



Analisis Estetika Feed Instagram sebagai Media Branding Visual

Muhamad Amirul Ridhwan*, Rajaa Salaam, Aditya Pratama Nugraha, Aliyah

Universitas Muhammdiyah Tangerang

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa pengaruh visual Instagram terhadap pembentukan citra merek. Guna mencapai tujuan ini, penelitian ini menggunakan pendekatan mix-method dengan menggabungkan analisis kualitatif terhadap elemen visual, dan analisis kuantitatif melalui kuesioner ke responden. Analisis kualitatif ada beberapa yang dilakukan seperti aspek warna, tipografi, tata letak, komposisi visual, sama konsistensi desain. Sedangkan analisis kuantitatif ini digunakan untuk mengetahui persepsi audiens terhadap efektivitas branding visual yang ditampilkan. Studi menunjukkan menggunakan elemen estetika visual yang konsisten dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan daya tarik visual, dan membuat audiens lebih mudah memahami karakter merek. Hasilnya menunjukkan bahwa estetika feed Instagram berkontribusi secara signifikan pada strategi branding visual di media sosial. Oleh karena itu, pengelolaan elemen visual secara teratur dan teratur menjadi komponen penting dalam membangun citra merek yang kuat dan mudah dikenali oleh audiens.

Kata Kunci: Estetika Visual, Instagram, Branding Visual, Media Sosial, Desain Komunikasi Visual

DOI:

<https://doi.org/10.53697/emba.v6i1.4199>

*Correspondence: Muhamad Amirul Ridhwan

Email:

muhammadamirulrdwan@gmail.com

Received: 11-04-2026

Accepted: 11-05-2026

Published: 11-06-2026



Copyright: © 2026 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: This study aims to examine the influence of Instagram visuals on brand image formation. To achieve this goal, the study employed a mixed-methods approach, combining qualitative analysis of visual elements with quantitative analysis through questionnaires. Qualitative analysis included aspects such as color, typography, layout, visual composition, and design consistency. Quantitative analysis was used to determine audience perceptions of the effectiveness of the visual branding displayed. The study shows that using consistent visual aesthetic elements can strengthen brand identity, increase visual appeal, and make it easier for audiences to understand the brand's character. The results indicate that Instagram feed aesthetics contribute significantly to visual branding strategies on social media. Therefore, managing visual elements regularly and consistently is an important component in building a strong and recognizable brand image for the audience.

Keywords: Visual Aesthetics, Instagram, Visual Branding, Social Media, Visual Communication Design

Pendahuluan

Berbagai aspek masyarakat telah diubah oleh kemajuan pesat dalam teknologi informasi dan komunikasi. Ini termasuk cara orang berkomunikasi dan membangun hubungan dengan audiens. Kehadiran internet serta berbagai platform media sosial telah menciptakan ruang baru bagi aktivitas pemasaran, promosi, dan branding yang sebelumnya lebih banyak dilakukan melalui media konvensional. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga menjadi media strategis yang memungkinkan sebuah merek untuk membangun identitas, menyampaikan nilai, serta menjangkau audiens secara lebih luas dan interaktif.

Instagram adalah satu platform media sosial yang sangat berpengaruh terhadap aktivitas branding digital. Sejak awalnya diluncurkan sebagai platform berbasis visual, platform ini telah berkembang menjadi platform yang banyak digunakan oleh perusahaan, organisasi, pelaku usaha, dan individu untuk membangun citra dan identitas merek. Instagram menggunakan visual sebagai sumber utama pesan, membedakannya dari platform lain yang berfokus pada teks. Pengguna dapat menciptakan pengalaman komunikasi yang lebih efektif dan mudah diterima oleh audiens dengan menyajikan informasi dalam bentuk visual yang menarik melalui fitur-fitur yang tersedia, seperti feed, Stories, Reels, dan Carousel.

Dalam praktik branding digital, visual menjadi elemen yang sangat penting karena mampu mempengaruhi persepsi, emosi, dan keputusan audiens terhadap suatu merek. Identitas visual yang kuat dapat membantu suatu merek agar lebih mudah dikenal, diingat, dan dibedakan dari pesaing. Oleh karena itu, berbagai merek mulai memperhatikan aspek visual dalam setiap konten yang dipublikasikan di media sosial. Tidak hanya fokus pada penyampaian informasi, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut dikemas secara visual agar mampu menciptakan kesan tertentu di benak audiens.

Salah satu aspek yang berperan penting dalam membangun identitas visual adalah estetika. Dalam bidang Desain Komunikasi Visual, estetika tidak hanya dipahami sebagai unsur keindahan semata, tetapi juga sebagai proses penyusunan elemen-elemen visual yang mampu menghasilkan pengalaman visual yang menarik, komunikatif, dan bermakna. Estetika visual mencakup berbagai elemen seperti warna, tipografi, tata letak, ilustrasi, fotografi, komposisi, serta konsistensi desain yang digunakan dalam suatu media. Penggunaan elemen-elemen tersebut secara tepat dapat meningkatkan kualitas komunikasi visual dan membantu audiens memahami pesan yang ingin disampaikan.

