

## Strategi Penerapan Prinsip Dasar Desain Grafis Dalam Membangun Komunikasi Visual Melalui Instagram Grup Astra Property

Danya Nur Munifah<sup>1</sup>, Wahyu Budi Priatna<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>IPB University, Bogor, Indonesia

\*Corresponding Author Email : [danyamunifah@apps.ipb.ac.id](mailto:danyamunifah@apps.ipb.ac.id)

### Article History;

**Submitted:** 25 Juni 2026

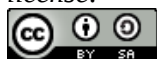
**Accepted:** 29 Juni 2026

**Published:** 30 Juni 2026

**Kata-kata Kunci:** Desain Grafis; Desain Komunikasi Visual; Instagram; Konten Visual; Prinsip Desain

**Keywords:** Graphic Design; Visual Communication Design; Instagram; Visual Content; Design Principles

This is an open access article under the [CC-BY-SA](#) license.



### ABSTRAK

Penelitian kualitatif deskriptif ini menganalisis strategi pengelolaan konten digital Pemerintah Kota Jakarta Selatan dalam membangun citra positif. Pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam di lingkungan Pemerintah Kota Jakarta Selatan secara *purposive sampling*. Temuan penelitian mengungkap empat pilar strategi terpadu: penerapan pendekatan konten terpusat dengan adaptasi multiplatform, mekanisme produksi kolaboratif, sistem respons 30 menit untuk penanganan pengaduan masyarakat, dan penyajian konten yang berorientasi pada kebutuhan informasi publik. Analisis menggunakan model *The Circular of SOME* yang menunjukkan konsistensi proses manajemen konten melalui pengumpulan materi (*share*) dari berbagai sumber, pengoptimalan konten (*optimize*) sesuai karakteristik platform, pengelolaan terstruktur (*manage*) dengan pembagian peran dan keterlibatan aktif (*engage*) dengan publik.

### *Multiplatform Management Strategy to Improve the Image of the South Jakarta Municipal Government*

### ABSTRACT

This descriptive qualitative study analyzes the South Jakarta City Government's digital content management strategies for building a positive image. Data were collected through in-depth interviews within the South Jakarta City Government using purposive sampling. The findings reveal four pillars of an integrated strategy: the implementation of a centralized content approach with multiplatform adaptation, a collaborative production mechanism, a 30-minute response system for handling public complaints, and content presentation oriented toward the public's information needs. The analysis utilized the *SOME Circular* model, which demonstrates the consistency of the content management process through the collection of material (*share*) from various sources, content optimization (*optimize*) according to platform characteristics, structured management (*manage*) with defined roles, and active engagement (*engage*) with the public.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat telah berevolusi dan mengalami perubahan dalam aspek kehidupan. Teknologi muncul dan semakin canggih untuk mengedepankan kegunaan dan efektifitas. Kemajuan teknologi juga turut memudahkan manusia untuk mendapatkan informasi, salah satunya media sosial (Syaputra & Mahendra, 2023). Media sosial memiliki peran penting untuk menyediakan dan menerima informasi secara cepat, efisien, dan akurat melalui *platform* digital yang mudah diakses oleh siapa saja dan dimana saja (Damayanti, et al. 2023). Pesatnya penggunaan media sosial diseluruh dunia tiap tahunnya membawa perubahan signifikan pada cara *audiens* memandang pesan dalam sebuah konten visual.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah Instagram. Instagram memberikan ruang bagi penggunanya untuk berbagi dan berinteraksi serta untuk menampilkan diri dan membentuk apa yang ingin ditunjukkan ke khalayak melalui foto dan video (Efendi et al, 2024). Instagram menjadi *platform* efektif untuk menarik perhatian *audiens* dengan menggabungkan elemen-elemen seperti warna, tipografi, dan *layout* pada konten visual. Desain grafis berperan besar dalam merancang konten visual yang tidak hanya menarik perhatian *audiens* tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan kepada khalayak secara luas dan partisipatif (Awaludin & Wardhana, 2024).

Astra Property merupakan salah satu lini bisnis ketujuh yang dimiliki oleh Astra. Astra

Property bergerak dalam bidang properti dan terus mengembangkan portofolio di bidang *commercial* (Menara Astra, The Arumaya, Resta Pendopo KM 456, LIVNG), *residential* (Anandamaya, Arumaya, Asya, Ammaia, Altea, dan Mandarin Oriental) dan *industrial* (Cikarang Logistics Park 1&2, Mega Manunggal Property, dan Cibinong Logistic Hubs). Astra Property memanfaatkan media sosial Instagram untuk menampilkan berbagai konten visual berupa informasi, promosi, dan *branding* perusahaan. Visualisasi yang menarik, informatif, dan konsisten dapat menarik perhatian *audiens* untuk selalu memperhatikan media sosial Instagram setiap grup Astra Property. Konten visual yang dibuat tidak hanya perlu menarik secara estetis, tetapi juga harus selaras dengan identitas setiap properti yang dimiliki grup Astra Property.

Desain grafis sendiri merupakan salah satu bidang seni terapan yang memiliki fungsi utama sebagai media komunikasi visual. Media komunikasi visual mengolah elemen desain grafis yang terdiri dari ilustrasi, tipografi, warna, dan *layout*. Tujuannya ialah untuk menyampaikan pesan kepada target *audiens* yang dituju. Namun, dalam proses pengelolaan konten visual di akun Instagram Grup Astra Property, diperlukan desain visual yang baik dan berkualitas sehingga dapat mempengaruhi persepsi dan keterlibatan khalayak luas (Bainuri & Bachtiar, 2025).

