



## Redesain Media Instagram ‘Dir Donuts & Cakes’ Upaya Peningkatan Penjualan

**Safinatur Rosidah, Sarjono Sarjono**

Universitas Negeri Malang, Indonesia

Email: [safinatur.rosidah.2002536@students.um.ac.id](mailto:safinatur.rosidah.2002536@students.um.ac.id)

### Abstrak:

Media Instagram merupakan platform jejaring sosial untuk berbagi informasi melalui gambar digital. Saat ini, Instagram menjadi salah satu platform terdepan dalam membantu bisnis dan individu untuk memperluas jangkauan serta meningkatkan interaksi dengan audiens. Berbagai fitur Instagram menjadi alat strategis dalam memaksimalkan potensi pemasaran dan komunikasi. Media Instagram telah dimanfaatkan oleh Dir Donuts & Cakes, sebuah usaha makanan berupa donat dan kue di daerah Bangil Pasuruan. Namun dalam implemetasinya terdapat beberapa hal yang perlu untuk diperbaiki. Perancangan ini bertujuan untuk merancang kembali media instagram Dir Donuts & Cakes dalam upaya peningkatan penjualan. Hal ini diwujudkan dengan memaksimalkan penggunaan fitur dan juga pemilihan jenis konten. Dalam perancangan ini menggunakan analisis 5W1H untuk memproses data dan metode Design Thinking dari Stanford d.school untuk memvisualisasikan hasil perancangan. Hasil dari perancangan ini berupa media Instagram baru yang telah diolah menjadi lebih baik dengan melibatkan konsep visual dan juga verbal. Proses kreatif dari low, high, hingga final menghasilkan rancangan Instagram yang intuitif dan efektif. Perancangan ini perlu adanya upaya berkelanjutan seperti implemetasi, konsistensi desain, dan inovasi dalam pembuatan konten. Diharapkan redesign media Instagram Dir Donuts & Cakes dapat memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan serta memperkuat hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan.

**Kata Kunci:** Redesain, Media Instagram, Penjualan

### Abstract:

*Instagram media is a social networking platform for sharing information through digital images. Currently, Instagram is one of the leading platforms in helping businesses and individuals to expand their reach and increase interaction with their audience. Instagram's various features are strategic tools in maximizing marketing and communication potential. Instagram media has been utilized by Dir Donuts & Cakes, a food business in the form of donuts and cakes in the Bangil Pasuruan area. However, in its implementation there are several things that need to be improved. This design aims to redesign the Dir Donuts & Cakes Instagram media in an effort to increase sales. This is realized by maximizing the use of features and also selecting the type of content. This design uses 5W1H analysis to process data and the Design Thinking method from Stanford d.school to visualize design results. The result of this design is new Instagram media which has been processed better by involving visual and verbal concepts. The creative process from low, high, to final produces an intuitive and effective Instagram design. This design requires continuous efforts such as implementation, design consistency, and innovation in content creation. It is hoped that the redesign of the Dir Donuts & Cakes Instagram media can have a positive impact on increasing sales and strengthening relationships with customers on an ongoing basis.*

**Keyword:** Redesign, Instagram Media, Sales

Corresponding: Safinatur Rosidah

E-mail: [safinatur.rosidah.2002536@students.um.ac.id](mailto:safinatur.rosidah.2002536@students.um.ac.id)



## PENDAHULUAN

Usaha kuliner merupakan usaha yang bergerak di bidang makanan dan minuman. Pada saat ini usaha kuliner mengalami pertumbuhan yang pesat, dengan beragam jenis dan metode penjualan yang berkembang (Arta & Moch. Imron Rosyidi, 2024; Nurmala et al., 2022; Panggabean et al., 2018; Puspasari, 2019; Rakhmanita, 2021). Salah satunya adalah usaha kuliner yang terletak di Kecamatan Bangil Kolursari Pasuruan adalah Dir Donuts & Cakes. Dir Donuts & Cakes ini merupakan usaha lokal daerah Bangil yang memproduksi berbagai donat

dan kue. Sejak awal didirikan, Dir Donuts & Cakes telah menawarkan produk-produk berkualitas tinggi yang disukai oleh pelanggan setia mereka. Namun, dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat di pasar makanan dan minuman, penting bagi Dir Donuts & Cakes untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan tren yang terus berkembang.