Pada platform Instagram, estetika visual sering kali diwujudkan melalui pengelolaan feed yang terencana dan konsisten. Feed Instagram merupakan kumpulan unggahan yang tersusun dalam tampilan grid dan menjadi representasi visual pertama yang dilihat oleh audiens ketika mengunjungi sebuah akun. Tampilan feed yang memiliki keselarasan warna, konsistensi desain, dan komposisi visual yang baik dapat menciptakan kesan profesional serta memperkuat identitas merek. Sebaliknya, feed yang tidak memiliki konsistensi visual berpotensi mengurangi daya tarik dan menyulitkan penonton dalam mengenali karakter suatu merek.

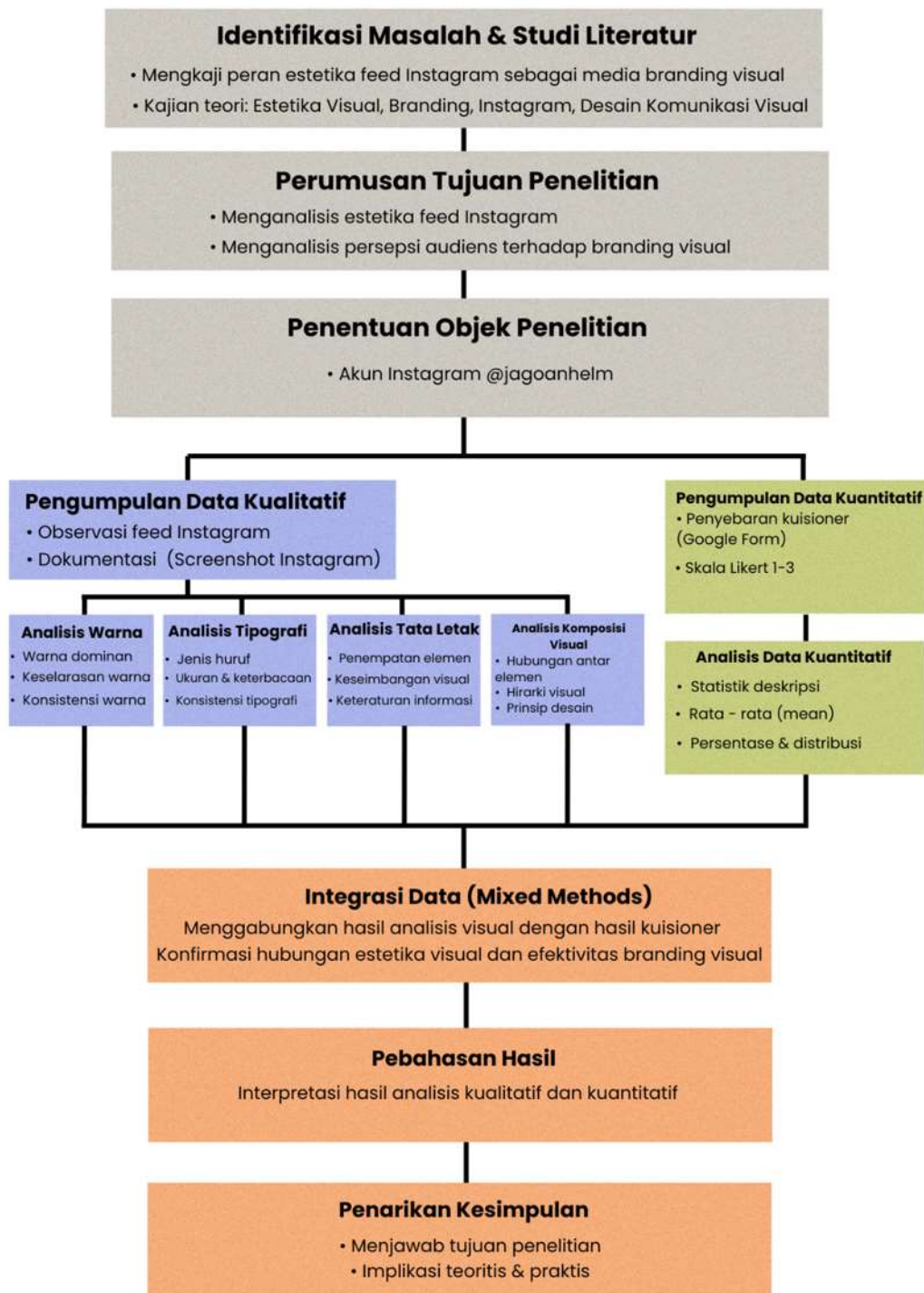
Pentingnya estetika visual dalam media sosial menyebabkan banyak merek mulai menerapkan strategi visual tertentu untuk membangun branding yang lebih efektif. Strategi tersebut dapat berupa penggunaan palet warna yang konsisten, pemilihan tipografi yang sesuai dengan karakter merek, penerapan tata letak yang terstruktur, hingga penggunaan gaya fotografi atau ilustrasi yang seragam. Melalui strategi tersebut, sebuah merek dapat membentuk identitas visual yang khas sehingga lebih mudah dikenal oleh audiens. Dengan demikian, estetika visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang memiliki peran strategis dalam membangun citra dan nilai merek.

