperti ilustrator, desainer logo, animator maupun seseorang yang mahir dalam membuat dan mengolah video juga dapat memanfaatkan Instagram sebagai media untuk

memperkenalkan karya mereka. Dari keahlian mereka sebagai seorang desainer, animator maupun videografer dapat mengunggah karya-karya terbaik mereka di media sosial Instagram, di mana hal tersebut akan membantu mereka sebagai seorang yang bergelut di bidang industri kreatif untuk memperkenalkan jasa maupun diri mereka dengan menggunakan media sosial Instagram, mengingat pengguna media sosial Instagram sangatlah besar di Indonesia. Deretan foto maupun video yang telah diunggah di Instagram sering dikenal dengan sebutan Feed Instagram (I Kadek Adi Putra Wijaya, 2023). Instagram telah menjadi platform media sosial yang sangat penting bagi bisnis, terutama sejak tahun 2016 dengan diperkenalkannya fitur-fitur baru yang memfasilitasi promosi produk dan interaksi langsung antara bisnis dan konsumen (Rizal, 2019).

## Metode Penelitian



**Figur 1: 5 Alur Proses Rancangan Desain**  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)

Model Robin Landa dimulai dari; fase 1: orientasi; Siapa yang Melakukan orientasi? penonton, pengumpulan materi (Iwan Zahar, 2021). Metode yang digunakan dalam pembuatan konten Feed adalah 5 metode perancangan desain. Metode yang digunakan dalam perancangan ini mengacu pada 5 langkah desain yaitu:

a. Orientation

Tahap dimulai dengan content plan yang meliputi dengan pihak terkait seperti *Head of Marketing*, *Creative Director*, dan *Head of Social Media*. Selain itu, dilakukan juga pengumpulan data melalui riset internet dan referensi visual terkait tema konten dengan bertujuan untuk memahami konteks, kebutuhan, serta arah komunikasi yang diinginkan untuk didesain.

b. Analisis & Strategi

Melakukan analisis terhadap informasi dan menyusun strategi visual yang sesuai dengan pesan edukatif yang akan disampaikan, termasuk pemetaan audiens, gaya visual, serta tone komunikasi.

c. Konsep Desain

Konsep desain dengan melihat berbagai referensi visual, menentukan kata kunci utama, melakukan brainstorming ide, serta diskusi untuk menilai kelayakan konsep. Konsep desain yang dikembangkan bertujuan untuk memastikan bahwa pesan edukatif dapat tersampaikan secara efektif dan menarik untuk sosial media (Theodora, 2022).

d. Pengembangan Desain

Proses dirancang untuk mengidentifikasi kendala serta hambatan yang ada dan meninjau informasi yang diperlukan (Amalia dkk., 2023). Konsep desain dikembangkan ke dalam bentuk visual yang mencakup pembuatan beberapa alternatif, pemilihan komposisi yang paling sesuai, digitalisasi desain, serta penyusunan presentasi visual dan tahap ini juga dilakukan perbaikan berdasarkan masukan dari tim social media, Head of marketing atau atasan.

e. Implementasi

Menyiapkan hasil desain akhir final artwork yang siap untuk dipublikasikan di media sosial PitPet. Desain final disesuaikan dengan standar teknis platform dan mempertimbangkan aspek keterbacaan serta daya tarik visual di layar digital.

## Pembahasan & Visual

### *Konsep Visual*

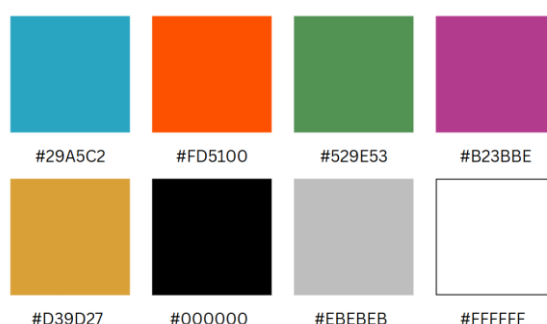
Konsep dari desain konten Feed ini bertujuan untuk menampilkan adanya unsur edukatif, advokatif, dan empati dalam penyampaian informasi mengenai kesehatan dan jenis jenis penyakit apa yang dialami oleh anabul. Desain dari konten feed ini dapat membangun identitas dari sosial media PITPET yang dapat meningkatkan efektifitas pesan yang disampaikan, agar dapat mengubah persepsi masyarakat dan mendorong perubahan perilaku terhadap hewan peliharaan nya. Dalam sebuah desain dibutuhkan kesatuan agar tercipta sebuah struktur komposisi dan konsep visual yang teratur antara satu elemen dan elemen desain lainnya. (Landa, 2011).