Selama ini, sistem pemasaran Dir Donuts & Cakes kurang aktif dalam berpromosi. Padahal pencarian informasi dan juga kemudahan dalam mengetahui produk sebelum membeli merupakan hal terpenting bagi pelanggan. Seiring dengan berkembangnya teknologi informasi, hal ini tentu saja menjadi kurang efektif karena teknologi informasi sudah banyak dimanfaatkan juga oleh usaha makanan lain untuk memperluas jangkauan pengikutnya (Indey et al., 2022; Pahlephi, 2022; Rosianti & ER, 2017; VINA ALBARSYAH, 2023; Yustiani & Yunanto, 2017). Pada era saat ini sangat perlu dipertimbangkan dalam pemanfaatan dan pengembangan teknologi informasi yaitu internet, untuk melakukan proses pemasaran produk. Salah satu keuntungan dari penggunaan internet adalah memberikan cakupan pasar yang tidak lagi dibatasi oleh jarak, waktu, dan ruang, tetapi sudah bersifat global dengan cangkupan lokal, nasional, dan bahkan internasional (Anang firmansyah, 2019; Nurani, 2016; Rahman & Panuju, 2017; Siagian et al., 2020; Triyanto, 2015).

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran strategis dalam meningkatkan visibilitas dan penjualan usaha kecil menengah (UKM). Seperti yang diungkapkan oleh Soelaiman & Ekawati (2021), Instagram mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan interaksi dengan pelanggan. Selain itu, penelitian oleh Budi & Meirina (2023) menyoroti pentingnya redesain konten Instagram yang interaktif dan menarik untuk meningkatkan daya tarik promosi. Namun, masih terbatasnya penelitian yang secara khusus membahas pendekatan design thinking dan analisis 5W1H dalam konteks redesain media Instagram untuk usaha kuliner lokal seperti Dir Donuts & Cakes.

Media sarana promosi internet yang digunakan Dir Donuts & Cakes selama ini menggunakan Instagram dan Facebook. Namun, respon masyarakat terhadap visualisasi yang disajikan masih kurang memuaskan. Gambar yang digunakan kurang menarik, informasi tidak terlalu jelas, dan kurang menyesuaikan dengan tren saat ini. Oleh karena itu, dalam upaya meningkatkan efektivitas promosi, diperlukan perombakan media sosial khususnya Instagram, yang bertujuan untuk meningkatkan penjualan. Dalam karya tulis ini, direncanakan untuk melakukan redesain media instagram Dir Donuts & Cakes dalam upaya meningkatkan penjualan. Selain itu, redesain media instagram berguna sebagai sarana pemasaran yang saat ini cenderung mengikuti perkembangan teknologi informasi yang pesat dan memenuhi harapan usaha serta ekspektasi masyarakat. Tujuan dari redesain ini tidak hanya untuk kepentingan Dir Donuts & Cakes sebagai bisnis, tetapi juga untuk keuntungan masyarakat secara luas, mempermudah dan mendapatkan informasi terkait dengan produk Dir Donuts & Cakes. Hal ini merupakan proses dalam meningkatkan penjualan dan kontribusi terhadap perekonomian.

Urgensi dari penelitian ini terletak pada kebutuhan mendesak untuk mengoptimalkan media Instagram sebagai sarana promosi yang efektif. Dengan semakin banyaknya pesaing yang memanfaatkan platform digital, ketertinggalan dalam hal visual dan strategi konten dapat berakibat pada menurunnya daya saing usaha. Oleh karena itu, upaya redesain media Instagram Dir Donuts & Cakes menjadi langkah krusial untuk meningkatkan engagement, memperluas jangkauan, dan pada akhirnya mendongkrak penjualan.

