

# **Pengaruh Desain Visual pada Media Sosial Instagram terhadap Ketertarikan Audiens: Studi Kasus Pada Akun @NarasiNewsroom**

**Devina Septiya Riyanti**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa  
Jalan Ki Mangun Sarkoro No. 20, Nusukan, Kecamatan Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa  
Tengah 57135  
250425005@mhs.udb.ac.id

## **Abstrak**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah mendorong perubahan mendasar dalam pola konsumsi berita masyarakat ke arah platform digital yang mengandalkan aspek visual. Di tengah fenomena kelebihan beban informasi (*information overload*), desain visual pada media sosial bukan sekadar elemen estetika, melainkan instrumen komunikasi strategis yang krusial untuk menyampaikan pesan kompleks sekaligus menarik atensi audiens di tengah kompetisi konten yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain visual pada media sosial Instagram terhadap tingkat ketertarikan dan keterlibatan (*engagement*) audiens, dengan fokus studi pada akun @NarasiNewsroom. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan melakukan observasi terhadap elemen-elemen visual utama seperti tipografi, palet warna, tata letak *carousel*, dan infografis pada unggahan @NarasiNewsroom. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan tipografi yang tegas (*bold*), konsistensi identitas visual, serta penyederhanaan data melalui infografis secara signifikan meningkatkan *dwelt time* dan retensi informasi audiens. Desain visual yang adaptif dan informatif pada akun tersebut terbukti efektif dalam memicu interaksi berupa *likes*, *shares*, dan *saves*, yang pada akhirnya memperkuat posisi @NarasiNewsroom sebagai media berita digital yang kredibel dan populer di kalangan generasi muda.

*Kata Kunci: Audience Engagement, Desain Visual, Instagram, Komunikasi Visual, NarasiNewsroom.*

## **Abstract**

*The rapid advancement of information and communication technology over the last few decades has driven a fundamental shift in public news consumption patterns toward digital platforms that rely heavily on visual aspects. Amidst the phenomenon of information overload, visual design on social media is no longer merely an aesthetic element but a crucial strategic communication instrument for conveying complex messages while capturing audience attention in an increasingly competitive content landscape.*

*This study aims to analyze the influence of visual design on Instagram regarding the level of audience interest and engagement, with a focus on the @NarasiNewsroom account. The research employs a descriptive qualitative method by observing key visual elements, including typography, color palettes, carousel layouts, and infographics used in @NarasiNewsroom's posts. The results indicate that the use of bold typography, consistent visual identity, and data simplification through infographics significantly increases audience dwell time and information retention. The adaptive and informative visual design of the account has proven effective in triggering interactions such as likes, shares, and saves, which ultimately strengthens @NarasiNewsroom's position as a credible and popular digital news outlet among the younger generation.*

*Keywords: Audience Engagement, Instagram, NarasiNewsroom, Visual Communication, Visual Design.*

**1. Pendahuluan**

Pesatnya perubahan teknologi informasi dan komunikasi telah memicu transformasi fundamental pada paradigma konsumsi berita masyarakat, yang kini bergerak secara masif meninggalkan gaya literasi tekstual konvensional menuju platform digital berbasis visual yang mengandalkan kecepatan serta efisiensi penyampaian pesan. Pergeseran ini menciptakan standar baru dalam jurnalisme kontemporer, di mana daya tarik visual bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan determinan utama dalam memenangkan kompetisi atensi audiens di tengah banjir informasi (Newman et al., 2024). Sebelum terjadinya disrupsi digital yang menyeluruh, akses masyarakat terhadap informasi berita bersifat linier dan sangat bergantung pada media arus utama (*legacy media*) seperti surat kabar cetak, radio, dan televisi yang memiliki keterbatasan ruang fisik serta jadwal siaran yang kaku (Pavlik, 2019). Sebaliknya, akses informasi saat ini telah mengalami demokratisasi melalui ekosistem media sosial dan perangkat *mobile*, yang memungkinkan berita mengalir secara *real-time* melalui algoritma personal sehingga informasi kompleks dapat dikonsumsi secara instan dalam format yang lebih ringkas, interaktif, dan mudah dibagikan. Perubahan ini tidak hanya memengaruhi cara masyarakat memperoleh berita, tetapi juga secara drastis mengubah struktur kognitif audiens dalam menyerap informasi, di mana beban kognitif (*cognitive load*) yang tinggi akibat banjir informasi memaksa otak manusia untuk memprioritaskan rangsangan visual dibandingkan teks naratif (Sweller, 2011). Fenomena ini menuntut media untuk mengadopsi strategi komunikasi visual yang efektif agar pesan yang berat tetap dapat diakses dan dipahami tanpa kehilangan kedalaman substansinya (Lester, 2020).