Di sisi lain, keberhasilan branding visual tidak hanya ditentukan oleh bagaimana elemen visual dirancang, tetapi juga oleh bagaimana audiens memaknai dan merespons elemen-elemen tersebut. Persepsi audiens menjadi faktor penting karena identitas merek yang dibangun melalui visual pada akhirnya akan diterima dan diinterpretasikan oleh pengguna media sosial. Oleh karena itu, analisis terhadap estetika feed Instagram perlu dilakukan tidak hanya dari aspek visual, tetapi juga dari sudut pandang audiens sebagai penerima pesan.

Penelitian mengenai media sosial dan branding telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya. Sebagian besar penelitian fokus pada pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian, keterlibatan audiens (engagement), serta efektivitas strategi pemasaran digital. Selain itu, terdapat pula penelitian yang membahas pengaruh estetika visual terhadap citra merek dan persepsi konsumen. Namun demikian, penelitian yang secara khusus menilai estetika feed Instagram sebagai media branding visual dengan mengombinasikan kedua pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan objektif mengenai peran estetika visual dalam mendukung branding pada media sosial Instagram.

Metodologi

Penelitian ini menggunakan pendekatan Mixed Methods, yaitu metode penelitian yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif dalam satu penelitian untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap objek yang diteliti. Pendekatan ini dipilih karena penelitian tidak hanya fokus pada analisis elemen estetika visual yang terdapat pada feed Instagram, tetapi juga mengkaji persepsi audiens terhadap efektivitas branding visual yang ditampilkan. Dengan mengombinasikan kedua pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu menghasilkan temuan yang lebih mendalam dan objektif mengenai peran estetika visual dalam mendukung branding pada media sosial Instagram.



Gambar 1. Metode Penelitian
(Sumber: Pribadi)

Metode campuran yang diterapkan dalam penelitian ini berupa Embedded Mixed Methods Design, yaitu pendekatan yang menggabungkan data kualitatif dan kuantitatif dalam satu proses penelitian dengan menetapkan salah satu metode sebagai metode utama. Pada penelitian ini, analisis kualitatif terhadap elemen visual pada feed Instagram dipilih

sebagai metode primer, sementara data kuantitatif dari kuesioner berfungsi sebagai data pendukung untuk memperkuat temuan analisis.

Objek Penelitian

Akun Instagram @jagoanhelm yang berfokus pada informasi dan penjualan perlengkapan berkendara, khususnya helm, adalah subjek penelitian ini. Selain memanfaatkan Instagram sebagai media untuk branding dan berinteraksi dengan audiens, akun tersebut dipilih karena memiliki identitas visual yang konsisten dalam penyajian kontennya. Fokus penelitiannya yaitu tampilan feed Instagram yang menggambarkan identitas visual merek dengan menggunakan komponen desain komunikasi visual.



Gambar 2. Profil Instagram @jagoanhelm

(Sumber : <https://www.instagram.com/jagoanhelm?igsh=ZDJ0aXF2YXhiYWlX>)

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui beberapa teknik sebagai berikut:

Observasi

Pengamatan dilakukan secara langsung terhadap tampilan feed Instagram yang menjadi subjek penelitian. Penelitian memfokuskan pada komponen visual yang ada dalam setiap postingan akun, meliputi warna, tipografi, tata letak, fotografi, ilustrasi, serta

konsistensi visual. Data yang diperoleh dari observasi dimanfaatkan untuk memahami bagaimana estetika visual diterapkan dalam membangun identitas merek di Instagram.

Dokumentasi

Teknik dokumentasi ditempuh dengan menghimpun data berupa tangkapan layar (screenshot) dari postingan feed Instagram yang menjadi sampel penelitian. Data dokumentasi ini dimanfaatkan sebagai bahan analisis visual dan sebagai bukti penunjangnya dalam proses penelitian.

Kuesioner

Sebuah survei digunakan untuk mengumpulkan informasi tentang persepsi audiens terhadap estetika visual dan branding yang ditampilkan di feed Instagram. Dengan menggunakan Google Form, kuesioner didistribusikan secara berani kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Metode penelitian menggunakan skala Likert 1–3, dengan kategori jawaban dimulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Adapun indikator yang digunakan dalam kuesioner meliputi:

Tabel 1. Indikator Kuesioner

Variabel	Indikator
Estetika	Kelebihan visual mencakup warna, tipografi, tata letak, serta keseragaman visual
Branding	Kepekaan dalam mengenali identitas merek, kesan profesional pada antar muka visual, dan citra merek yang dikomunikasikan

Target Populasi serta Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna Instagram yang pernah melihat atau berinteraksi dengan postingan akun yang menjadi objek kajian. Penentuan sampel dilakukan menggunakan teknik Purposive Sampling, yaitu memilih responden berdasarkan kriteria-kriteria spesifik yang sesuai dengan fokus penelitian.

Kriteria responden yang ditetapkan dalam penelitian ini mencakup:

1. Memiliki akun Instagram aktif.
2. Pernah melihat konten akun yang menjadi objek penelitian.
3. Berusia minimal 17 tahun.
4. Bersedia melengkapi kuesioner penelitian.