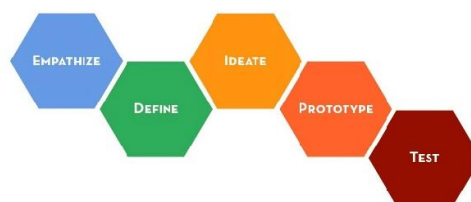
Kebaruan (novelty) penelitian ini terletak pada penerapan metode Design Thinking dari Stanford d.school yang dipadukan dengan analisis 5W1H dalam merancang ulang media Instagram. Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada aspek visual, tetapi juga pada pemahaman mendalam tentang kebutuhan pengguna dan permasalahan spesifik yang dihadapi oleh usaha. Selain itu, penelitian ini menghasilkan konsep visual dan verbal yang terintegrasi, serta prototipe Instagram yang siap diimplementasikan untuk usaha kuliner lokal. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis permasalahan pemasaran melalui Instagram yang dihadapi Dir Donuts & Cakes, merancang ulang tampilan dan konten Instagram dengan pendekatan desain yang berpusat pada pengguna, serta menghasilkan prototipe media Instagram yang menarik, informatif, dan sesuai dengan identitas merek. Adapun manfaat yang diharapkan adalah bagi pemilik usaha untuk meningkatkan penjualan dan memperkuat citra merek, bagi pelanggan untuk memudahkan akses informasi produk dan meningkatkan pengalaman berinteraksi dengan merek, serta bagi pengembangan ilmu dengan memberikan kontribusi dalam penerapan metode design thinking dan analisis 5W1H dalam konteks pemasaran digital untuk UMKM.

## **METODE PENELITIAN**

### **Design Thinking**

Perancangan ini menggunakan pendekatan metode perancangan Design Thinking oleh Stanford d.school. Metode ini dikenal sebagai suatu proses berpikir komprehensif yang berkonsentrasi untuk menciptakan solusi yang diawali dengan proses empati terhadap suatu kebutuhan tertentu yang berpusat pada manusia (human

centered) menuju suatu inovasi berkelanjutan berdasarkan kebutuhan penggunaannya (Razi et al., 2020). Metode Design Thinking berfokus terhadap pemecahan masalah dengan menyeimbangkan otak kanan yang cenderung tidak simetris dan otak kiri yang cenderung linear, terstruktur, dan sistematis (Miller, 2017). Keunggulan metode Design Thinking adalah mampu memicu berbagai ide inovatif seseorang ketika berada pada fase inspirasi, ide, serta implementasi terkait setiap siklus lebih dari sekali yakni ketika sedang melaksanakan pengembangan berbagai ide baru serta sedang melakukan eksplorasi berbagai solusi baru. Penggunaan metode ini dapat dilakukan pengulangan dari langkah serta proses untuk pengembangan hingga tercapainya solusi serta desain yang tepat.



**Gambar 1. Proses Design Thinking**

(Sumber: Website Stanford d-school )

The Design Thinking Model -Image by Stanford d-school. 5 | Download Scientific Diagram (researchgate.net)

Pada pertumbuhannya, model Design Thinking ini menjelaskan 5 (lima) tahapan yaitu Empathy, Define, Ideate, Prototype, dan Test seperti terlihat pada gambar. Adapun tahapan dari metode Design Thinking dalam proses kreatif seorang desainer adalah sebagai berikut:

### 1. Emphaty

Empati merupakan kemampuan untuk memahami dan merasakan secara mendalam pengalaman, kebutuhan fisik dan emosional, serta cara berpikir dan apa yang bermakna bagi orang lain. Pada tahap ini seorang desainer mencoba menempatkan diri sebagai pelanggan agar dapat mengetahui dan memahami kebutuhan audiens. Metode pengumpulan data merupakan cara yang digunakan untuk memperoleh data mengenai subjek maupun objek perancangan. Proses pengumpulan data yang digunakan antara lain sebagai berikut:

- a. Observasi: Observasi merupakan proses pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap perilaku, kejadian, atau fenomena tertentu. Observasi dilakukan terhadap kegiatan media sosial Instagram Dir Donuts & Cakes. Dalam hal ini meliputi bagaimana aktivitas Instagram dan target audiens untuk mengetahui tingkat keefektifan informasi media sosial Instagram Dir Donuts & Cakes. Selain itu, observasi akan mencakup penelusuran terkait media publikasi dan lingkungan Dir Donuts & Cakes. Hasil observasi akan menjawab poin-poin permasalahan yang dapat digunakan untuk evaluasi dan mempermudah proses redesign media sosial Instagram Dir Donuts & Cakes.
- b. Wawancara: Wawancara merupakan proses komunikasi antara dua orang atau lebih ketika satu pihak sebagai pewawancara mengajukan pertanyaan kepada pihak lain yang disebut narasumber atau responden dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang lebih mendalam atau pemahaman yang lebih baik tentang subjek tertentu. Wawancara dilakukan dengan Faiza, selaku pemilik usaha, untuk mendapatkan wawasan tentang data perusahaan, strategi pemasaran dan penjualan yang telah digunakan, tantangan yang dihadapi, dan rencana pengembangan bisnis di platform Instagram. Selain itu, beberapa pelanggan setia juga diwawancarai untuk mendapatkan perspektif mereka tentang pengalaman membeli produk Dir Donuts & Cakes termasuk media sosial Instagram, preferensi mereka terkait produk, dan saran untuk perbaikan. Wawancara dengan pelanggan dilakukan melalui pesan langsung atau komentar di Instagram, serta secara langsung, jika memungkinkan.

### 2. Define

Define merupakan proses memperjelas, memfokuskan, dan mensintesis tantangan atau permasalahan yang dihadapi setelah tahap empati untuk mengetahui karakter dan kebutuhan. Pada tahap ini dilakukan analisis menggunakan metode analisis konsep 5W1H (Who, What, Where, When, Why, dan How) untuk menganalisis dan merinci informasi dengan lebih mendalam mengenai Dir Donuts & Cakes. Hal ini dapat membantu merumuskan pernyataan masalah yang jelas dan dapat dijalankan, menjadi dasar dalam merancang solusi yang efektif.

### 3. Ideate

Ideate merupakan proses menggabungkan pemahaman mengenai masalah untuk menghasilkan konsep solusi. Dalam tahap Ideate dilakukan penciptaan ide sebanyak mungkin. Dari data sintesis, dilakukan proses pengembangan dengan cara memvisualisasikan secara kasar dan menyeluruh mengenai masalah-masalah yang ingin diselesaikan atau ide-ide yang ingin diimplementasikan dalam desain dalam bentuk mind mapping. Proses ini membantu

untuk memvalidasi konsep sejak awal dalam proses desain dengan memperjelas pemahaman mengenai tujuan, permasalahan, dan solusi yang mungkin diterapkan.

#### 4. Prototype

Prototype merupakan proses produksi atau perwujudan ide dan perancangan solusi potensial yang telah disusun pada tahap ideate. Proses prototype dilakukan dengan membuat produk sebenarnya yang memuat konsep visual hingga hasil jadi. Proses produksi merupakan implementasi konsep visual yang telah dirancang menjadi produk nyata. Tahap ini mencakup penerapan ide-ide dan desain yang telah dikembangkan menjadi produk fisik atau digital yang siap untuk diuji dan dievaluasi. Proses ini memungkinkan para desainer atau pengembang untuk mengubah konsep-konsep awal menjadi bentuk yang dapat diaplikasikan dalam konteks yang sesungguhnya, memastikan kesesuaian dan fungsionalitas dari konsep visual yang telah disusun sebelumnya.

#### 5. Test

Setelah pembuatan prototype selesai, langkah selanjutnya adalah melakukan uji coba atau pengujian terhadap produk yang telah dibuat. Pengujian ini merupakan tahap pasca produksi yang dilakukan untuk memastikan kualitas, fungsionalitas, dan respons pengguna terhadap hasil perancangan. Salah satu cara yang dilakukan adalah melalui presentasi karya dalam pameran, produk dapat dipamerkan kepada audiens atau pengunjung untuk mendapatkan umpan balik langsung terkait dengan kegunaan, kesan pertama, serta apresiasi terhadap produk yang ditampilkan. Presentasi karya ini memberikan kesempatan desainer untuk memperoleh wawasan berharga yang dapat membantu menyusun karya tulis.