Kategori Data	Indikator	Statistik/Temuan Utama	Implikasi terhadap Penelitian
Konsumsi Berita Digital	Akses berita melalui media sosial	48% audiens menggunakan media sosial sebagai sumber berita utama	Menegaskan media sosial sebagai kanal utama distribusi berita digital
Platform Visual Dominan	Pertumbuhan platform berbasis visual	Instagram dan TikTok menjadi platform dengan pertumbuhan tertinggi	Memperkuat fokus penelitian pada desain visual sebagai strategi komunikasi
Pengguna Media Sosial Indonesia	Jumlah Pengguna Instagram	Lebih dari 100juta pengguna aktif di Indonesia	Menunjukkan besarnya potensi jangkauan audiens @NarasiNewsroom
Atensi Audiens Digital	Rentang perhatian audiens	Rata-rata 1,7-2 detik sebelum audiens menggulir konten	Menuntut penerapan <i>thumb-stopping effect</i> melalui desain visual
Kognisi Visual	Kecepatan pemrosesan visual	Otak memproses visual dalam +13 milidetik	Menguatkan efektivitas visual dibanding teks panjang
Engagement Media Sosial	Format unggahan Instagram	Carousel memiliki engagement 1,92% lebih tinggi dari foto Tunggal (0,74%)	Menjelaskan efektivitas penggunaan carousel oleh @NarasiNewsroom
Identitas & Branding Visual	Konsistensi visual	Konsistensi visual meningkatkan brand recognition hingga 80%	Mendukung pentingnya identitas visual konsisten pada media digital

Gambar 1. Data Signifikansi Digital dan Preferensi Visual Audiens 2024

*Sumber: Newman et al., (2024); We Are Social & Meltwater, (2024); Lorenz-Spreen et al., (2019); Potter et al., (2014); Socialinsider, (2023); Forbes Agency Council, (2023).*

Berdasarkan laporan Digital News Report 2024 dari Reuters Institute, sebanyak 48% audiens global kini mendapatkan berita melalui platform media sosial, dengan pertumbuhan signifikan pada platform berbasis visual seperti Instagram dan TikTok (Newman et al., 2024). Di Indonesia, data We Are Social (2024) menunjukkan bahwa pengguna aktif Instagram telah melampaui 100 juta lebih, menjadikannya salah satu pasar digital terbesar yang sangat mengandalkan aspek visual dalam penyampaian pesan.

Namun, dominasi platform digital ini membawa tantangan baru berupa kelebihan beban informasi (*information overload*). Riset dari Technical University of Denmark mengungkapkan bahwa rentang perhatian kolektif manusia terus menurun secara global akibat melimpahnya konten. Pada platform media sosial, rata-rata audiens hanya

memberikan waktu 1,7 hingga 2 detik sebelum memutuskan untuk terus menggulir atau berhenti pada sebuah konten (Lorenz-Spreen et al., 2019). Fenomena ini menciptakan kebutuhan mendesak bagi industri media untuk menghasilkan thumb-stopping effect atau kemampuan untuk menghentikan guliran jari pengguna melalui strategi visual yang impresif.