Ukuran yang digunakan dalam konten feeds adalah 1080 x 1080 pixels dengan ratio 1:1. Penerapan dalam ukuran ini bertujuan untuk konsistensi keterampilan visual dalam grid dan menjaga kompatibilitas diseluruh perangkat agar desain dari konten nya terlihat tajam dan menarik untuk publik melihat nya. Dengan standar ukuran feeds ini dapat dirancang secara konsisten dan memiliki fleksibilitas dan memudahkan proses produksi konten secara keberlanjutan baik untuk keperluan branding (Aaeker dalam Hendrajati, 2018).

### *Konsep Warna*

Warna memiliki makna dan kesan yang muncul berbeda beda. Hal ini dapat mempengaruhi suasana hati, persepsi, emosi dan menarik perhatian. Warna memiliki kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang telah dipantulkan oleh objek yang terkena cahaya (Nugroho, 2008). Warna yang diambil color pallete dari PITPET merupakan bagian dari strategi komunikasi visual yang dirancang fungsional. Secara fisik warna memiliki sifat

cahaya yang dipancarkan, sedangkan secara psikologis adalah sebagian dari indra penglihatan (Sanyotom, 2010). Skema warna utama yang digunakan untuk konten feed yaitu warna biru dan oranye merupakan warna untuk hewan anjing dan kucing. Sedangkan skema warna lainnya yaitu warna ungu dan warna hijau yaitu merupakan warna untuk hewan mamalia dan reptil dan untuk warna hitam, putih, dan abu-abu digunakan untuk keperluan dibutuhkan secara formal.



**Figur 2: Konsep Warna PITPET**

(Sumber: PITPET, 2023)

### ***Konsep Tipografi***

Bentuk visual dari huruf tidak hanya mampu mengirimkan pesan dan makna tetapi juga tingkatan bunyi dan perasaan, hirarki dan kepentingan, keterangan dan kejernihan (Haswanto, 2009). Pemilihan jenis huruf dihadapkan dengan karakter yang ingin diungkapkan. Seperti yang ditulis Danton Sihombing (2001), tipografi merupakan konsep yang abstrak, seperti halnya musik. Dengan mendengarkan sebuah lagu kita dapat merangkum karakteristik, kesan, dan suasana hati, seperti perasaan gembira, sedih, optimisme, tenteram ataupun romantis. Feeds Instagram yang cocok dengan tema lebaran adalah tipografi berjenis dekoratif karena tipografi tersebut memiliki bentuk yang sangat unik dan variasi (Sudiana, 2001).

Tipografi yang digunakan sebagai Headline dan Bodytext yaitu jenis modern Neu Montreal. Tipografi ini digunakan untuk menonjolkan pesan utama dalam setiap visual dan juga menyampaikan informasi yang deskriptif. Jenis Neu Montreal ini juga memperkuat identitas PITPET dan cocok untuk dalam berbagai konteks konten.

Selain itu, tipografi yang digunakan sebagai Headline yaitu jenis Roslindale Variable Display. Tipografi ini digunakan untuk fleksibilitas ekspresif dalam segi komposisi desain. Gaya tipografi ini memberikan kesan elegan karena cocok untuk memperkuat nuansa emosi pada berbagai konteks konten.

**Roslindale Variable Display**  
 ABCDEFGHIJKLMOPQRSTUVWXYZ  
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
 1234567890,.,!@#\$%^&\*()\_+/?

**Figur 3: Konsep Tipografi Headline dan Bodytext**

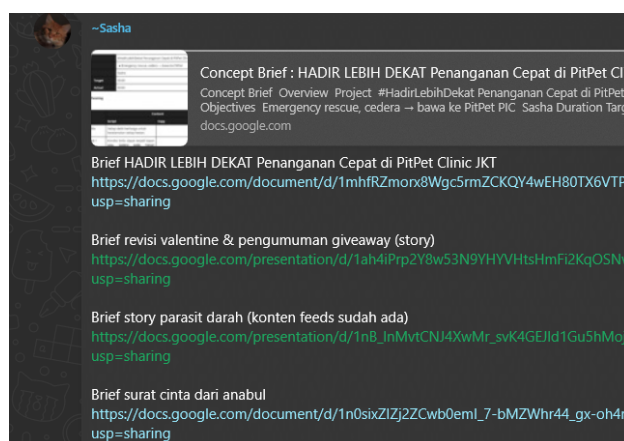
(Sumber: PITPET, 2023)

Neue Montreal  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
1234567890.,;:~!@#\$%^&\*()\_+/?