### **Analisis 5W+1H**

Penggunaan konsep 5W1H membantu merumuskan rencana lebih terperinci, terarah, dan terukur untuk perancangan ulang media Instagram atau upaya peningkatan penjualan produk. Sehingga memastikan bahwa semua langkah yang diambil didasarkan pada pemahaman yang komprehensif tentang situasi dan tujuan yang ingin dicapai. Adapun analisis 5W+1H untuk usaha Dir Donuts & Cakes berdasarkan data di atas adalah sebagai berikut:

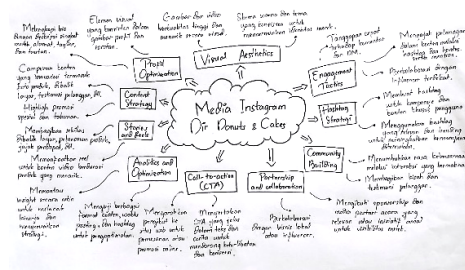
- 1) Who (Siapa): Dir Donuts & Cakes adalah usaha kuliner yang didirikan oleh Faiza, seorang pengusaha yang bersemangat dalam dunia memasak dan pembuatan kue. Pelanggan setia seperti Bu Sundari, juga memberikan dukungan yang konsisten terhadap usaha ini. Selain itu, beberapa karyawan lainnya, termasuk di bidang packing dan penjualan, turut membantu Faiza dalam menjalankan operasional harian usaha.
- 2) What (Apa): Produk unggulan dari Dir Donuts & Cakes adalah donat dan bomboloni dengan berbagai varian rasa dan topping yang menarik. Tantangan utama yang dihadapi oleh Dir Donuts & Cakes termasuk kurangnya keterlibatan pengguna di media sosial, visualisasi pada media sosial Instagram kurang menarik dan informatif, promosi melalui Whatsapp dan offline kurang efektif, serta kurangnya penekanan pada keunggulan produk dalam komunikasi dengan pelanggan.
- 3) Where (Dimana): Usaha Dir Donuts & Cakes berlokasi di Desa Kolursari, Kota Bangil, Kabupaten Pasuruan. Strategi pemasaran dilakukan di event lokal, media Instagram, dan melalui komunikasi langsung menggunakan WhatsApp.

- 4) When (Kapan): Dir Donuts & Cakes didirikan pada awal tahun 2023. Pada awal beroperasi, terdapat tantangan tertentu mengenai masalah pengelolaan media sosial dan promosi offline.
- 5) Why (Mengapa): Usaha Dir Donuts & Cakes didirikan atas dasar kegemaran Faiza dalam memasak dan membuat kue, serta permintaan dari teman-temannya. Strategi pemasaran diarahkan ke media sosial Instagram karena potensinya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan kemampuannya untuk menampilkan produk secara visual sebagai upaya peningkatan penjualan.
- 6) How (Bagaimana): Proses produksi di Dir Donuts & Cakes melibatkan bantuan dari karyawan di berbagai bidang, seperti packing dan penjualan. Strategi pemasaran melalui Instagram akan diperbarui dengan melakukan redesain display Instagram yang mencakup keseluruhan isi konten, meningkatkan jadwal posting, dan memperbaiki komunikasi dengan pengikut melalui caption yang lebih jelas dan menarik. Instagram dipilih sebagai platform utama untuk promosi karena memiliki audiens yang relevan, fokus pada konten visual menarik, kehadiran merek kuliner terkemuka, fitur-fitur interaktif, dan potensi untuk membuat konten yang viral.

Dengan memanfaatkan konsep 5W+1H ini, maka dapat memahami situasi dan tantangan yang dihadapi oleh Dir Donuts & Cakes, serta merencanakan strategi perancangan yang tepat untuk memperbaiki media sosial Instagram dan meningkatkan kinerja usaha secara keseluruhan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Mind map



**Gambar 2. Mindmap Solusi Permasalahan Media Instagram Dir Donuts & Cakes**

Sumber: Analisis Penulis, 2024

Setelah memahami masalah atau tujuan yang ingin dicapai, mulai dengan menghasilkan ide sebanyak mungkin. Ide-ide yang dihasilkan kemudian diorganisir dan diuraikan secara visual menggunakan teknik mind mapping.