Dalam ekosistem ini, desain visual tidak lagi dipandang sebagai aspek komplementer, melainkan bertransformasi menjadi bahasa komunikasi utama. Studi oleh Massachusetts Institute of Technology (MIT) menemukan bahwa otak manusia mampu memproses citra visual hanya dalam waktu 13 milidetik, jauh lebih cepat daripada pemrosesan teks (Potter et al., 2014). Hal ini memperkuat teori bahwa desain yang efektif adalah instrumen krusial untuk menyederhanakan isu kompleks menjadi digestible content (Lester, 2020). Akun @NarasiNewsroom hadir sebagai model media digital di Indonesia yang berhasil mengintegrasikan jurnalisme investigasi dengan estetika visual yang kuat. Data Social Blade (2024) secara konsisten menunjukkan bahwa akun tersebut memiliki tingkat keterlibatan (engagement rate) yang di atas rata-rata industri media berita di Indonesia, yang mengindikasikan adanya strategi visual yang efektif.

Pentingnya penelitian ini didasari oleh temuan bahwa identitas visual yang konsisten dapat meningkatkan pengenalan merek hingga 80% (Forbes, 2023). Strategi @NarasiNewsroom dalam menerapkan prinsip keseimbangan tipografi (Landa, 2014), hierarki visual (Ambrose & Harris, 2011), serta psikologi warna (Wheeler, 2017) menjadi aspek krusial untuk dikaji lebih mendalam. Selain itu, penggunaan format carousel di Instagram tercatat memiliki tingkat interaksi per unggahan sebesar 1,92%, secara signifikan lebih tinggi dibandingkan foto tunggal sebesar 0,74% atau video (Socialinsider, 2023). Melalui penyederhanaan data menggunakan infografis fungsional sesuai prinsip Cairo (2012), @NarasiNewsroom mampu mentransformasi informasi yang berat menjadi pengetahuan yang aksesibel bagi generasi muda.

Oleh karena itu, penelitian ini diarahkan untuk mengkaji secara empiris peran elemen visual dalam menjembatani kesenjangan antara kompleksitas narasi berita dan keterbatasan atensi audiens digital. Fokus utama penelitian ini terletak pada upaya dekonstruksi elemen desain seperti tipografi, hierarki, dan psikologi warna yang digunakan oleh @NarasiNewsroom sebagai strategi untuk mereduksi beban kognitif (cognitive load) audiens tanpa mendegradasi kedalaman substansi jurnalisme investigasi. Melalui pembedahan ini, diharapkan akan ditemukan sebuah formulasi komunikasi visual yang tidak hanya mampu menarik perhatian secara instan melalui thumb-stopping effect, tetapi juga mampu mempertahankan retensi informasi dalam jangka waktu yang lebih lama. Pada akhirnya, penelitian ini berupaya memberikan kontribusi teoretis mengenai bagaimana desain grafis fungsional bertransformasi menjadi bahasa jurnalisme baru yang mampu merangkul audiens muda di tengah saturasi informasi yang kian masif.

## 2. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif untuk memberikan gambaran secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena desain visual pada akun Instagram @NarasiNewsroom. Pemilihan metode kualitatif didasarkan pada kebutuhan untuk membedah makna di balik elemen visual dan strategi komunikasi yang tidak dapat direduksi hanya ke dalam angka, melainkan memerlukan interpretasi mendalam terhadap aspek estetika dan pesan yang disampaikan (Sugiyono, 2019). Mengingat objek penelitian berada sepenuhnya dalam ekosistem digital, peneliti menerapkan pendekatan netnografi sebagai landasan operasional. Netnografi merupakan metode riset kualitatif yang diadaptasi khusus untuk mempelajari budaya, perilaku, dan interaksi manusia di lingkungan komunikasi termediasi komputer atau komunitas siber (Kozinets, 2010). Pendekatan ini dipilih karena mampu menangkap realitas "budaya visual" secara natural, memungkinkan peneliti untuk mengobservasi bagaimana desain @NarasiNewsroom berinteraksi dengan audiens dalam ruang digital tanpa adanya manipulasi variabel.

Pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital terhadap konten-konten populer dan studi pustaka untuk memperkuat landasan teoretis. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis isi (*content analysis*), yang menurut Krippendorff (2018) merupakan teknik penelitian untuk membuat inferensi yang valid dan dapat direplikasi dari data ke dalam konteksnya. Proses ini meliputi tahapan reduksi data untuk memilih unggahan yang

representatif, kategorisasi elemen visual berdasarkan fungsinya seperti tipografi, palet warna, dan hierarki visual, serta analisis korelatif untuk menghubungkan elemen tersebut dengan pola interaksi audiens. Integrasi antara metode kualitatif dan pendekatan netnografi ini menjadi sangat relevan karena penelitian ini tidak hanya mengkaji desain grafis sebagai objek pasif, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi yang memicu perilaku sosial dan psikologis di internet. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menarik kesimpulan akhir yang komprehensif mengenai efektivitas desain visual dalam menjembatani penyampaian informasi yang kompleks di tengah dinamika media sosial saat ini

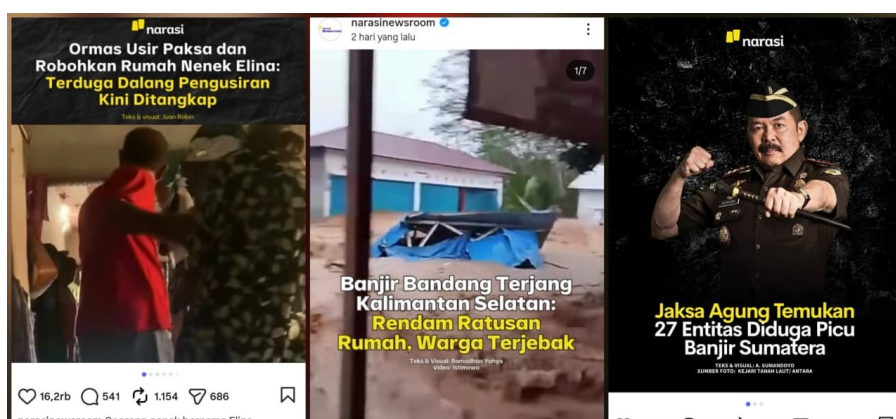
### 3. Hasil dan Pembahasan

Hasil observasi terhadap akun Instagram @NarasiNewsroom menunjukkan adanya konsistensi penggunaan elemen visual yang dirancang secara strategis untuk mendukung narasi jurnalisme investigasi. Salah satu temuan utama adalah penerapan hierarki visual dan tipografi yang tegas. Sesuai dengan teori Landa (2014) mengenai prinsip penekanan (*emphasis*), @NarasiNewsroom menggunakan tipografi *bold* dengan ukuran yang kontras pada *headline* untuk menciptakan *thumb-stopping effect*. Teknik ini selaras dengan prinsip hierarki visual Ambrose & Harris (2011), di mana mata audiens diarahkan terlebih dahulu pada poin informasi paling krusial sebelum masuk ke detail teks yang lebih kecil. Penggunaan *font* sans-serif yang modern memberikan kesan tegas, kredibel, namun tetap aksesibel bagi audiens muda yang terbiasa dengan estetika digital minimalis.



Gambar 2. Konsistensi Identitas Visual dan Psikologi Warna (merah, hitam, kuning, putih)

Sumber: Instagram @NarasiNewsroom - 31 Agustus 2025; 5 September 2025; 20 Desember 2025; 21 Desember 2025; 29 Desember 2025; 30 Desember 2025.