Figur 4: Konsep Tipografi Headline  
(Sumber: PITPET, 2023)

### Briefing

Pada tahapan briefing, social media Officer memberikan brief untuk membuat Konten Feeds Parasit Darah dengan materi brief yang diambil dari yang sudah ada, brief isi juga diambil dari situs resmi dan terpercaya seperti kemkes.go.id, halodoc.com dll, sehingga informasi yang disampaikan bisa dipertanggung jawabkan.



Figur 5: Briefing dari social media Officer

### Proses Desain

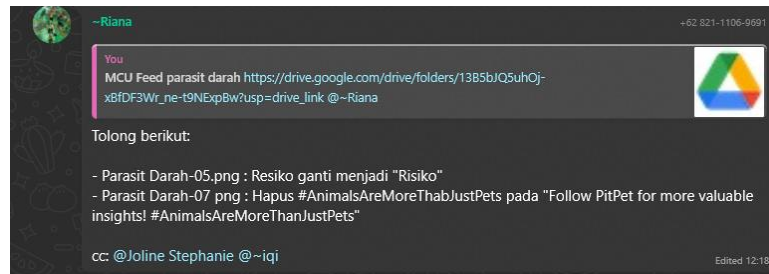
Setelah proses briefing, tahap selanjutnya yaitu melakukan proses desain mulai dari menyusun materi, elemen grafis hingga finishing. Software yang digunakan di tahap desain ini adalah Adobe Illustrator.



Figur 6: Adobe Illustrator

### Asistensi dan Revisi Desain

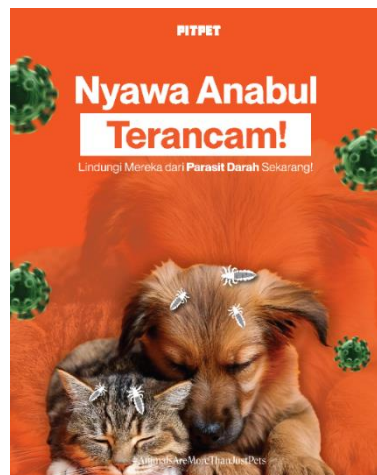
Setelah Desain selesai, tahap selanjutnya yaitu asistensi desain kepada mentor dan head of marketing. Pada tahap ini akan melihat desain yang telah dibuat, kemudian memberikan masukan atau saran terkait isi materi, elemen-elemen desain dan komposisi desain.



Figur 7: Asistensi dan Revisi

### Hasil Desain

Hasil dari proses perancangan ini meliputi berbagai dari konsep yang telah dirancang dan disesuaikan dari orientation serta ada beberapa perbaikan dan masukan dari tim marketing untuk hasil desainnya



Figur 8: Desain Feed Slide Pertama  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)



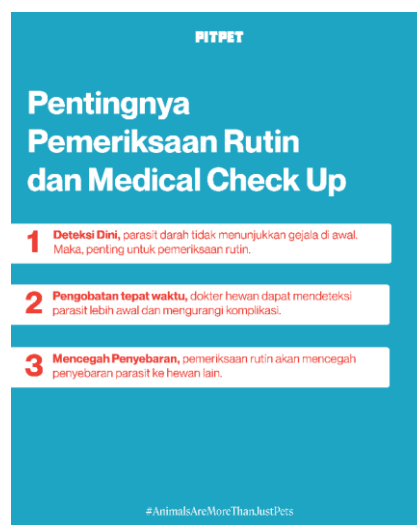
Figure 9: Desain Feed Slide Kedua  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)