Jumlah responden yang digunakan berkisar antara 12 hingga 20 responden, yang dinilai sudah cukup untuk mendukung analisis deskriptif pada penelitian metode campuran. Berdasarkan hasil pengumpulan data, mayoritas responden berada pada rentang usia 17 – 31 tahun yang termasuk kelompok pengguna aktif Instagram dan memiliki tingkat paparan tinggi terhadap konten visual digital. Responden dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pengguna yang pernah melihat atau berinteraksi dengan akun @jagoanhelm, sehingga dinilai mampu memberikan penilaian yang relevan terhadap aspek estetika visual dan branding. Akun @jagoanhelm sendiri dipilih sebagai objek penelitian karena memiliki lebih dari 189 ribu pengikut dan lebih dari 5.200 unggahan, yang menunjukkan aktivitas branding visual yang konsisten serta jangkauan audiens yang luas. Sebagai akun yang bergerak dibidang penjualan perlengkapan berkendara, khususnya

helm, @jagoanhelm memanfaatkan elemen visual sebagai strategi komunikasi merek ditengah persaingan bisnis digital yang tinggi. Oleh karena itu, karakteristik responden dan objek penelitian tersebut dinilai tepat untuk menganalisis pengaruh estetika feed Instagram terhadap pembentukan branding visual merek.

Teknik Analisis Data

Analisis Kualitatif

Data hasil observasi dan dokumentasi dianalisis menggunakan pendekatan Desain Komunikasi Visual dengan mengkaji elemen-elemen estetika yang terdapat pada feed Instagram, meliputi:

- **Warna**
Analisis warna dilakukan untuk mengidentifikasi penggunaan warna dominan, keselarasan warna, serta konsistensi penerapan warna pada setiap unggahan. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui peran warna dalam membangun identitas visual merek.
- **Tipografi**
Analisis tipografi dilakukan dengan mengamati jenis huruf, ukuran huruf, keterbacaan, dan konsistensi penggunaan tipografi pada konten feed Instagram. Aspek ini dijelaskan untuk mengetahui efektivitas kepuasan pesan visual kepada audiens.
- **Tata letak (tata letak)**
Analisis tata letak dilakukan dengan mengkaji penempatan elemen visual seperti teks, gambar, logo, dan elemen pendukung lainnya pada setiap unggahan. Tata letaknya dijelaskan untuk melihat keseimbangan dan keteraturan visual dalam menyampaikan informasi.
- **Komposisi visual**
Analisis komposisi visual dilakukan dengan mengamati hubungan antar elemen desain, prinsip keseimbangan, penekanan, proporsi, dan kesatuan visual yang terdapat pada konten feed Instagram.
- **Konsistensi visual**
Analisis konsistensi visual dilakukan untuk mengetahui keseragaman penggunaan elemen desain pada seluruh unggahan sehingga dapat mendukung pembentukan identitas merek yang kuat dan mudah dikenal.

Hasil analisis kemudian diinterpretasikan untuk mengetahui bagaimana elemen-elemen tersebut berperan dalam membentuk identitas dan branding visual akun Instagram.

Analisis Kuantitatif

Data hasil kuesioner dianalisis menggunakan statistik deskriptif. Setiap jawaban responden pada Skala Likert dihitung untuk memperoleh nilai rata-rata (mean), persentase, dan distribusi jawaban responden. Hasil analisis digunakan untuk mengetahui persepsi audiens terhadap kualitas estetika visual dan efektivitas branding yang ditampilkan melalui feed Instagram.

Integrasi Data

Tahap akhir penelitian dilakukan dengan mengintegrasikan hasil analisis kualitatif dan kuantitatif. Integrasi data bertujuan untuk melihat kesesuaian antara temuan visual

yang diperoleh dari analisis feed Instagram dengan persepsi audiens yang diperoleh melalui kuesioner. Dengan demikian, dapat diketahui sejauh mana estetika visual ikut berperan dalam membangun branding visual pada media sosial Instagram.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Estetika Feed Instagram sebagai Media Branding Visual

Berdasarkan hasil observasi terhadap feed Instagram yang diteliti, ditemukan bahwa akun tersebut menerapkan strategi visual yang cukup konsisten dalam penyajian kontennya. Konsistensi tersebut terlihat dari penggunaan warna, tipografi, tata letak, fotografi produk, serta gaya penyampaian informasi yang seragam pada setiap unggahan. Keseragaman elemen visual tersebut berperan dalam membangun identitas visual yang mudah dikenali oleh audiens.



Gambar 3. Feed Instagram @jagoanhelm

(Sumber: <https://www.instagram.com/jagoanhelm?igsh=ZDJ0aXF2YXhiYWlX>)

Tabel 2. Analisis Elemen Visual pada Akun Instagram @jagoanhelm

No	Elemen/Prinsip Visual	Hasil Analisis	Fungsi Branding Visual
1	Warna	Feed didominasi warna merah yang digunakan secara konsisten pada hampir seluruh	Membangun identitas visual yang kuat,