Pembuatan desain konten pada Instagram merupakan konten visual dengan kategori desain komunikasi visual yang bertujuan memberikan informasi, promosi hingga *branding* yang

tentunya perlu menerapkan prinsip-prinsip dasar desain grafis (Syaputra & Mahendra, 2023). Penerapan prinsip dasar desain grafis yang baik menjadi krusial dalam proses produksi konten visual yang akan dibuat karena mempengaruhi penyampaian pesan terhadap *audiens*. Lauer dan Pentax menuturkan prinsip-prinsip dasar desain grafis yang dimaksud diantaranya: (1) kesatuan (*unity*), yaitu prinsip dasar yang menekankan keterhubungan antar elemen desain sehingga menciptakan karya yang utuh untuk mencapai tujuan tertentu. (2) keseimbangan (*balance*), yaitu pembagian berat visual dalam sebuah komposisi desain sehingga desain terjaga keseimbangannya, dan terasa stabil. (3) penekanan (*emphasis*), yaitu menciptakan titik pusat perhatian dalam sebuah desain melalui kontras warna, ukuran, posisi atau tekstur sehingga mampu menarik perhatian dan menghentikan pandangan *audiens* untuk bisa terfokus dan memahami inti pesan yang ingin disampaikan dari visual yang dilihat. (4) irama (*rhythm*), yaitu kedinamisan dengan mengupayakan berbagai cara penyusunan tata letak yang menciptakan gerakan visual dalam desain. (5) proporsi (*proportion*), yaitu ukuran dengan perbandingan yang akan menghasilkan kedalaman (*depth*), dan irama (*rhythm*) sehingga memiliki proporsi yang harmonis untuk menciptakan keseimbangan visual dan menciptakan keteraturan (Effendi, 2025). Kelima prinsip desain grafis ini menjadi faktor penting dalam menghasilkan satu kesatuan desain yang baik.

Elemen-elemen visual yang juga menjadi salah satu konsep desain komunikasi visual untuk menciptakan komunikasi yang efektif. Desain komunikasi visual merupakan aspek penting dalam desain komunikasi secara keseluruhan, terutama dalam menyampaikan pesan secara visual (Mamis, et al. 2023). Elemen visual yang digunakan, antara lain: (1) *Layout*, yaitu tata letak yang memudahkan penerimaan pesan oleh pembaca (Awaludin & Wardhana, 2024). (2) Tipografi, yaitu sebuah tanda yang dipilih, dipilah, dan ditata sedemikian rupa sehingga muncul dalam sebuah bentuk yang harmonis dan dapat menyampaikan sebuah makna pada sebuah media yang seringkali terdiri dari *headline*, *sub headline*, ataupun *body copy* (Hermanto, 2018). (3) Ilustrasi, yaitu visualisasi yang dibuat untuk menjelaskan informasi secara visual. Ilustrasi bertujuan untuk menjelaskan, menerangkan, dan membenarkan suatu hal agar dapat dipahami dengan jelas (Hartono, et al. 2022). (4) Warna, yaitu salah satu elemen dari prinsip desain komunikasi visual. Warna merupakan elemen yang berhubungan dengan pigmen. Ada tiga unsur pembentuk warna yaitu, *Hue* (spectrum warna), Saturasi (intensitas warna), dan *Lightness* (nilai cahaya). Warna juga merupakan salah satu dari visualisasi kejiwaan dari desainer dan mempunyai pengaruh psikologis terhadap penikmat karyanya (Erlyana et al. 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan prinsip dasar desain grafis dalam pembuatan konten visual di Instagram Grup Astra Property, khususnya di Instagram @astraproperty dan bagian *property*

*commercial* (@menaraastrajakarta & @thearumayajakarta) dan mendeskripsikan penerapan elemen visual yang digunakan untuk memperkuat makna, menarik perhatian, dan memudahkan pemahaman pesan terhadap *audiens*.

Penelitian yang berkaitan dengan prinsip dasar desain grafis dan desain komunikasi visual di dalamnya pernah dilakukan oleh [Bainuri & Bachtiar \(2025\)](#) dengan judul “Analisis Prinsip Desain Visual pada Instagram @kominfobogor untuk Menyampaikan Informasi kepada Publik”. Hasil dari penelitian tersebut didapatkan bahwa terdapat variasi desain visual dalam penerapan prinsip desain grafis, seperti adanya keseimbangan, penekanan, irama, hingga kesatuan di setiap konten visual Instagram yang berhasil menyampaikan pesan efektif terhadap *audiens* melalui elemen visual yang diterapkan.

Penelitian lain yang berkaitan dengan prinsip desain grafis dan desain komunikasi visual di dalamnya pernah dilakukan oleh [Syaputra & Mahendra \(2023\)](#) dengan judul “Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi”. Hasil dari penelitian tersebut didapatkan bahwa prinsip desain komunikasi visual dapat berkontribusi secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada konten visual Instagram melalui keterbacaan dan keterjangkauan, tata letak, penggunaan warna, konsistensi, dan identitas visual.