## Konsep Visual



**Gambar 3. Stylescape Media Instagram Dir Donuts & Cakes**

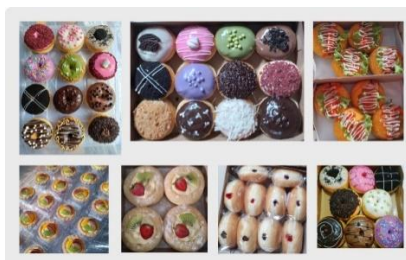
Sumber: Analisis Penulis, 2024

Konsep visual merupakan pendekatan atau ide yang digunakan untuk mengatur dan mengintegrasikan elemen-elemen visual dalam menyampaikan ide, pesan, atau emosi pada suatu karya desain atau proyek kreatif. Berikut merupakan elemen-elemen yang mencakup konsep visual:

### 1. Tema

Tema yang tepat untuk desain Instagram adalah “Manisnya Inovasi”. Tema ini mencerminkan keunikan, kreativitas, dan kualitas produk dari Dir Donuts & Cakes, sambil menekankan pada upaya mengikuti tren dan menghadirkan sesuatu yang inovatif dalam industri kuliner. Tema “Manisnya Inovasi” dipadukan dengan sentuhan lucu dan ceria sesuai dengan karakter donat sebagai inspirasi nama produk. Sehingga memberikan kedekatan dan perasaan positif kepada pelanggan. Dalam hal desain, tema yang digunakan merupakan jenis tema minimalis sehingga audies akan fokus pada informasi yang diberikan.

### 2. Gambar

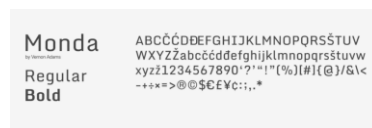


**Gambar 4. Produk Dir Donuts & Cakes**

Sumber: Dokumentasi Dir Donuts & Cakes, 2024

Gambar digunakan untuk menyampaikan informasi, membangkitkan emosi, atau memperjelas konsep. Gambar dapat berupa foto maupun video yang mendukung tema dan pesan desain. Gambar harus relevan dan dapat memperkuat komunikasi visual, serta meningkatkan daya tarik visual desain.

### 3. Tipografi



**Gambar 5. Font Subheadline Konten Dir Donuts & Cakes**

(Sumber: thepreviewapp.com) SISTEMA HiFi – Neogrey





**Gambar 6. Font Headline Konten Dir Donuts & Cakes**

(Sumber: thepreviewapp.com) Jockey One Font Free Download - Free Fonts Like

Tipografi merupakan salah satu bagian penting dari visual sebuah usaha yang dapat menampilkan kesan tertentu sehingga dapat menambah keunikan. Dalam penggunaan tipografi pada Dir Donuts & Cakes menggunakan jenis font Jockey One” dan “Monda”. Kedua font ini menjadi pilihan yang baik untuk desain yang seimbang dan menarik. Font “Jockey One” dengan gaya yang lebih tebal, berani, dan menonjol digunakan sebagai headline untuk menarik perhatian pembaca. Sedangkan font “Monda” dengan desain yang bersih dan jelas keterbacaannya, cocok digunakan untuk teks tubuh atau konten yang lebih panjang. Meskipun memiliki gaya yang berbeda, keduanya tetap memancarkan kesan modern dan menarik. Penggunaan keduanya secara bersamaan menciptakan kontras visual yang menarik. Keduanya memiliki fleksibilitas dalam penggunaan untuk berbagai jenis konten dan desain, sehingga dapat digunakan secara luas dalam berbagai proyek desain. Font pada logotype menggubakan jenis font “Recoleta-bold”. Hal ini sesuai dengan karakteristik dari usaha Dir Donuts & Cakes yaitu lucu dan ceria, namun masih tetap memberi kesan profesional.

#### 4. Pola Display Instagram



**Gambar 7. Pola Display Konten Instagram Diagonal**

(Sumber: thepreviewapp.com)

#### 9 Types of Instagram Grid Layouts (Planner + Tips) (thepreviewapp.com)

Perencanaan pola grid display Instagram Dir Donuts & Cakes adalah proses merencanakan dan menyusun konten yang akan diposting di akun Instagram. Hal ini melibatkan pemilihan jenis konten, pemilihan filter, penentuan urutan posting, dan pengaturan visual secara keseluruhan untuk menciptakan grid yang menarik.

Adapun pemilihan jenis layout untuk Dir Donuts & Cakes adalah menggunakan jenis diagonal grid. Diagonal grid adalah pola di mana postingan diunggah dalam pola diagonal seperti garis zig-zag. Hal ini menciptakan grid yang dinamis dan menarik. Pola ini menciptakan tampilan visual yang unik dan kreatif di profil Instagram. Sehingga dapat menarik perhatian pengikut maupun pengunjung Instagram Dir Donuts & Cakes, serta menjadi keunikan tersendiri bagi Dir Donuts & Cakes.