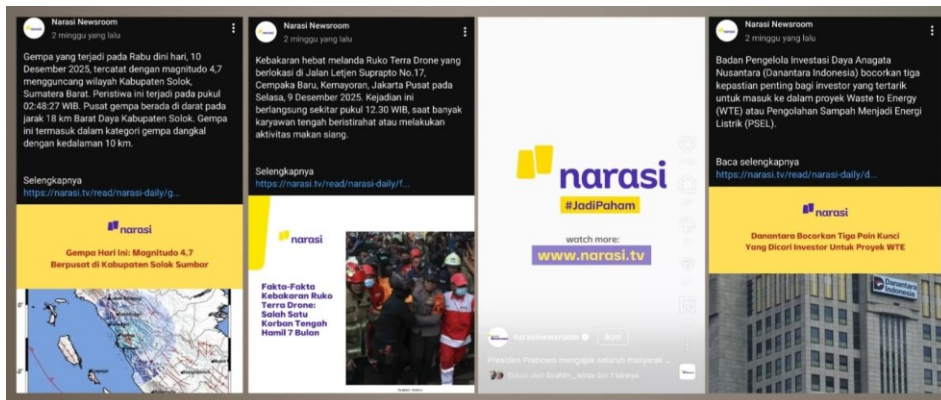
Gambar 3. Hierarki Tipografi dan “Thumb-Stopping Effect”

Sumber: Instagram @NarasiNewsroom - 25 Desember 2025; 29 Desember 2025; 30 Desember 2025.

Selanjutnya, identitas visual dan psikologi warna memegang peranan vital dalam membangun *brand recognition*. Observasi menunjukkan bahwa @NarasiNewsroom secara konsisten menggunakan palet warna yang berani, seperti kombinasi merah, hitam, kuning, dan putih, yang menurut Wheeler (2017) mampu membangkitkan persepsi urgensi dan keberanian—karakteristik yang sesuai dengan konten berita investigasi. Konsistensi warna ini tidak hanya berfungsi sebagai pemanis, tetapi sebagai alat navigasi visual yang membantu audiens mengenali konten Narasi di tengah ribuan unggahan lain di *feed* mereka. Data interaksi menunjukkan bahwa konsistensi ini berkontribusi pada loyalitas audiens yang tercermin dari tingginya angka *shares* dan *saves*.

Penyampaian data yang kompleks dipermudah melalui penggunaan infografis fungsional dan format *carousel*. Mengacu pada prinsip Cairo (2012), @NarasiNewsroom berhasil mengubah data statistik yang padat menjadi grafik yang komunikatif dan tidak mengintimidasi. Penggunaan format *carousel* dimanfaatkan untuk melakukan *storytelling* secara bertahap. Hal ini terbukti secara empiris meningkatkan *dwelt time* (waktu tinggal) audiens pada satu unggahan, karena format ini menuntut keterlibatan aktif pengguna untuk menggeser (*swipe*) setiap slide. Gabungan antara penyederhanaan data dan alur cerita yang runut pada *carousel* menciptakan pengalaman kognitif yang lebih baik, sehingga informasi yang berat tetap dapat tersampaikan secara efektif tanpa kehilangan kedalaman substansi beritanya.

Selain elemen visual statis, penelitian ini menemukan bahwa @NarasiNewsroom secara cerdas memanfaatkan elemen mikro-interaksi pada desain mereka. Temuan spesifik menunjukkan adanya penggunaan call-to-action (CTA) yang terintegrasi secara visual pada slide terakhir setiap *carousel*.



Gambar 4. Penggunaan call-to-action (CTA)

Sumber: Youtube @NarasiNewsroom – 9 Desember 2025; 10 Desember 2025

Berbeda dengan media konvensional, desain CTA ini dirancang dengan estetika yang konsisten sehingga tidak terlihat seperti iklan, melainkan ajakan untuk berdiskusi. Selain itu, terdapat temuan mengenai penggunaan *whitespace* (ruang kosong) yang proporsional di sekitar teks kompleks; hal ini secara teknis mengurangi *cognitive load* (beban kognitif) audiens, sehingga informasi yang berat tidak menyebabkan kelelahan visual. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan @NarasiNewsroom bukan hanya terletak pada