Penelitian lain yang berkaitan dengan prinsip desain grafis oleh [Meron \(2022\)](#) mengkaji bagaimana prinsip desain grafis diterapkan secara

nyata dalam proses produksi konten visual Instagram perusahaan. [Zhang \(2018\)](#) Menjelaskan *visual communication* pada era digital media serta menekankan bahwa prinsip *balance, rhythm, unity, contrast, typography*, warna, dan *layout* tetap menjadi dasar komunikasi visual digital. Penelitian ini menganalisis implementasi prinsip-prinsip tersebut pada konten Instagram Turavia Travel. [Huang et al. \(2023\)](#) mengulas *Graphic Design Intelligence* yang berfokus pada *representation, understanding*, dan *generation* terhadap elemen desain seperti *shape, color, typography, layout*, dan *composition*. Penelitian ini menempatkan prinsip desain sebagai proses komunikasi visual, bukan sebagai proses otomatisasi. [Zhou et al. \(2022\)](#) mengembangkan model AI untuk menghasilkan layout poster berdasarkan komposisi visual dan keseimbangan *layout* sehingga lebih estetik. Fokus pada algoritma *layout generation*, bukan evaluasi penerapan prinsip desain oleh manusia. Penelitian ini mengevaluasi penerapan prinsip *layout* oleh desainer dalam produksi konten visual perusahaan.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dilampirkan, penerapan prinsip-prinsip dasar desain grafis dalam pembuatan konten visual di Instagram Grup Astra Property belum pernah dilakukan. Sebagian besar penelitian terdahulu lebih menitikberatkan pada penerapan prinsip desain grafis sebatas untuk mencapai keteraturan visual dan pemenuhan kebutuhan informasi. Namun, masih sedikit penelitian yang menelaah bagaimana penerapan prinsip-prinsip tersebut

berperan dalam membangun desain komunikasi visual yang efektif dan terencana secara strategis di media sosial, khususnya Instagram. Urgensi penelitian ini terletak pada perlunya memahami penerapan prinsip dasar desain grafis untuk menciptakan komunikasi visual melalui konten di Instagram yang dihasilkan melalui perencanaan yang matang. Konteks industri properti, seperti akun Instagram @astraproperty dan properti bagian *commercial* (@menaraastrajakarta & @thearumayajakarta), desain visual tidak hanya menampilkan estetika, tetapi menyampaikan pesan korporasi, nilai merek, dan citra *professional* kepada *audiens*. Penelitian ini penting untuk memberikan kontribusi dalam memperluas perspektif desain komunikasi visual melalui penerapan prinsip dasar desain grafis yang mampu memperkuat hubungan antara Astra Property dan *audiens*.

Berdasarkan kajian terhadap penelitian terdahulu, sebelumnya umumnya berfokus pada pengaruh kualitas konten visual, identitas visual perusahaan, dan *visual branding* terhadap *engagement*, *brand awareness*, maupun *purchase intention*. Namun, penelitian tersebut belum menjelaskan secara mendalam bagaimana prinsip-prinsip dasar desain grafis *balance*, *unity*, *rhythm*, *proportion*, dan *emphasis* diimplementasikan secara strategis oleh desainer grafis dalam proses pembuatan konten visual perusahaan di Instagram. Selain itu, penelitian terdahulu lebih banyak menggunakan pendekatan kuantitatif pada sektor ritel, pemasaran, dan *branding*. Oleh karena itu, penelitian ini menawarkan kebaruan (*novelty*)

melalui analisis kualitatif mengenai strategi penerapan lima prinsip dasar desain grafis dan elemen visual (*layout*, *tipografi*, *ilustrasi*, dan *warna*) pada sistem *multi-account* Instagram korporasi di sektor properti sebagai instrumen komunikasi visual digital.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bertujuan untuk memberikan informasi secara deskriptif yang diperoleh dari sumber yang berupa lisan maupun tulisan (Na'amy, 2019). Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena penelitian ini bermaksud memahami, menggambarkan, dan menginterpretasikan fenomena penerapan prinsip desain grafis secara mendalam dalam konteks praktik korporasi nyata, yang tidak dapat ditangkap secara memadai melalui pendekatan kuantitatif. Subjek penelitian ini adalah tiga informan yang terlibat langsung dalam perencanaan dan produksi desain konten visual Instagram Grup Astra Property, yaitu: (1) Kepala Divisi Desain Grafis *Commercial* (I1); (2) Kepala Divisi Desain Grafis *Residential* (I2); dan (3) Anggota Divisi Desain Grafis *Commercial* (I3). Pemilihan informan dilakukan berdasarkan kriteria keterlibatan langsung dalam proses desain dan pengetahuan mendalam mengenai strategi visual masing-masing akun Instagram. Objek penelitian adalah konten visual yang telah menerapkan prinsip dasar desain grafis dan telah dipublikasikan di Instagram @astraproperty, @menaraastrajakarta, dan @thearumayajakarta pada periode Agustus–Oktober 2025, yang

diobservasi di kantor pusat Astra Property, Menara Astra, Jakarta. Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara, hasil observasi, dan dokumentasi konten visual Instagram. Tahap pengumpulan data diperoleh melalui observasi, *In-Depth Interview* (wawancara mendalam), dan dokumentasi konten visual dari akun Instagram Grup Astra Property. Menurut [Miles et al. \(2014\)](#) menyatakan bahwa analisis data kualitatif terdapat tiga tahapan utama, yaitu kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Peneliti akan menggunakan tiga tahapan tersebut untuk analisis data penelitian ini karena berkesinambungan sepanjang proses penelitian, yaitu sebagai berikut:

#### 1. Kondensasi Data (*Data Condensation*)

Kondensasi data tidak terpisah dari analisis data, melainkan proses pemilihan data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen penelitian. Proses ini kemudian berfokus pada tujuan penelitian secara bertahap dari tahap perencanaan penelitian, pengumpulan data, hingga penulisan laporan akhir. Melalui kondensasi data, informasi fokus pada analisis aspek-aspek prinsip desain, elemen visual, dan pesan yang disampaikan disusun secara sistematis sehingga memudahkan penarikan dan verifikasi kesimpulan.

