

Pengaruh Desain Visual pada Konten Instagram Barenbliss dalam Menarik Audiens

Zahwa Nabila Aufa

Ilmu Komunikasi, Fakultas Hukum dan Bisnis, Universitas Duta Bangsa
Jl. Ki Mangun Sarkoro No.20, Nusukan, Kec. Banjarsari, Kota Surakarta, Jawa Tengah 57135
(0271) 7470550
250425024@mhs.udb.ac.id

Abstrak

Kemajuan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam dunia pemasaran, terutama dengan hadirnya desain visual sebagai salah satu elemen strategis. Tak dapat dipungkiri, desain visual kerap dianggap sebagai “kunci utama” dalam dunia bisnis, didukung oleh perkembangan teknologi dan ekonomi yang semakin maju. Banyak pengusaha dan pebisnis mencoba memanfaatkan media desain visual agar produk mereka dapat dikomunikasikan dalam bentuk visual yang menarik dan mendukung informasi terkait produk yang dijual sehingga orang-orang dengan rasa ingin tahu yang tinggi akan tertarik untuk melihat dan menggunakan atau membeli bisnis mereka. Salah satu cara yang banyak digunakan untuk mempromosikan produk mereka adalah melalui platform digital. Bentuk promosi tersebut berupa berbagai konten media yang dikemas dengan desain visual yang menarik dan pastinya disesuaikan dengan target audiens yang dituju. Untuk mencapai target konten visual tersebut, digunakan metode kualitatif dengan tahap studi kasus. Dari berbagai hasil yang diperoleh dari target audiens sekitar, betapa pentingnya peran desain visual untuk membantu mempromosikan produk bisnis dalam bentuk media visual berupa konten yang ditempatkan di platform digital, karena cara ini dapat membangun eksistensi produk terkait agar dikenal audiens luas. Kajian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi praktisi pemasaran dalam merancang strategi desain visual yang lebih efektif di era digital.

Kata Kunci: *Desain visual, platform digital, promosi produk, konten media*

Abstract

Advances in digital technology have brought significant changes to the world of marketing, particularly with the emergence of visual design as a strategic element. Undeniably, visual design is often considered the "main key" in the business world, supported by increasingly advanced technological and economic developments. Many entrepreneurs and business people try to utilize visual design media to communicate their products in an attractive visual form and support information related to the products being sold, so that people with high curiosity will be interested in seeing, using, or buying their business. One method widely used to promote their products is

through digital platforms. This form of promotion takes the form of various media content packaged with attractive visual designs and is certainly tailored to the intended target audience. To achieve the target visual content, qualitative methods are used through the case study. From the various results obtained from the target audience around, how important the role of visual design in helping promote business products through visual media in the form of content placed on digital platforms, because this method can build the presence of related products to be known to a wider audience. The study is expected to provide insight for marketing practitioners in designing more effective visual design strategies in the digital era.

Keywords: *Visual design, digital platform, product promotion, media content*

I. Pendahuluan

Media sosial merupakan salah satu wujud bukti dari perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini. Media sosial adalah *platform* digital yang digunakan sebagai wadah untuk berkomunikasi, berbagi, berekspresi, dan membuat berbagai konten tanpa terbatas oleh ruang dan waktu (Baqi, et al., 2023). Dari berbagai jenis *platform* media sosial yang ada, Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak pengguna. Dilansir dari *DataReportal*, total pengguna Instagram di Indonesia mencapai 99,15 juta orang atau setara 35,7% dari total populasi. Dengan banyaknya pengguna di Instagram dan cepatnya proses penyampaian informasi melalui internet dapat dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai pemasaran sebuah merek, produk, atau jasa. Bukan hanya itu, media sosial Instagram juga dimanfaatkan oleh para seniman, konten kreator, dan sastrawan sebagai media untuk berinteraksi, berekspresi, dan membagikan karyanya.