2	Tipografi	<p>unggahan, terutama pada bagian bawah konten sebagai latar informasi. Warna putih digunakan pada teks untuk menciptakan kontras yang tinggi, sedangkan warna hitam dan abu-abu muncul pada produk serta latar toko.</p> <p>Menggunakan jenis huruf sans-serif dengan karakter tebal (<i>bold</i>) dan dominasi huruf kapital pada judul utama. Teks berwarna putih dengan ukuran yang bervariasi sesuai tingkat informasi.</p>	<p>meningkatkan daya tarik visual, dan memudahkan audiens mengenali karakter merek.</p> <p>Meningkatkan keterbacaan informasi, memperjelas pesan promosi, dan menciptakan kesan modern serta profesional.</p>
3	Fotografi	<p>Sebagian besar konten menampilkan produk helm sebagai objek utama. Beberapa unggahan juga menampilkan staf toko, konsumen, dan suasana toko untuk mendukung komunikasi visual.</p>	<p>Menonjolkan detail produk, membangun kredibilitas, dan menciptakan kedekatan dengan audiens.</p>
4	Tata Letak	<p>Objek utama ditempatkan pada bagian tengah konten, sedangkan informasi promosi berada di bagian bawah. Struktur layout relatif konsisten pada seluruh unggahan.</p>	<p>Membantu audiens memahami informasi dengan cepat dan menciptakan tampilan visual yang terorganisasi.</p>
5	Hirarki Visual	<p>Perhatian audiens diarahkan terlebih dahulu pada produk helm, kemudian judul utama, dan terakhir informasi pendukung. Hierarki dibentuk melalui ukuran objek, ukuran teks, dan kontras warna.</p>	<p>Membantu penyampaian pesan secara efektif dan meningkatkan fokus audiens terhadap produk.</p>
6	Repetis	<p>Penggunaan warna merah, tipografi, layout, dan gaya fotografi dilakukan secara berulang pada setiap unggahan.</p>	<p>Memperkuat konsistensi visual dan meningkatkan pengenalan merek (<i>brand recognition</i>).</p>
7	Unity	<p>Seluruh unggahan memiliki kesamaan gaya visual baik dari segi warna, tipografi, maupun tata letak.</p>	<p>Membentuk identitas visual yang konsisten dan profesional.</p>
8	Emphasis	<p>Penekanan visual diberikan pada produk helm melalui ukuran objek yang dominan, warna kontras, dan posisi objek yang berada di tengah frame.</p>	<p>Menarik perhatian audiens terhadap produk sebagai fokus utama komunikasi visual.</p>

(Sumber : Peneliti)

Berdasarkan hasil analisis terhadap feed Instagram Jagoan Helm, terlihat bahwa akun ini memiliki visual strategi yang cukup kuat dalam membangun identitas merek. Salah satu aspek yang paling menonjol adalah penggunaan warna merah yang konsisten di hampir seluruh unggahan. Warna merah tidak hanya berfungsi sebagai elemen dekoratif, tetapi

juga menjadi ciri khas yang membedakan Jagoan Helm dari akun kompetitor. Kehadiran warna merah yang dipadukan dengan teks berwarna putih menciptakan kontras yang tinggi sehingga informasi promosi dapat terbaca dengan jelas. Konsistensi penggunaan warna tersebut membantu audiens mengenali konten Jagoan Helm dengan lebih cepat ketika muncul di beranda media sosial mereka.

Selain warna, penggunaan tipografi juga berperan penting dalam mendukung komunikasi visual akun. Jagoan Helm cenderung menggunakan jenis huruf sans-serif dengan karakter tebal dan dominasi huruf kapital pada judul utama. Pemilihan tipografi ini memberikan kesan modern, tegas, dan profesional sehingga sesuai dengan karakter produk yang dipasarkan. Variasi ukuran huruf yang digunakan pada setiap unggahan menunjukkan adanya pengaturan prioritas informasi, di mana informasi yang dianggap paling penting ditampilkan dengan ukuran yang lebih besar dibandingkan informasi pendukung lainnya. Hal ini memudahkan penonton untuk menangkap pesan utama dalam waktu singkat.

Dari aspek fotografi, sebagian besar unggahan menempatkan produk helm sebagai objek utama yang menjadi pusat perhatian. Penyajian foto produk yang jelas memungkinkan audiens melihat detail bentuk, warna, maupun desain helm yang ditawarkan. Menariknya, beberapa unggahan juga menampilkan staf toko, konsumen, serta suasana toko secara langsung. Kehadiran elemen manusia dalam konten memberikan kesan yang lebih personal dan mampu meningkatkan kepercayaan audiens terhadap merek. Dengan demikian, fotografi tidak hanya berfungsi untuk menampilkan produk, tetapi juga membangun citra positif serta kredibilitas bisnis di mata konsumen.

Tata letak yang digunakan pada feed Instagram Jagoan Helm menunjukkan pola yang relatif konsisten. Produk biasanya ditempatkan pada area tengah sebagai fokus utama, sementara informasi promosi atau deskripsi tambahan ditempatkan pada bagian bawah konten. Susunan seperti ini membuat audiens dapat memahami isi unggahan secara lebih terstruktur. Konsistensi tata letak juga menciptakan pengalaman visual yang nyaman karena audiens tidak perlu beradaptasi dengan komposisi yang berbeda pada setiap unggahan. Pola tersebut secara tidak langsung membantu memperkuat identitas visual akun.

Analisis juga menunjukkan adanya penerapan hirarki visual yang jelas dalam setiap unggahan. Perhatian audiens diarahkan pertama kali kepada produk helm melalui ukuran objek yang lebih besar dibandingkan elemen lainnya. Setelah itu, fokus beralih ke judul atau informasi utama, kemudian dilanjutkan pada informasi pendukung seperti promo atau detail produk. Pengaturan hirarki visual yang baik membuat proses penyampaian informasi menjadi lebih efektif karena audiens menerima pesan sesuai urutan yang telah dirancang oleh pembuat konten.