#### 2. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data merupakan susunan informasi yang dipadatkan untuk mempermudah memahami peristiwa yang terjadi sehingga peneliti bisa menarik kesimpulan dan mengambil tindakan untuk menentukan langkah selanjutnya

berdasarkan pemahaman tersebut dilengkapi dengan dokumentasi desain komunikasi visual dari Instagram, tahap ini juga menampilkan hasil wawancara yang menunjukkan proses pembuatan desain konten visual di Instagram.

#### 3. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing/verification*)

Penarikan kesimpulan dan verifikasi merupakan tahapan akhir dalam analisis data kualitatif. Sejak proses awal pengumpulan data berlangsung, peneliti mulai melakukan penegasan dari temuan penelitian yang telah dianalisis seperti melakukan interpretasi data, mengidentifikasi pola, hubungan sebab akibat, serta makna yang muncul dari temuan lapangan dan dituangkan secara singkat dan mudah dipahami sehingga pada akhirnya dapat menghasilkan kesimpulan bersifat sementara. Kemudian, kesimpulan yang dihasilkan dikaji secara kritis untuk mendalami analisis mengenai penerapan prinsip dasar desain grafis dalam pembuatan konten visual untuk membentuk komunikasi visual yang efektif di Instagram Grup Astra Property.

Keabsahan data dapat diuji menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan cara menghimpun data dari berbagai sumber seperti wawancara, observasi, dan analisis dokumen ([Creswell & Creswell, 2018](#)). Triangulasi sumber dilakukan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam melalui wawancara pada setiap informan dengan posisi, fungsi, dan pengalaman kerja yang berbeda, sehingga data yang diperoleh dapat saling melengkapi dan dapat dibandingkan

sesuai sudut pandang dari masing-masing informan.

Pemilihan tiga akun Instagram @astraproperty, @menaraastrajakarta, dan @thearumayajakarta sebagai unit analisis didasarkan pada tiga pertimbangan utama. Pertama, ketiga akun tersebut merepresentasikan segmentasi *audiens* dan strategi komunikasi yang berbeda dalam satu ekosistem korporasi yang sama: @astraproperty berfungsi sebagai akun induk yang mengomunikasikan identitas merek korporasi secara menyeluruh, @menaraastrajakarta menargetkan segmen *corporate* dan *professional*, serta @thearumayajakarta menargetkan segmen *premium* dan *high-end residential*. Perbedaan segmentasi ini memungkinkan analisis komparatif mengenai bagaimana prinsip desain grafis yang sama dapat diadaptasi untuk tujuan komunikasi yang berbeda. Kedua, berdasarkan hasil observasi pendahuluan, ketiga akun tersebut menunjukkan konsistensi tertinggi dalam penerapan prinsip dasar desain grafis dibandingkan akun-akun lain dalam grup Astra Property selama periode pengamatan Agustus–Oktober 2025. Ketiga, ketiga akun ini berada dalam kategori properti *commercial* dan *residential* yang dikelola oleh divisi desain yang sama, sehingga memungkinkan penelitian untuk mengidentifikasi pola strategi desain yang sistematis dan terencana, bukan sekadar variasi acak dalam produksi konten.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini berfokus pada konten visual yang terunggah pada Instagram

@astraproperty dan unit usaha *commercial* yaitu @menaraastrajakarta dan @thearumayajakarta karena berdasarkan hasil observasi dalam lingkup waktu Agustus–Oktober, ketiga akun Instagram grup Astra Property ini konsisten dalam menerapkan prinsip dasar desain grafis dan menjadikan elemen visual sebagai unsur komunikasi terhadap *audiens*.

Prinsip dasar desain grafis yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu:

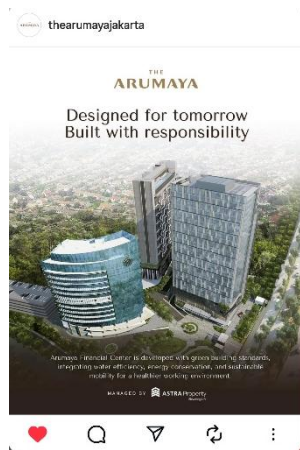
### 1. Keseimbangan (*Balance*)



**Gambar 1. Feeds Free Coffee LF '25**  
Sumber: IG @astraproperty



**Gambar 2. Feeds Semarak Kemerdekaan**  
Sumber: IG @menaraastrajakarta



**Gambar 3. Feeds Introduce The Arumaya**  
Sumber: IG @thearumayakarta

Prinsip keseimbangan (*balance*) pada pembuatan konten visual di Instagram @astraproperty, @menaraastrajakarta & @thearumayakarta berdasarkan Gambar 1,2,3 menerapkan keseimbangan simetris pada perencanaannya, yaitu elemen-elemen desain yang ditempatkan secara merata di kedua sisi garis tengah (Effendi, 2025). Hal tersebut dapat dilihat melalui elemen visual seperti proporsi gambar/foto, logo, dan teks yang seimbang secara simetris sehingga membentuk suatu komposisi yang baik.