**5. Warna**

**Gambar 8. Palet Warna Konten Instagram Dir Donuts & Cakes**  
(Sumber: Figma.com)

Palet warna yang digunakan meliputi warna pink, coklat, dan merah. Warna pink sering kali dikaitkan dengan keceriaan, kelembutan, dan kehangatan. Sedangkan coklat memberikan nuansa yang hangat, dan menggugah selera. Warna merah mencerminkan semangat, keberanian, dan daya tarik, yang dapat menambah dimensi kegairahan dan keberanian pada merek. Dengan menggunakan palet warna tersebut dapat membantu menciptakan visual yang kuat untuk Dir Donut & Cakes, menonjolkan pada karakteristik unik produk mereka dan menarik perhatian pelanggan potensial.

**6. Logo**

**Gambar 9. Logo Dir Donuts & Cakes**  
(Sumber: Figma.com)

Konsep dari logo Dir Donuts & Cakes yang baru ini, yaitu gabungan dari bentuk donat dan juga kue yang merepresentasikan produk yang dijual oleh Dir Donuts & Cakes. Ditambah tulisan "Dir Donuts & Cakes" di bagian bawah yang memperjelas identitas usaha. Bentuk kue yang menyerupai mahkota pada bagian atas melambangkan kualitas dari produk Dir Donuts & Cakes ini yang tidak ada tandingannya. Secara keseluruhan, logo mampu menampilkan visi dan juga misi dari usaha Dir Donuts & Cakes ini secara praktis dan efektif.

**Konsep Verbal**

Konsep verbal merupakan pendekatan atau ide yang digunakan untuk mengatur dan mengintegrasikan elemen-elemen verbal dalam menyampaikan ide, pesan, atau emosi pada suatu karya desain atau proyek kreatif. Hal ini melibatkan penggunaan beragam elemen verbal untuk menciptakan kesan yang diinginkan dan membangun identitas visual yang kuat. Berikut merupakan elemen-elemen yang mencakup konsep verbal:

1. **Judul/Headline:** Frasa atau kalimat pendek yang menonjol dan menarik perhatian pembaca atau pemirsa. Biasanya ditempatkan secara prominent di bagian atas atau tengah suatu desain untuk menyoroti pesan utama.
2. **Subjudul/Subheadline:** Teks pendukung yang memberikan informasi tambahan atau konteks tentang judul utama. Ini membantu untuk menjelaskan atau memperluas makna dari judul dan memandu pemirsa dalam memahami pesan secara lebih rinci.
3. **Teks:** Bagian dari konten yang berisi informasi atau pesan yang lebih rinci. Ini bisa berupa paragraf, potongan teks, atau tulisan panjang yang mendukung pesan utama dalam desain.