Prinsip repetitif terlihat dari pengulangan berbagai elemen visual seperti warna merah, jenis tipografi, tata letak, dan gaya fotografi pada setiap unggahan. Pengulangan ini menghasilkan kesan visual yang konsisten dan mudah dikenali. Dalam konteks branding, repetitifitas memiliki peran penting karena membantu membentuk ingatan audiens terhadap suatu merek. Semakin sering audiens melihat elemen visual yang sama, semakin

kuat pula asosiasi yang terbentuk antara elemen tersebut dengan identitas merek Jagoan Helm.

Kesamaan penggunaan warna, tipografi, fotografi, dan tata letak pada seluruh unggahan juga menunjukkan adanya prinsip kesatuan (unity). Seluruh elemen visual tampak saling mendukung dan membentuk tampilan feed yang harmonis. Kesatuan visual ini memberikan kesan bahwa akun dikelola secara profesional dan memiliki konsep desain yang terencana. Bagi audiens, tampilan feed yang seragam dapat meningkatkan kepercayaan terhadap kualitas merek karena menunjukkan adanya konsistensi dalam representasi identitas visual.

Selain itu, penekanan (emphasis) terlihat pada cara produk helm selalu dijadikan titik fokus utama dalam komposisi desain. Ukuran objek yang dominan, posisi yang berada di tengah, serta penggunaan warna yang kontras membuat perhatian audiens langsung tertuju pada produk. Strategi ini sangat penting dalam konten promosi karena tujuan utama unggahan adalah memperkenalkan dan menarik minat audiens terhadap produk yang ditawarkan. Dengan adanya penekanan visual yang kuat, pesan promosi dapat tersampaikan secara lebih efektif.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa feed Instagram Jagoan Helm telah memanfaatkan elemen dan prinsip desain visual secara optimal untuk mendukung aktivitas branding. Konsistensi penggunaan warna, tipografi, fotografi, tata letak, serta penerapan hirarki visual, repetisi, unity, dan penekanan berhasil menciptakan identitas visual yang kuat. Melalui strategi tersebut, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi produk, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra merek yang profesional, mudah dikenal, dan mampu menarik perhatian audiens secara berkelanjutan.

Tabel 3. Hasil Kuesioner

No	Pertanyaan	Persentase			Umur
		Sangat Setuju	Setuju	Tidak Setuju	
1	Variabel Estetika Visual	47,6%	40,5%	11,9%	15-31 Tahun
2	Variabel Branding Visual	50%	44,5	5,5%	15-31 Tahun
3	Variabel Efektivitas Branding	45,2%	46,4%	8,4%	15-31 Tahun
4	Pertanyaan Kualitatif	39,3%	54,8%	5,9%	15-31 Tahun

Berdasarkan hasil kuesioner yang diperoleh, aspek estetika visual pada feed Instagram Jagoan Helm mendapat tanggapan yang sangat positif dari responden. Sebanyak 47,6% responden menyatakan sangat setuju dan 40,5% menyatakan setuju bahwa elemen-elemen visual yang ditampilkan, seperti tata letak, warna, tipografi, dan komposisi desain, mampu menciptakan tampilan yang menarik. Hanya 11,9% responden yang memberikan tanggapan tidak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa secara umum feed Instagram Jagoan Helm telah memenuhi prinsip-prinsip estetika visual yang baik sehingga mampu memberikan pengalaman visual yang positif bagi audiens.

Pada aspek visual branding, hasil penelitian menunjukkan tingkat persetujuan yang lebih tinggi dibandingkan aspek lainnya. Sebanyak 50% responden menyatakan sangat setuju dan 44,5% menyatakan setuju bahwa feed Instagram Jagoan Helm mampu merepresentasikan identitas merek dengan baik. Sementara itu, hanya 5,5% responden yang memberikan penilaian tidak setuju. Hasil ini mengindikasikan bahwa konsistensi elemen visual yang digunakan dalam feed berhasil membangun identitas merek yang kuat dan mudah dikenal oleh audiens. Dengan demikian, feed Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana komunikasi identitas merek kepada calon konsumen.

Pada variabel efektivitas branding, sebanyak 45,2% responden menyatakan sangat setuju dan 46,4% menyatakan setuju bahwa tampilan feed Instagram berperan dalam mendukung aktivitas branding. Persentase responden yang tidak setuju hanya sebesar 8,4%. Data tersebut menunjukkan bahwa estetika visual yang diterapkan tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mampu meningkatkan daya ingat, perhatian, dan persepsi positif audiens terhadap merek Jagoan Helm. Temuan ini menampilkan adanya hubungan yang kuat antara kualitas tampilan visual dengan keberhasilan strategi branding yang diterapkan melalui media sosial Instagram.