*“Kreativitas di akun Instagram Grup Astra Property tidak dilimit, namun kadang menerapkan keseimbangan simetris yang memperhatikan jarak antar tulisan kanan dan kiri, margin, hingga komposisi gambar yang harus seimbang. Penerapannya tidak terbatas tapi selalu kita eksplor.”*

(I1, Kepala Divisi Desain Grafis Commercial)

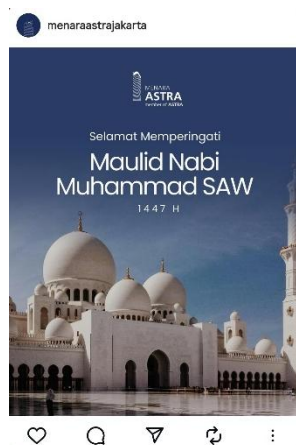
## 1.1 Interpretasi Teoritis

Temuan ini sejalan dengan Zhang (2018) yang menjelaskan bahwa meskipun media komunikasi telah berkembang ke platform digital, prinsip keseimbangan tetap menjadi dasar dalam penyusunan *layout* visual agar informasi dapat diterima secara efektif. Selain itu, Huang et al. (2023) juga menjelaskan bahwa *layout* dan *composition* merupakan elemen fundamental yang menentukan kualitas visual sebuah desain. Perbedaannya, penelitian Huang lebih menekankan bagaimana membangun keseimbangan *layout* secara otomatis, sedangkan penelitian ini menunjukkan bagaimana keseimbangan tersebut diwujudkan melalui keputusan kreatif seorang desainer.

## 2. Kesatuan (*Unity*)



**Gambar 4. Feeds Nuansa Oranye**  
Sumber: IG @astraproperty



**Gambar 5. Feeds Nuansa Biru**  
Sumber: IG @menaraastrajakarta



**Gambar 6. Feeds Nuansa Cokelat**  
Sumber: IG @thearumayajakarta

Prinsip kesatuan (*unity*) pada pembuatan konten visual di Instagram @astraproperty, @menaraastrajakarta & @thearumayajakarta berdasarkan Gambar 4,5,6 menerapkan prinsip dasar desain grafis kategori kesatuan yang dapat dilihat dari keseragaman *color pallete* yang selaras dengan identitas setiap proyek Grup Astra Property. Keterhubungan elemen *shadow*, foto dan *color pallete* yang digunakan juga mendukung desain visual satu sama lain dan mampu menciptakan konten visual yang utuh di setiap postingan.

*“Setiap project pasti punya warna yang beda-beda, misal oranye atau biru, berarti konten visualnya gak jauh-jauh dari warna tersebut, karena kalau beda sendiri bakal kurang aesthetics. Jadi, ketika buat desain konten visual lebih mainin warna untuk bikin dia jadi satu kesatuan.”*

(I2, Kepala Divisi Desain Grafis Residential)

*“Kalau unity, ketika pembuatan konten visual bisa dilihat dari warna ya, seperti contohnya Astra Property keseragaman warna oranye dengan editan warm tone, Menara Astra dengan warna biru, dan The Arumaya dengan warna keseragaman cokelat. Jadi kalau unity itu, kita memang liat dari warna.”*

(I3, Anggota Divisi Desain Grafis Commercial)

## 2.1 Interpretasi Teoritis

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa kesatuan visual dibangun melalui konsistensi warna, tipografi, ikon, dan identitas merek pada setiap unggahan Instagram. Hasil tersebut mendukung Zhang (2018) yang menyatakan bahwa *visual communication* digital tetap mengandalkan kesatuan elemen visual sebagai media penyampaian informasi secara efektif. Berbeda dengan penelitian Huang et al. (2023) yang memandang *unity* sebagai hubungan

antar elemen dalam proses representasi visual berbasis AI, penelitian ini menunjukkan bahwa unity terbentuk melalui konsistensi identitas visual yang diterapkan oleh desainer.

### 3. Irama (*Rhythm*)



**Gambar 7. Pola *Pattern* & Kain Tenun**  
Sumber: IG @astraproperty



**Gambar 8. Pola Gelombang & *Pattern***  
Sumber: IG @menaraastrajakarta



**Gambar 9. Pola *Shadow***  
Sumber: IG @theaumayajakarta

Prinsip irama (*rhythm*) pada pembuatan konten visual pada Gambar 7. di Instagram @astraproperty menerapkan penggunaan *pattern* dan kain tenun NTT dalam memeriahkan acara event Astra Property “*Living First 2025*”, pada Gambar 8. di Instagram @menaraastrajakarta menerapkan penggunaan pola gelombang dan pemasangan *pattern background* pada poster *Live Music ZEST Menara Astra* & pada Gambar 9. di Instagram @theaumayajakarta menerapkan pola *shadow* berulang di setiap postingan. Berdasarkan Gambar 7,8,9, Instagram Grup Astra Property menerapkan aliran visual yang memandu mata *audiens* untuk bergerak secara teratur saat melihat desain. Irama diterapkan melalui penggunaan pola yang berulang secara konsisten sehingga konten visual yang ditampilkan tidak monoton, melainkan teratur dan harmonis. Penerapan irama dapat membangun *sense of unity* dan memudahkan *audiens* mengenali karakter desain dan pesan komunikasi yang ingin disampaikan.

“Kalau menerapkan irama di akun Instagram Grup Astra Property lebih ke menggunakan pola. Nah, pola (*pattern*)

nya itu dibuat lebih seimbang, lalu direpeat, digunakan berulang sehingga irama menjadi lebih konsisten.”

(I1, Kepala Divisi Desain Grafis Commercial)

### 3.1 Interpretasi Teoritis

Pola pengulangan warna, ikon, layout, dan hierarki informasi menunjukkan adanya *rhythm* yang menjaga konsistensi komunikasi visual. Temuan ini sejalan dengan Zhang (2018) yang menjelaskan bahwa *rhythm* tetap menjadi prinsip penting dalam media digital untuk mengarahkan perhatian audiens terhadap informasi yang disampaikan. Sementara itu, Zhou et al. (2022) membangun *rhythm* melalui algoritma penempatan *layout* secara otomatis, sedangkan penelitian ini menunjukkan *rhythm* dibentuk melalui pertimbangan visual oleh desainer.