Pada postingan Instagram, hal yang menjadi fokus utama audiens saat pertama kali adalah gambar dibandingkan dengan membaca caption (Sari dan Lidia, 2021). Konten Instagram sebagai salah satu bagian dari desain visual memiliki elemen-elemen visual yang dapat menjelaskan isi pesan ke audiens. Seperti yang dikemukakan oleh Adi Kusrianto (2019), Desain visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola desain visual dengan tepat. Konten visual yang baik adalah konten yang dapat mengkomunikasikan suatu pesan dalam bentuk visual yang baik, benar, dan menarik audiens. Untuk itu dalam pembuatan konten Instagram diperlukan strategi kreatif, informatif, dan komunikatif yang diwujudkan dalam bahasa verbal dan visual yang mengacu pada prinsip-prinsip desain. Pemanfaatan desain visual dalam konten Instagram dapat membangun citra dalam benak audiens. Pesan visual pada konten Instagram haruslah jelas, dapat dimengerti, dan tentu saja menarik perhatian audiens.

Hal ini juga dilakukan oleh Barenbliss, dikenal pula sebagai BNB, adalah salah satu merek produk kecantikan asal Korea Selatan yang diluncurkan di pasaran Indonesia pada 25 Agustus 2021, brand ini didirikan oleh Kim Jina, salah satu artis tata rias Korea. Dengan inovasi produk berkualitas tinggi, Barenbliss berhasil merebut hati para pencinta kecantikan di Tanah Air. Hingga kini, pengikutnya sudah mencapai 320 ribu followers. Akun Instagram milik Barenbliss memiliki konten pemasaran berbagai produknya yang dikemas dengan desain visual yang khas dalam setiap unggahan di Instagramnya. Barenbliss menggunakan Instagram sebagai media untuk berinteraksi dan berekspresi dengan menggunakan desain visual pada setiap kontennya, mulai dari warna, tipografi, ilustrasi, dan layout. Tentu banyak faktor yang memengaruhi daya tarik audiens terhadap konten di Instagram. Dengan banyaknya seniman dan konten kreator sejenis yang melakukan promosi di Instagram, faktor-faktor ini perlu diperhitungkan untuk meningkatkan perhatian audiens, tidak terlepas juga dengan desain visual suatu konten Instagram.

Berdasarkan latar belakang diatas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mengintegrasikan seni dan teknologi untuk menciptakan konten yang tidak hanya *eye-catching*, tetapi juga relevan secara kontekstual dan mampu menarik konsumen. Pada penelitian ini, desain visual yang meliputi warna, tipografi, ilustrasi, layout pada konten Instagram Barenbliss akan dianalisis untuk mengetahui pengaruhnya dalam menarik audiens. Oleh karena itu, diperlukan kajian mendalam, guna memastikan bahwa desain visual memiliki tujuan yang selaras dengan kebutuhan pasar dan target audiens di tengah persaingan ekonomi kreatif yang semakin kompetitif.

II. Metode Penelitian

Dalam proses mencapai hasil yang diinginkan, adapun tahap proses yang dilakukan yaitu menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Suwasono (2018) penelitian kualitatif diperlukan karena ada banyak masalah penting dalam berbagai bidang kehidupan manusia yang tidak bisa diselesaikan atau dijawab dengan penelitian kuantitatif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan menganalisis secara mendalam bagaimana penggunaan desain visual yang meliputi warna, tipografi, ilustrasi, layout pada konten Instagram Barenbliss dapat meningkatkan ketertarikan audiens. Data dikumpulkan melalui analisis terhadap konten Instagram yang diunggah oleh akun @barenbliss_id. Penelitian ini memungkinkan penulis untuk memahami pengaruh desain visual sebagai strategi pemasaran di era teknologi inovatif saat ini.

III. Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan berikut adalah hasil yang didapat oleh penulis untuk menjawab rumusan masalah yang sudah dirumuskan sebelumnya, yaitu untuk menganalisis

secara mendalam bagaimana penggunaan desain visual yang meliputi warna, tipografi, ilustrasi, layout pada konten Instagram Barenbliss dapat meningkatkan ketertarikan audiens.