Sementara itu, pada pertanyaan kualitatif, sebagian besar responden juga memberikan tanggapan positif, dengan persentase 39,3% sangat setuju dan 54,8% setuju, sedangkan hanya 5,9% yang menunjukkan ketidaksetujuan. Hasil ini memperkuat temuan kuantitatif sebelumnya bahwa feed Instagram Jagoan Helm yang dinilai mampu menciptakan kesan visual yang menarik sekaligus merepresentasikan identitas merek secara efektif. Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa estetika feed Instagram memiliki peran yang signifikan dalam mendukung branding visual, meningkatkan citra merek, serta membangun persepsi positif audiens terhadap Jagoan Helm sebagai sebuah merek.

Integrasi Data (Metode Campuran)

Integrasi data dilakukan dengan membandingkan hasil analisis visual feed Instagram Jagoan Helm dengan hasil kuesioner yang diperoleh dari responden. Hasil analisis kualitatif menunjukkan bahwa feed Instagram Jagoan Helm menerapkan elemen dan prinsip desain visual secara konsisten, meliputi penggunaan warna merah sebagai identitas merek, tipografi sans-serif yang mudah dibaca, tata letak yang terstruktur, fotografi produk yang dominan, serta penerapan prinsip hirarki visual, repetisi, unity, dan penekanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa akun Instagram Jagoan Helm memiliki identitas visual yang kuat dan mudah dikenal oleh audiens.

Temuan tersebut diperkuat oleh hasil analisis kuantitatif yang menunjukkan bahwa 88,1% responden memberikan penilaian positif terhadap aspek estetika visual, 94,5% responden menilai akun visual branding sudah baik, dan 91,6% responden menyatakan bahwa tampilan feed Instagram efektif dalam mendukung aktivitas branding. Selain itu, 94,1% responden memberikan tanggapan positif pada pertanyaan kualitatif mengenai kesan visual akun.

Berdasarkan integrasi kedua data tersebut, dapat disimpulkan bahwa konsistensi penerapan elemen estetika visual memiliki hubungan yang kuat dengan keberhasilan branding visual. Temuan visual yang diperoleh melalui observasi selaras dengan persepsi audiens yang menilai bahwa feed Instagram Jagoan Helm mampu membangun identitas merek yang profesional, menarik, dan mudah dikenal.

Pembahasan Hasil

Hasil penelitian menunjukkan bahwa estetika visual memiliki peran penting dalam mendukung branding visual pada media sosial Instagram. Temuan ini terlihat dari konsistensi penggunaan warna merah sebagai identitas utama merek yang mampu menciptakan karakter visual yang khas dan membedakan Jagoan Helm dari kompetitor. Konsistensi warna tersebut memperkuat proses pengenalan merek (brand recognition) sehingga audiens lebih mudah mengingat dan mengenali konten yang ditampilkan.

Selain warna, penggunaan tipografi sans-serif yang tegas dan tata letak yang konsisten juga meningkatkan efektivitas kinerja informasi. Struktur visual yang terorganisasi membantu audiens memahami pesan promosi secara cepat, sedangkan penerapan hirarki visual mengarahkan perhatian audiens ke produk sebagai fokus utama komunikasi. Kondisi ini menunjukkan bahwa elemen desain visual tidak hanya berfungsi sebagai unsur estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan merek.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan penilaian positif terhadap estetika visual, branding visual, dan efektivitas branding pada feed Instagram Jagoan Helm. Tingginya tingkat persetujuan menunjukkan kepada responden bahwa strategi visual yang diterapkan mampu menciptakan pengalaman visual yang menarik sekaligus membangun persepsi positif terhadap merek. Temuan ini mendukung teori branding yang menyatakan bahwa konsistensi elemen visual dapat memperkuat identitas merek, meningkatkan kepercayaan audiens, dan membangun citra profesional di media digital.

Dengan demikian, penelitian ini membuktikan bahwa estetika feed Instagram tidak hanya berfungsi sebagai elemen keindahan visual, tetapi juga sebagai instrumen strategi dalam membangun branding visual. Semakin konsisten penerapan elemen desain seperti warna, tipografi, tata letak, fotografi, dan prinsip desain visual, maka semakin kuat pula identitas merek yang terbentuk di benak audiens. Hasil penelitian ini mempertegas bahwa Instagram dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media branding yang efektif dalam meningkatkan citra dan daya saing merek di era digital.

Simpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis estetika feed Instagram sebagai media branding visual pada akun Instagram @jagoanhelm. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tersebut telah menerapkan elemen dan prinsip Desain Komunikasi Visual secara konsisten, seperti penggunaan warna, tipografi, layout, fotografi produk, serta prinsip

kesatuan dan hirarki visual. Penerapan elemen-elemen tersebut mampu membentuk identitas visual yang kuat dan mendukung penyampaian pesan merek kepada audiens.

Hasil Kuisioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap tampilan visual akun @jagoanhelm. Audiens menilai bahwa estetika visual yang diterapkan mampu meningkatkan daya tarik konten, memperjelas identitas merek, serta mendukung efektivitas branding visual. Temuan ini menunjukkan adanya keselarasan antara hasil analisis visual dan persepsi audiens, sehingga dapat disimpulkan bahwa estetika feed Instagram berperan penting dalam memperkuat branding visual suatu merek.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar pengelola akun bisnis di Instagram terus menjaga konsistensi elemen visual sebagai upaya membangun identitas merek yang kuat. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan melakukan kajian pada lebih banyak akun atau platform media sosial lainnya serta menambahkan variabel seperti engagement, loyalitas merek, atau keputusan pembelian agar di peroleh pemahaman yang lebih luas mengenai pengaruh estetika visual dalam strategi branding digital.