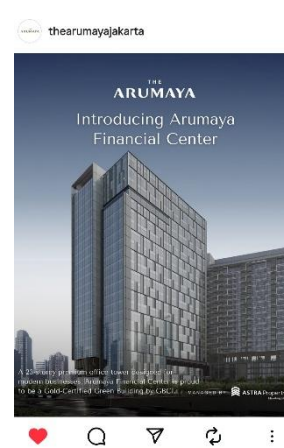
## 4. Proporsi (*Proportion*)



**Gambar 10. Proporsi *Headline* & Foto**  
Sumber: IG @astraproperty



**Gambar 11. Proporsi *Headline***  
Sumber: IG @menaraastrajakarta



**Gambar 12. Proporsi Foto**  
Sumber: IG @thearumayajakarta

Prinsip proporsi (*proportion*) pada pembuatan konten visual pada Gambar 10. di Instagram @astraproperty menerapkan komposisi foto dan teks yang sama besar untuk tujuan menjual rumah, pada Gambar 11. di Instagram @menaraastrajakarta menerapkan komposisi teks yang lebih besar untuk tujuan memberikan *clue* atau informasi mengenai *tenant* baru & pada Gambar 12. di Instagram @thearumayajakarta menerapkan komposisi foto gedung yang lebih besar untuk tujuan menjual dalam hal *commercial*.

Berdasarkan Gambar 10,11,12 konten visual Instagram Grup Astra Property menerapkan proporsi foto dan teks yang harmonis sehingga menciptakan keseimbangan antara desain dan komunikasi visual yang ingin disampaikan kepada *audiens*. Proporsi pada konten visual Instagram Grup Astra Property melibatkan elemen-elemen penting seperti logo, foto, dan informasi untuk menarik perhatian utama yang berfokus pada penjualan properti, sehingga membutuhkan penekanan visual pada aspek visual dan nilai produk.

*“Di Instagram Grup Astra Property kita sifatnya eksploratif, tapi lebih seringnya proporsi gambar yang lebih besar karena memang tujuan awalnya mau fokus ke gambar, jual ke mata audiens.”*

(I1, Kepala Divisi Desain Grafis Commercial)

*“Kalau menurut aku, gak semua dalam isi desain harus berteriak, bisa proporsi fotonya yang lebih besar, karena kalau kecil banget kan kita mau jual rumah, jadi gak akan kelihatan. Harus pintar memilah mana yang komposisinya harus dibesarkan dan mana yang harus dikecilkan karena nantinya pesan jadi tidak tersampaikan dengan baik.”*

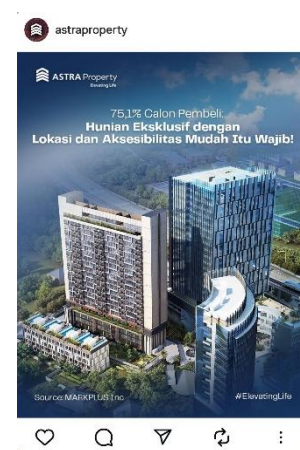
(I1, Kepala Divisi Desain Grafis Commercial)

#### 4.1 Interpretasi Teoritis

Penelitian menemukan bahwa ukuran foto, tipografi, logo, dan ilustrasi disusun secara proporsional agar tidak

mendominasi satu sama lain. Hal tersebut sesuai dengan Huang et al. (2023) yang menjelaskan bahwa ukuran serta hubungan antar elemen visual merupakan bagian penting dalam *layout composition*. Namun penelitian ini menunjukkan bahwa proporsi tidak dibangun oleh sistem AI, melainkan melalui pertimbangan estetika dan komunikasi visual oleh desainer.

#### 5. Penekanan (*Emphasis*)



**Gambar 13. Proporsi Headline & Foto**  
Sumber: IG @astraproperty



**Gambar 14. Proporsi Headline**  
Sumber: IG @menaraastrajakarta



**Gambar 15. Proporsi Foto**  
Sumber: IG @thearumayajakarta

Prinsip penekanan (*emphasis*) pada pembuatan konten visual pada Gambar 13. di Instagram @astraproperty menerapkan *highlight* teks yang lebih *bold*, pada Gambar 14. di Instagram @menaraastrajakarta menerapkan *highlight* teks yang lebih besar, *bold* dan menyertakan *icon Earth Life Matters* sesuai pesan yang ingin disampaikan yaitu donasi buku & pada Gambar 15. di Instagram @thearumayajakarta menerapkan beberapa jenis *font* untuk memberikan penekanan terhadap *headline* dan *body copy*. Berdasarkan Gambar 13,14,15 konten visual Instagram Grup Astra Property menerapkan penekanan dengan elemen-elemen seperti teks dan *icon* yang ditonjolkan melalui ukuran, posisi dan jenis *font* yang berbeda sehingga mampu menarik perhatian dan menghentikan pandangan *audiens* untuk bisa terfokus dan memahami inti pesan yang disampaikan dari visual yang dilihat (Effendi, 2025).