Gambar 1. Feeds Instagram Barenbliss

(Sumber: https://www.instagram.com/barenbliss_id/)

1. Pengaruh Elemen Warna

Berdasarkan tampilan feeds Instagram Barenbliss. Barenbliss menggunakan pendekatan visual yang sangat terkurasi untuk menciptakan identitas brand yang kuat dan tentunya *aspirasional* dengan penggunaan palet berwarna pastel yang dominan warna pink dan putih. Warna-warna ini menciptakan kesan feminim, dalam psikologi warna pink sering dikaitkan dengan kelembutan dan kecantikan. Konsistensi dalam pemilihan warna ini membangun citra brand yang kuat. Saat audiens melihat warna tersebut di explore Instagram, mereka langsung mengidentifikasikannya dengan Barenbliss. Maka, dapat ditafsirkan bahwa pemilihan warna pada Instagram Barenbliss cenderung sederhana dan soft terlihat menarik. Hal ini juga memudahkannya untuk membaca teks atau pesan verbal dari konten tersebut. Warna yang digunakan memiliki ciri khas dan memberikan

suasana yang sesuai dengan isi dari konten. Selain itu, kombinasi warna yang digunakan dalam feed Instagram Barenbliss terlihat serasi.

2. Pengaruh Elemen Tipografi

Logo yang digunakan oleh Barenbliss menggunakan font serif yang lembut namun modern, mencerminkan keseimbangan antara profesionalisme dan kelembutan. Dalam visual konten, teks diletakkan secara minimalis agar fokus audiens tetap pada visual produk dan wajah model. Tipografi yang konsisten menjadikannya memiliki ciri khas tersendiri dan unik, sehingga audiens tertarik untuk membaca isi konten dari Barenbliss.

3. Pengaruh Elemen Visual Ilustrasi

Penggunaan elemen seperti mutiara, kristal, dan latar belakang kain satin menciptakan narasi visual sebuah produk yang terkesan fresh, glowy, dan inovatif. Elemen yang ditampilkan dalam konten bisa berubah-ubah tergantung dengan tema yang akan ditampilkan. Selain itu, ilustrasi dan gambar yang ditampilkan sesuai dengan isi konten sehingga memudahkan audiens untuk memahami isi dari konten.

4. Pengaruh Elemen Layout

Instagram feed disusun dengan pola yang rapi, seringkali menggunakan teknik *macro-photography* untuk produk dan *close-up* untuk model. Hal ini menonjolkan tekstur produk (seperti kilau glossy atau kehalusan matte) yang secara psikologis memicu keinginan audiens untuk merasakan produk tersebut secara langsung. Selain itu, layout yang rapi membuat profil Instagram mereka nyaman untuk dijelajahi dalam waktu lama.

5. Pengaruh Elemen Keseluruhan

Tampilan feeds Instagram Barenbliss memiliki ciri khas yang menjadikannya terlihat menarik untuk dibaca. Terlepas dari isi konten, tampilan visual feeds Instagram Barenbliss dapat memikat audiens untuk mengunjungi dan mengikuti akun Instagram Barenbliss.

Dari hasil tersebut, terlihat bahwa desain visual memberikan dampak positif pada brand Barenbliss untuk membantu menciptakan materi pemasaran yang menarik dan kohesif. Ini tidak hanya memberikan identitas visual yang kuat tetapi juga memungkinkan sebuah brand bersaing secara lebih efektif di ranah digital. Pemanfaatan desain visual sebagai strategi pemasaran di era teknologi inovatif membuktikan menjadi solusi efektif bagi sebuah brand dalam menciptakan pemasaran produk yang menarik dan informatif. Dengan berbagai fitur elemen visual yang mudah diakses, brand dapat menghadirkan produk mereka dalam format yang memikat konsumen. Astini (2023) mencatat bahwa penggunaan desain visual sebagai pelengkap sangat memberikan kemudahan berbelanja bagi konsumen dan secara signifikan meningkatkan daya tarik produk.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap elemen visual pada akun Instagram Barenbliss, dapat disimpulkan bahwa keberhasilan dalam membangun ketertarikan audiens didasari pada konsistensi dan kurasi desain yang sangat mendalam. Penggunaan palet warna pastel, khususnya dominasi warna pink dan putih, terbukti efektif dalam membangun citra merek yang feminin dan lembut. Konsistensi warna ini tidak hanya menciptakan keharmonisan visual, tetapi juga berfungsi sebagai identitas kuat yang memudahkan audiens mengenali merek secara cepat di tengah padatnya arus informasi di media sosial. Kekuatan visual tersebut diperkuat dengan pemilihan tipografi yang modern namun minimalis, yang mampu menyeimbangkan kesan profesionalisme tanpa mendominasi fokus utama pada produk. Selain itu, penggunaan elemen ilustrasi dan properti visual berhasil menciptakan narasi produk yang inovatif, sehingga pesan pemasaran dapat tersampaikan secara efektif. Terakhir, penerapan layout yang rapi dengan teknik *macro-photography* terbukti mampu memicu respon psikologis audiens melalui penonjolan tekstur produk. Secara keseluruhan, integrasi seluruh elemen desain ini menciptakan sebuah keseimbangan visual yang tidak hanya menarik untuk dipandang, tetapi juga mampu memikat audiens untuk berinteraksi lebih jauh dengan akun Instagram Barenbliss.