Referensi

- Adi, I. K., & Wijaya, P. (2023). FEED INSTAGRAM SEBAGAI UPAYA PENGUATAN BRANDING DALAM INDUSTRI KREATIF. *6*, 327–336.
- Agustin, S., Nurhayati, R., Wulan, S., Nur, M. J., & Is, S. S. (2024). Strategi Pengembangan Branding Identitas Lokal Sebagai Pendorong Peningkatan Penjualan Produk UMKM. *2*(2), 321–326. <https://doi.org/10.30762/welfare.v2i2.1429>
- Anderson, J., & Angela, S. J. (n.d.). ELEMEN VISUAL PADA INFOGRAFIS: STUDI INFOGRAFIS KARYA MAHASISWA MATA KULIAH IDENTITAS MEREK. 103–110.
- Awaludin, M. I., Satya, S., & Wardhana, M. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram @P3SMANDIRI dalam Meningkatkan Brand Awareness. *9*, 529–544.
- Azizah, D. N., & Sri Wulandari. (2023). Identitas Visual pada Desain Feeds Instagram Brand "Zamzam Kalimantan." *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, *1*(2), 272–285. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1809>
- Bainuri, Z. H., & Bachtiar, 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>
- Dwiyanti, A., Syahputra, M. R., & Widhiandono, D. (2023). RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, *3*(4), 45–50.
- Ekonomi, P., Tinggi, P., Sari, N. K., & Dwitasari, P. (2024). *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, *6*(September).

- Emily, J., & Valentina, A. (2023). Desain Grafis Untuk Meningkatkan Tampilan Instagram Feeds Produk Aksesoris Motor Brand H. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 195–204.
- Fitriani Sukur, I. (2025). Peran Kualitas Visual Konten dan Engagement Pengguna Terhadap Brand Awareness Pada Instagram @minyakkarolaucih. *Economics and Digital Business*, 6(2), 1265–1279.
- Gautama, C. F., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Komunikasi Visual Bagi Seorang Content Creator.
- Identity, V. (2023). Perancangan Identitas Visual. 7(1), 22–35.
- Meivanda, R. M., & Zuhri, S. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness pada Akun @photose.id. *JiIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 7(1), 691–702. <https://doi.org/10.54371/jiip.v7i1.3664>
- Memilih, Z. D., & Tinggi, P. (2024). Instagram Sebagai Media Branding Institusi Untuk Mempersuasi Gen Z Dalam Memilih Pendidikan Tinggi. 9(3), 581–589. <https://doi.org/10.28926/briliant.v9i3.1852>
- Mononutu, A. C., Agung, A., Bagus, N., Yudha, K., & Purwita, D. G. (2026). Analisis Elemen Visual Carousel Instagram Griya Luhu dalam Edukasi Pengelolaan Sampah. 13(3), 844–856.
- Nugroho, A., Florina, I. D., Edy, S., & Tegal, U. P. (n.d.). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>
- Pratama, N. D. (2024). Perancangan Identitas Visual Thefield. 7(1), 22–35. <https://doi.org/10.55757/dimensi.v4i2.406>
- Putri, S. D., Utomo, A. S., & Sujarwadi, B. (2024). Marketing Communication Strategy via Instagram in Increasing Brand Awareness Dailysocial.id. *JKKM - Jurnal Komunikasi dan Kajian Media*, 8(2), 18–31.
- Rashida, E., Tsabitah, A., Kusumandyoko, T. C., Studi, P., Komunikasi, D., Surabaya, U. N., Studi, P., Komunikasi, D., & Surabaya, U. N. (2024). Abstrak Keywords: Layout, Feed, Instagram. *Journal Barik*, 6(2), 159–173. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i2.63576>
- Studies, M., & Journal, E. (2026). Persepsi Visual Merek Adidas di Feed Instagram Pada Gen Z. 7(5), 16–34.
- Sugiyarto, E. A., & Hanum, I. (2026). Strategi Branding Berbasis Desain Komunikasi Visual dalam Membangun Citra Merek: Analisis Konten Visual pada Akun Instagram @anmum_indonesia.

-
- Tisatiladiah Gustian, David Rizar Nugroho, Mulyono Mulyono, & Enden Darjatul Ulya. (2025). Pengaruh Estetika pada Feeds Instagram terhadap Brand Image @wmdfashion. *Konsensus: Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum dan Ilmu Komunikasi*, 2(5), 119–125. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v2i5.1389>
- Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. 1, 14–25. <https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>
- Wardiana, S. (2024). Penggunaan Media Sosial Instagram @antidotstudios Sebagai Media Publikasi dalam Membangun Brand Awareness kepada Konsumen. 1(1).
- Widianingsih, W., & Pertiwi, A. B. (2025). Perancangan Feed Instagram Berbasis Model AIDA untuk Branding Produk Cheesecake in Jar "Baketoskool." *Jurnal Visual Ideas*, 5(1), 48–59. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol5.iss1.2025.2625>
- Yunita, G., Putra, U. N., Kunci, K., & Visual, D. K. (2022). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Estetika. 4(2). <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i2.138>