keindahan visual, tetapi pada kemampuan desain dalam mengelola arus informasi agar sesuai dengan cara kerja otak audiens digital dalam menyerap konten berita.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa desain visual pada akun Instagram @NarasiNewsroom memiliki peran yang sangat signifikan dalam meningkatkan ketertarikan dan keterlibatan audiens. Elemen visual seperti tipografi yang kontras, hierarki visual yang jelas, konsistensi identitas warna, serta pemanfaatan infografis dan format carousel terbukti mampu menciptakan *thumb-stopping effect* di tengah fenomena *information overload*.

Desain visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang mampu menyederhanakan informasi kompleks tanpa mengurangi kedalaman substansi berita. Strategi visual yang diterapkan @NarasiNewsroom secara efektif meningkatkan *dwell time*, retensi informasi, serta interaksi audiens dalam bentuk *likes*, *shares*, dan *saves*. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan media berita digital dalam menjangkau generasi muda sangat dipengaruhi oleh kemampuan mengintegrasikan kualitas konten jurnalistik dengan kemasan visual yang fungsional dan adaptif.

#### 5. Saran

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh desain visual terhadap ketertarikan audiens pada akun Instagram NarasiNewsroom, penulis mengajukan beberapa saran:

1. Bagi Media Berita Digital  
Media berita digital disarankan untuk menjadikan desain visual sebagai bagian dari strategi editorial, bukan hanya sebagai pelengkap konten. Setiap unggahan sebaiknya dirancang dengan mempertimbangkan tujuan komunikasi, karakter audiens, serta kompleksitas isu yang disampaikan. Penggunaan tipografi yang kontras dan hierarki visual yang jelas perlu disesuaikan dengan tingkat urgensi berita agar audiens dapat dengan cepat menangkap pesan utama dalam waktu singkat.
2. Bagi Pengelola Konten Media Sosial  
Pengelola akun Instagram media berita disarankan untuk secara konsisten memanfaatkan format carousel dan infografis fungsional dalam menyampaikan isu-isu kompleks. Format ini terbukti mampu meningkatkan *dwell time* karena mendorong audiens untuk berinteraksi secara aktif melalui aktivitas *swipe*. Selain itu, penggunaan *call-to-action* (CTA) sebaiknya dirancang secara kontekstual, misalnya dengan mengajak audiens untuk berdiskusi atau merefleksikan isu, bukan sekadar meminta interaksi seperti *likes* atau *shares*.
3. Bagi Tim Desain dan Redaksi  
Diperlukan kolaborasi yang lebih erat antara tim desain grafis dan tim redaksi. Tim desain perlu memahami substansi berita agar visual yang dihasilkan tetap akurat dan tidak menyesatkan, sementara tim redaksi perlu memiliki literasi visual dasar agar pesan jurnalistik dapat diterjemahkan secara efektif ke dalam bentuk visual.
4. Bagi Pengembangan Audiens  
Media disarankan untuk memanfaatkan data interaksi audiens, seperti *engagement rate*, *saves*, dan *shares*, sebagai bahan evaluasi berkala terhadap efektivitas desain visual. Analisis sederhana terhadap jenis konten yang paling banyak disimpan atau dibagikan dapat menjadi dasar untuk menyempurnakan strategi visual di masa mendatang tanpa harus bergantung pada riset yang kompleks dan mahal.
5. Bagi Peneliti Selanjutnya  
Penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau *mixed methods* guna mengukur secara lebih spesifik pengaruh desain visual terhadap aspek psikologis audiens, seperti emosi, kepercayaan, dan pemahaman informasi. Selain itu, objek penelitian dapat

diperluas ke platform lain seperti TikTok atau YouTube untuk memperoleh gambaran komparatif lintas media.