Daftar Pustaka

- Alamsyah, A. I. S. (2024). Peran aplikasi Canva dalam mendukung UMKM bersaing di era digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, 8(2), 343-350.
- Anis Kurli, S. I. K., Kom, M. M., Suharyanto, D. F., SIK, M., SAN, M., & Mubin, A. P. P. A. N. (2025). *Storytelling Visual Dalam Platform E-Commerce: Menyatukan Desain dan Pesan Pemasaran*. PENERBIT KBM INDONESIA.
- Arifah, N. L., & Anggapuspa, M. L. (2023). Pengaruh elemen visual pada konten instagram rintik sedu dalam meraih engagement audiens. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 4(3), 141-151.
- Azhari, M. H. (2024). Peran Visual dalam Meningkatkan Engagement Pengguna di Situs Web Berita. *Jurnal Komunitas Literasi*, 1(1), 1-10.
- Basiroen, V. J., Putra, I. N. A. S., Judijanto, L., Anggara, I. G. A. S., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., ... & Wijaya, W. (2024). *Dasar-Dasar Desain Komunikasi Visual (DKV)*. PT. Green Pustaka Indonesia.
- Gautama, C. F., & Valentina, A. (2023). PERAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL BAGI SEORANG CONTENT CREATOR. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 312-320.
- Jonathan, A. C., & Valentina, A. (2023). Peran Desain Grafis Pada Peningkatan Brand Awareness Konten Media Sosial Instagram Brand K. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 108-116.
- Musliadi, M., Wahyudi, R. F., Muhlis, M., & Wahyudi, W. (2025). Bahasa visual dalam iklan digital: Studi semiotika pada platform media sosial. *Retorika: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 7(1), 27-39.
- Nurrisa, F., & Hermina, D. (2025). Pendekatan kualitatif dalam penelitian: Strategi, tahapan, dan analisis data. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran* | E-ISSN : 3026-6629 , 2 (3), 793-800.
- Priyono, D., Putra, I. N. A. S., Sutarwiyasa, I. K., Rizaq, M. C., Setiawan, I. N. A. F., & Jayanegara, I. N. (2023). *Desain Komunikasi Visual Dalam Era Teknologi: Peran Teknologi Terhadap Perkembangan DKV*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

- Sabarudin, A. P., Saputra, E. A., Egi, A. R., Arsyah, M., Adhetia, P. A., Ramli, F. A., ... & Kautsara, N. R. (2025). Pengaruh Desain Komunikasi Visual Dalam Meningkatkan Keberhasilan Pemasaran Produk di Era Digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(2), 197-209.
- Talib, N. R. A., & Sari, M. N. (2024). Analisis Efektivitas Penggunaan Media Sosial dalam Peningkatan Brand Awareness pada UMKM Kota Tangerang Selatan di Era Digital. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Manajemen Agribisnis*, 2(2), 87-96.
- Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi (J-DIKUMSI)*, 1(1), 14-25.