*“Emphasis itu sama kaya kita mau ngarahin audiens untuk melihat yang pertama, jadi itu yang kita mainin. Bisa*

*dari icon, kaya contohnya di Menara Astra ada icon Earth Life Matters jadi penyampaianya disesuaikan semisal mau menekankan donasi buku, icon nya bisa dibesarkan dan di highlight kalimat utamanya, jadi sudah menangkap duluan apa pesan ingin yang disampaikan melalui konten visual tersebut.”*

(I1, Kepala Divisi Desain Grafis Commercial)

*“Emphasis bisa dilakukan melalui perbesar teks, ubah font, kadang bisa di bold juga atau dibedakan warnanya.”*

(I3, Anggota Divisi Desain Grafis Commercial)

### 5.1 Interpretasi Teoritis

Penelitian menunjukkan bahwa *emphasis* dibangun melalui penggunaan warna kontras, ukuran *headline*, dan penempatan elemen utama sehingga perhatian *audiens* langsung tertuju pada informasi penting. Temuan ini mendukung Zhang (2018) mengenai pentingnya visual *hierarchy* dalam media digital. Selain itu, Zhou et al. (2022) juga menekankan pentingnya penempatan elemen utama dalam *layout* agar fokus visual pengguna tidak terganggu. Perbedaannya, penelitian Zhou menggunakan pendekatan algoritmik, sedangkan penelitian ini mengungkap proses kreatif desainer dalam menentukan titik fokus visual.

Elemen-elemen visual yang diterapkan dalam akun Instagram Astra Property menjadi salah satu cakupan desain komunikasi visual untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada *audiens* secara efektif. (Mamis, et al. 2023), diantaranya:

#### 1. Layout

*Layout* dalam konten visual Instagram setiap grup Astra Property menggunakan komposisi seperti *single panel* hingga *golden triangle layout* untuk menciptakan dinamika visual tanpa mengabaikan prinsip keterbacaan dan keselarasan. *Layout* yang baik memudahkan penerimaan pesan oleh *audiens* sehingga bisa tersampaikan secara efektif.

#### 2. Tipografi

Tipografi menjadi elemen penting dalam menciptakan **identitas dan tone komunikasi visual**. Pemilihan jenis huruf disesuaikan dengan setiap karakteristik Instagram grup Astra Property, seperti **Astra Property dan Menara Astra** menggunakan *font* dari keluarga **Sans Serif** untuk menonjolkan kesan **modern, bersih, dan profesional**, sementara **The Arumaya** menggunakan **Serif font** untuk menciptakan kesan **mewah, eksklusif, dan berkelas**. Penerapan tipografi pada konten visual diterapkan agar informasi tersampaikan dengan baik, dan tentunya memberi arah konsep dari desain yang dibuat secara menyeluruh (Pratama et al. 2022).

#### 3. Ilustrasi

Ilustrasi menjadi sebuah bahasa visual yang bisa menyampaikan makna pesan terhadap

*audiens*. Instagram setiap grup Astra Property menggunakan campuran antara foto nyata seperti foto *property & façade* bangunan, elemen ilustratif, hingga visual berbasis AI untuk menyesuaikan gaya komunikasi yang bersifat *corporate*, *premium*, dan *youthful*. Hal ini sejalan dengan prinsip desain komunikasi visual yang menekankan fungsi ilustrasi sebagai penguat pesan, suasana, dan identitas.

#### 4. Warna

Warna yang diterapkan oleh setiap Instagram grup Astra Property berlandaskan filosofi dan karakter yang berbeda. Warna dapat menarik perhatian dan menggambarkan citra sebuah perusahaan (Anggraini & Nathalia, 2018), contohnya: (1) Astra Property menggunakan warna oranye yang merepresentasikan kesegaran dan modernitas. (2) Menara Astra menggunakan warna biru sebagai simbol stabilitas, rasa percaya (*trust*), dan profesionalisme dalam dunia *corporate*. (3) The Arumaya menggunakan nuansa emas dan coklat, menciptakan kesan *prestigious*, elegan, dan *earthy* yang sesuai dengan target pasar premium.

### SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa penerapan prinsip dasar desain grafis dalam pembuatan konten visual di Instagram Grup Astra Property berperan penting dalam membangun komunikasi visual yang efektif dan konsisten. Kelima prinsip desain, yaitu keseimbangan, kesatuan, irama, proporsi, dan penekanan dilaksanakan secara terencana untuk

menghasilkan komposisi yang selaras, harmonis, dan teratur. Elemen visual seperti *layout*, tipografi, ilustrasi, dan warna juga digunakan sesuai dengan konsep desain komunikasi visual untuk menyesuaikan pesan dengan karakteristik *audiens* setiap Instagram grup Astra Property. Penerapan prinsip desain grafis dan elemen komunikasi visual ini tidak hanya memperkuat identitas visual dan citra profesional Astra Property, tetapi juga mampu mewakili makna pesan sehingga lebih mudah dipahami.

Saran dari penelitian ini adalah Astra Property harus terus melakukan eksplorasi visual dengan tetap mempertahankan konsistensi prinsip desain grafis, sehingga konten yang dihasilkan dapat semakin adaptif, inovatif, dan relevan terhadap dinamika tren desain komunikasi visual di media sosial.

Selain memberikan implikasi praktis bagi pengelolaan komunikasi visual perusahaan, penelitian ini juga membuka peluang bagi pengembangan kajian di bidang desain komunikasi visual dan komunikasi digital. Oleh karena itu, terdapat dua rekomendasi untuk penelitian selanjutnya.

1. Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed methods untuk menguji pengaruh penerapan prinsip dasar desain grafis terhadap efektivitas komunikasi visual, misalnya melalui pengukuran tingkat *engagement*, *brand awareness*, persepsi kualitas visual, maupun respons *audiens* terhadap konten Instagram. Pendekatan

tersebut akan melengkapi temuan kualitatif penelitian ini dengan bukti empiris yang lebih terukur.