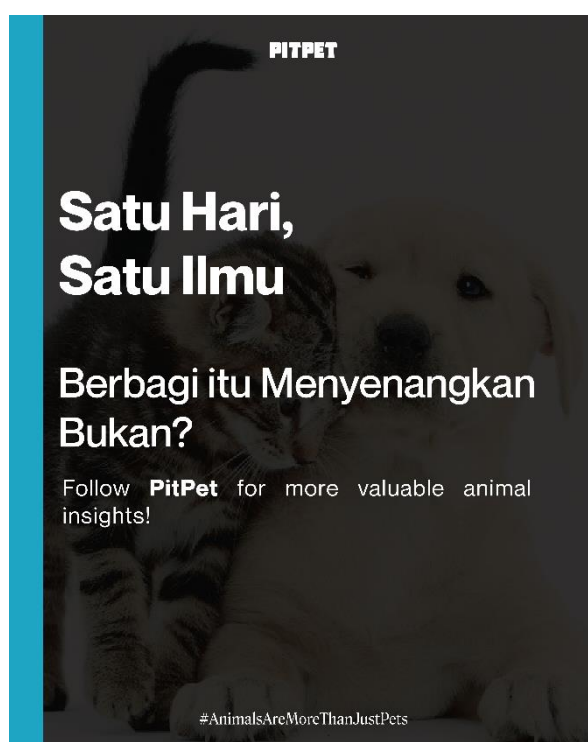
**Figur 10: Desain Feed Slide Ketiga**  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)



**Figur 11: Desain Feed Slide Keempat**  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)



**Figur 12: Desain Feed Slide Kelima**  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)



**Figur 13: Desain Feed Slide Keenam**  
(Sumber: Joline Stephanie Ella, 2025)

## Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman selama menjalani kerja praktik di PT PITPET, kesimpulan yang dapat diambil adalah selama proses kerja praktik bisa belajar untuk tetap saling berkomunikasi dengan satu agar tidak salah pahaman dalam mengerjakan desain dan banyak belajar dari tempat kerja praktik dalam segi hal ide dan brainstorming agar bagaimana desain itu bisa terlihat lebih detail dan tajam dalam segi hal desain. Banyak mengetahui langkah-langkah yang terlibat dalam perancangan konten untuk sosial media. Pengalaman ini tidak hanya meningkatkan kemampuan desain, tetapi juga memberikan wawasan tentang dinamika kerja di industri. Pentingnya kreativitas, ketepatan waktu, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan perubahan yang cepat dalam proyek menjadi pelajaran yang sangat berharga. Di dalam masa magang ini sangat bermanfaat dan memberikan kepercayaan diri untuk melanjutkan karir di bidang desain.

## Saran

Dari kegiatan yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

a. Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi sebaiknya melakukan seleksi secara terstruktur terhadap peserta magang, dengan memperhatikan kemampuan mahasiswa jobdec yang dikerjakan mahasiswa di perusahaan, hal ini berguna untuk memastikan bahwa mahasiswa tersebut memenuhi standar tertentu, sehingga meminimalisir mahasiswa yang resign sebelum magang berakhir.

b. Perusahaan

Selanjutnya, Tim Marketing perlu mendiskusikan dengan adanya penambahan rekrut orang dengan jobdesc video editor, maka jobdesc graphic designer tidak perlu bercampur dengan pengerjaan edit video atau reels.

### Ucapan Terima Kasih

Dalam proses desain ini, penulis mendapatkan banyak bantuan, saran, dan dukungan dari berbagai pihak yaitu tim *head of marketing*, *social media*, dan lain-lain. Oleh karena itu, pertama-tama penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Mariana Ester selaku *Head of Marketing* dari PT. PITPET yang telah memberikan izin kepada penulis untuk menulis jurnal ini serta membantu penulis dalam memberikan brief, masukan, dan saran selama pembuatan proyek ini. Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada PT. PITPET yang telah menerima penulis untuk magang. Penulis juga ingin berterima kasih kepada dosen pembimbing yang sudah memberikan saran dan pendapat selama menulis jurnal ini.