### Daftar Pustaka

- Ambrose, G., & Harris, P., 2011, *The fundamentals of creative design*. AVA Publishing.
- Cairo, A., 2012, *The functional art: An introduction to information graphics and visualization*. New Riders.
- Fogg, B. J., 2009, A behavior model for persuasive design. *Proceedings of the 4th International Conference on Persuasive Technology*, 40, 1–7.
- Forbes Agency Council., 2023, The impact of brand consistency on revenue and recognition. *Forbes*.
- Kozinets, R. V., 2010, *Netnography: Doing ethnographic research online*. SAGE Publications.
- Krippendorff, K., 2018, *Content analysis: An introduction to its methodology* (4th ed.). SAGE Publications.
- Landa, R., 2014, *Graphic design solutions* (5th ed.). Cengage Learning.
- Lester, P. M., 2020, *Visual communication: Images with messages*. Lexington Books.
- Narasi Newsroom, Konten berita visual dengan identitas warna konsisten, 31 Agustus 2025, URL: <https://www.instagram.com/p/DOBA2TKiYIV/>
- Narasi Newsroom, Penyajian berita investigatif dengan hierarki tipografi, 5 September 2025, URL: [https://www.instagram.com/p/DONbFEIE1\\_G/](https://www.instagram.com/p/DONbFEIE1_G/)  
Narasi Newsroom, interaksi audiens melalui call-to-action, 9 Desember 2025, URL: <https://youtube.com/post/UgkxK6-yXFbapj9OxE4zKqkDGI1iUPK8Rnh0>
- Narasi Newsroom, Strategi call-to-action pada konten berita digital, 10 Desember 2025, URL: [https://youtube.com/post/Ugkxs2ePZNeQp7gAsEA9IS\\_jgCHhCYMJfcMk](https://youtube.com/post/Ugkxs2ePZNeQp7gAsEA9IS_jgCHhCYMJfcMk)
- Narasi Newsroom, Desain visual berita dengan pendekatan infografis, 20 Desember 2025, URL: <https://www.instagram.com/p/DSeQYRkE8nc/>
- Narasi Newsroom, Konsistensi identitas visual dalam konten carousel, 21 Desember 2025, URL: <https://www.instagram.com/p/DShQpsYE9-j/>  
Narasi Newsroom, Penggunaan headline kontras pada konten berita, 25 Desember 2025, URL: [https://www.instagram.com/p/DSrWG7zk5x\\_/](https://www.instagram.com/p/DSrWG7zk5x_/)
- Narasi Newsroom, Penerapan hierarki tipografi pada konten berita, 29 Desember 2025, URL: <https://www.instagram.com/p/DS1S8H2k00v/>; Tipografi dan komposisi visual dalam konten berita digital, URL: <https://www.instagram.com/p/DS1wKydkwDD/>
- Narasi Newsroom, Strategi visual untuk menciptakan thumb-stopping effect, 30 Desember 2025, URL: <https://www.instagram.com/p/DS31gVxE4L1/>; Hierarki visual sebagai strategi komunikasi berita, URL: <https://www.instagram.com/p/DS4Uwwfk4H3/>
- Newman, N., Fletcher, R., Robertson, C. T., Eddy, K., & Nielsen, R. K., 2024. *Reuters Institute digital news report 2024*. Reuters Institute for the Study of Journalism.

- Potter, M. C., Wyble, B., Haggmann, C. E., & McCourt, E. S., 2014. Detecting meaning in rapid serial visual presentation. *Attention, Perception, & Psychophysics*, 76(1), 3–11.
- Socialinsider., 2023. Social media engagement benchmarks: Instagram, Facebook, and Twitter.
- Sugiyono., 2019. Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.
- Sweller, J., 2011. Cognitive load theory. In J. P. Mestre & B. H. Ross (Eds.), *The psychology of learning and motivation* (Vol. 55, pp. 37–76). Academic Press.
- We Are Social, & Meltwater., 2024. Digital 2024: Global overview report.
- Wheeler, A., 2017. *Designing brand identity: An essential guide for the whole branding team* (5th ed.). John Wiley & Sons.