2. Penelitian berikutnya disarankan memperluas objek penelitian pada berbagai platform media sosial maupun sektor industri yang berbeda. Perluasan konteks tersebut dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai bagaimana prinsip-prinsip desain grafis diterapkan dalam membangun komunikasi visual dan identitas merek pada karakteristik audiens digital yang beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, L. & Nathalia, K. (2018). Desain Komunikasi Visual Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula. Diakses dari <https://www.scribd.com/document/407730038/Desain-Komunikasi-Visual-Dasar-dasar-Panduan-untuk-Pemula-anggraini-pdf>.
- Awaludin, M. I., Wardhana, S.M. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI dalam meningkatkan brand awareness. *Jurnal Ilmu Komputer dan Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 529-544. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v9i2.1454>
- Bainuri, Z. H., Bachtar, W. (2025). Analisis Prinsip Desain Visual pada Instagram @kominfobogor untuk Menyampaikan Informasi kepada Publik. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 102-117. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8230>
- Creswell JW, Creswell JD. 2018. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches (5th ed.)*. Sage Publications.
- Damayanti, A., Delima, D.L., Suseno, A. (2023). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Informasi dan Publikasi (Studi Deskriptif

- Kualitatif pada Akun Instagram @rumahkimkotatangerang). *Jurnal Publikasi Ilmu Komunikasi Media dan Cinema*, 6(1), 173-190.  
<https://doi.org/10.24076/pikma.v6i1.1308>
- Efendi, M., Fatgehipon, A., Scorviana, N. (2024). Media Sosial Instagram dalam Membangun Eksistensi Diri Remaja. *Jurnal Intelek dan Cendekiawan Nusantara*, 1(2), 3061-3068.  
<https://jicnusantara.com/index.php/jicn/article/view/335>
- Effendi, M. (2025, January 13). *Komposisi Visual Dalam Desain*. Diakses dari <https://web.unikom.ac.id/komposisi-visual-dalam-desain/?utm>
- Erlyana, Y., Everlin, S., Yuwono, I. F. (2023). Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna sebagai Penguat Daya Tarik Emosional dalam Video Anak. *Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(3), 396-411.  
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i03.7136>
- Hartono, E., Jati, A. P. (2022). Analisis Semiotika Elemen Visual Pada Ilustrasi Buku "CICADA" Karya Shaun Tan. *Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Media Baru*, 96-106.  
<https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v4i2.10056>
- Hermanto, Y. A. (2018). Identifikasi ilustrasi tipografi graphic vernacular sebagai sistem tanda & identitas warung tenda di Kota Malang. *JADECS (Jurnal of Art Design, Art Education & Culture Studies)*, 3(2), 74-83.  
<https://doi.org/10.17977/um037v3i2p74-83>
- Huang, D., Guo, J., Sun, S., Tian, H., Lin, J., Hu, Z., Lin, C.-Y., Lou, J.-G., & Zhang, D. (2023). A survey for graphic design intelligence. *arXiv*.  
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2309.01371>
- Josefina, S. (2025, 17 October). Personal Interview.
- Mamis, S. Paharuddin, Handayani, E. A., Rumra, F., Hermanto, Y. (2023). *Desain Komunikasi Visual*. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/394236958\\_DESAIN\\_KOMUNIKASI\\_VISUAL](https://www.researchgate.net/publication/394236958_DESAIN_KOMUNIKASI_VISUAL)
- Miles M, Huberman A, Saldana J. 2014. *Qualitative Data Analysis, A Methods Sourcebook*. USA: Sage Publications.
- Meron, Y. (2022). *Graphic design and artificial intelligence: Interdisciplinary challenges for designers in the search for research collaboration*. In D. Lockton, S. Lenzi, P. Hekkert, A. Oak, J. Sádaba, & P. Lloyd (Eds.), *DRS2022: Bilbao (Proceedings of the Design Research Society Conference)*. Design Research Society.  
<https://doi.org/10.21606/drs.2022.157>
- Morla, V. (2025, 14 October). Personal Interview.
- Na'amy, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Pusat Penelitian dan Publikasi Ilmiah LP2M UIN Mataram.
- Pratama, M. Y., Malau, R. (2022). Analisis Makna Simplicity Pada Konten Microblog Dengan Fitur Carousel Post Di Instagram "fardi Yandi" (analisis Semiotika Charles Sanders Peirce). *eProceedings of Management*, 9(4), 2375–2386.  
<https://openlibrarypublications.telkomuniversi ty.ac.id/index.php/management/article/view/18328>
- Syah, S. (2025, 14 October). Personal Interview.
- Syaputra, A. A., Mahendra, A. I. (2023). Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564-1582.  
<https://doi.org/10.55681/jige.v4i3.1076>
- Zhang, L. (2018). *Design and research on visual communication under the influence of digital media*. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 185, 257–260.  
<https://doi.org/10.2991/ssehr-17.2018.58>
- Zhou, M., Xu, C., Ma, Y., Ge, T., Jiang, Y., & Xu, W. (2022). *Composition-aware graphic layout GAN for visual-textual presentation designs*. *arXiv*.  
<https://doi.org/10.48550/arXiv.2205.00303>
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning dalam Peningkatan Hasil Belajar Siswa pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam di MAN 1 Medan. *Jurnal Penelitian. Pendidikan dan Pengajaran*, 3(2), 147-153.  
<https://doi.org/10.30596/jppp.v3i2.11758>