### Daftar Pustaka

- Sanjaya. (2022). *Strategi Komunikasi Persuasif* (Vol. 1). Jakarta: UMN. Retrieved 2022, from [https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34564/2/BAB\\_I.pdf](https://kc.umn.ac.id/id/eprint/34564/2/BAB_I.pdf)
- Juliadilla, R. (2019). Perangan Website Adopsi Anjing dan Kucing. (U. S. RIAU, Ed.) *Perancangan Website Adopsi Anjing dan Kucing*, 1-76. Retrieved from <https://repository.uin-suska.ac.id/78429/1/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>
- Harsyeno, A. &. (n.d.). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Instagram terhadap Respons Masyarakat Pengguna Layanan Informasi Direktorat Jenderal Pajak. *Journal of Business Administration Economic & Entrepreneurship*, 117-128. Retrieved from <https://jurnal.stialan.ac.id/index.php/jbest/article/view/711>
- Paramitha, H. &. (n.d.). Pengaruh Konten Instagram Ads@ Luxebarbershop Terhadap Peningkatan Brand Awareness. *Journal of Research on Business and Tourism*, 119-127. Retrieved from <https://doi.org/10.37535/104001220213>
- Aaeker dalam Hendrajati. (2016).
- Amalia, R. A. (2023). Merdeka Belajar Kampus Merdeka (MBKM): Efektifitas Pelaksanaan Magang Mahasiswa Bimbingan dan Konseling Dengan Menggunakan Metode CIPP. *G-COUNS: Jurnal Bimbingan Dan Konseling*,. 239-251.
- Cahyono, A. S. (n.d.). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. Publiciana*, 140-157. Retrieved from <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Fajri, D. L. (2022). Feed Instagram Artinya Halaman Profil, Ini Kelebihannya. Retrieved from <https://katadata.co.id/agung/berita/62f618ea8f4ef/feed-instagram-artinya-halaman-profil-inikelebihannya>
- Gunawan, B. &. (n.d.). *Medsos di Antara Dua Kutub*. Jakarta: Rayyana Komunikasindo.
- Haswanto, N. (2009). *Aksara Daerah dan Budaya Visual Nusantara Sebagai Gagasan Perancangan Typeface*.
- Mahardika. (2018).
- Megadini, R. &. (2021). *Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan*

- Surabaya Dengan Menggunakan Adobe Lightroom Dan Photoshop.  
doi:<http://dx.doi.org/10.24912/jurnal.v15i2.11091>
- Nugroho, E. (2008). *Pengenalan Teori Warna*.
- Oktaresiyanti, S. (2019). Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Pengaruh Feed Pada Instagram Terhadap Citra Diri*.
- Prajarini, D. (2020). Media Sosial Periklanan Instagram.
- Ramdan, R. W. (2019). Efektivitas Instagram sebagai media pemasaran didukung oleh berbagai manfaat yang ditawarkannya, mencakup bidang fotografi, bisnis, dan penyebaran informasi .
- Rizal. (2019).
- Sanyoto, S. (2010). Nirmana Elemen Elemen Seni dan Desain.
- Sihombing, D. (2001). Tipografi Dalam Desain Grafis.
- Sudiana, D. (2001). *Tipografi: Sebuah Pengantar*, 2(2), 325-335.
- Theodora. (2022). 2022. *DKV Visual Elemen*.
- Fauzi, M. A., & Pradipta, G. (2021). Strategi Komunikasi Visual pada Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 20(1), 45–55. <https://doi.org/10.24198/nirmana.v20i1.30962>
- Wijaya, R. E., & Gunawan, T. H. (2020). Visual Storytelling dalam Kampanye Kesehatan Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Visual*, 9(2), 85–92.
- Dewi, R. K., & Novitasari, D. (2022). Pemanfaatan Instagram sebagai Media Edukasi Kesehatan Mental untuk Remaja. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Komunikasi dan Informatika*, 17(1), 21–30.
- Marpaung, H., & Syafitri, L. (2023). Optimalisasi Desain Feed Instagram untuk Konten Edukatif Bidang Kesehatan. *Jurnal Media dan Desain Komunikasi*, 6(1), 72–80.
- Hartati, T., & Wicaksono, A. (2021). Efektivitas Desain Infografis pada Instagram sebagai Media Komunikasi Visual. *Jurnal Inovasi Digital*, 3(2), 98–106.
- Ginting, D., & Simatupang, F. (2023). Peran Warna dan Tipografi dalam Menarik Perhatian Audiens Digital. *Jurnal Estetika Desain*, 5(1), 44–53.
- Salsabila, N., & Hidayatullah, M. (2020). Analisis Strategi Desain Visual dalam Peningkatan Engagement di Media Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Informasi Digital*, 2(3), 119–128.
- Chandra, B., & Prasetyo, R. (2022). Pengaruh Desain Feed Instagram terhadap Kepercayaan Konsumen pada Layanan Kesehatan Online. *Jurnal Digitalisasi Komunikasi*, 4(2), 66–75.
- Febrianti, A., & Yuliani, S. (2024). Pengembangan Media Sosial Sebagai Sarana Edukasi Penyakit Zoonosis. *Jurnal Komunikasi Kesehatan*, 8(1), 30–38.
- Putri, A. F., & Mulyani, D. (2021). Analisis Penggunaan Elemen Visual dalam Kampanye Sosial Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Digital*, 7(2), 49–57.