4. Slogan: Frase pendek dan mudah diingat yang merepresentasikan merek, produk, atau kampanye. Slogan digunakan untuk memperkuat identitas merek dan membangun hubungan emosional dengan audiens.
5. Tagline: Tagline "Taste The Sweetness, Feel The Joy" mencerminkan pengalaman positif yang ditawarkan oleh produk dan pelayanan Dir Donuts & Cakes. Frasa "Taste The Sweetness" mengundang konsumen untuk merasakan kenikmatan dari rasa manis yang disajikan, menyampaikan pesan tentang kualitas produk yang tinggi dan cita rasa yang lezat. Frasa "Feel The Joy" mencerminkan bahwa pengalaman konsumen tidak hanya tentang sensasi rasa, tetapi juga kebahagiaan dan keceriaan yang dirasakan saat menikmati produk Dir Donuts & Cakes. Oleh karena itu, tagline ini tidak hanya mencerminkan keunggulan produk dalam hal rasa dan kualitas, tetapi juga menekankan pada pengalaman emosional positif yang ditawarkan kepada pelanggan. Hal ini menciptakan kesan bahwa setiap produk dari Dir Donuts & Cakes tidak hanya memberikan kenikmatan, tetapi juga membawa kegembiraan kepada konsumen, menciptakan hubungan yang kuat dengan pelanggan.
6. Call to Action: Instruksi atau ajakan yang dirancang untuk mendorong pemirsa untuk melakukan tindakan tertentu, seperti mengklik tautan, mengisi formulir, atau melakukan pembelian. CTA biasanya ditampilkan dengan jelas dan menonjol untuk meningkatkan respons pemirsa.
7. Splash: Gambar atau elemen visual menonjol yang digunakan untuk menarik perhatian dan membuat kesan pertama yang kuat pada pemirsa. Ini sering digunakan di halaman depan situs web atau dalam presentasi untuk menciptakan dampak visual yang dramatis.
8. Footer : Bagian terakhir dari suatu desain, biasanya terletak di bagian bawah. Ini dapat berisi informasi kontak, tautan navigasi, atau kredit pencipta, tergantung pada jenis desainnya.
9. Logotype: Logotype, atau sering disebut sebagai logo, adalah representasi visual dari merek atau perusahaan. Ini biasanya terdiri dari kombinasi huruf, gambar, atau simbol yang dirancang untuk dikenali dengan mudah dan merepresentasikan identitas merek secara konsisten.
10. Konsep Media Utama Dir Donuts & Cakes: Keseluruhan konten Instagram Dir Donuts & Cakes diawali dengan nama dan juga logo yang sesuai dengan identitas usaha. Kemudian dilanjutkan dengan elemen visual dan juga verbal yang memperkenalkan produk Dir Donuts & Cakes dengan cara yang kreatif dan menarik. Hal ini sesuai dengan penjelasan tema yaitu "Manisnya Inovasi". Berbagai jenis konten seperti konten informatif, hiburan, promosi, edukasi, dan inspiratif divisualisasikan sesuai dengan kepentingan dan tujuan. Di dalam konten juga berupaya untuk menampilkan visi dan misi Dir Donuts & Cakes untuk menjangkau target audiens. Adapun isi caption tiap kontennya menjadi pendukung pesan yang dibawakan. Pada konten story memaksimalkan penggunaan fitur-fitur dan mengklasifikasikan dalam highlight sesuai jenis informasi yang disampaikan.
11. Konsep Media Pendukung Dir Donuts & Cakes: Media pendukung perancangan Instagram Dir Donuts & Cakes terdiri dari 2 jenis, yaitu display media sosial dan print ad. Media pendukung berupa display media sosial merupakan bentuk lain dari media utama yang membantu dalam mempromosikan produk. Sedangkan media pendukung berupa print ad

membantu dalam mempromosikan hasil perancangan media instagram yang baru. Pada display media sosial dibuat tampilan UI dengan fokus pada layar utama tiap media sosial. Keduanya mendukung pembaharuan media instagram sebagai media utama.

### **Proses Kreatif Desain**

Dalam proses kreatif desain untuk memperbarui media Instagram Dir Donuts & Cakes, beberapa tahapan penting meliputi pembuatan prototype Instagram dengan berbagai tingkat kejelasan diantaranya sebagai berikut:

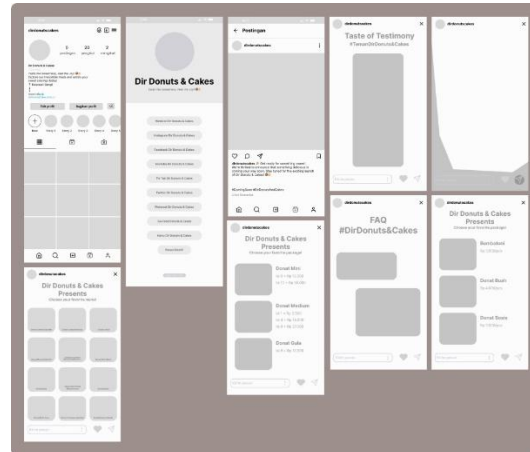
1. **Low-Fidelity Instagram Prototype** : Prototipe Instagram dengan tingkat kejelasan rendah dirancang untuk memberikan gambaran umum tentang struktur dan tata letak konten yang diinginkan. Pada tahap ini, fokus utamanya adalah pada ide-ide dasar, tanpa terlalu memperhatikan detail visual atau estetika yang rumit. Low-fidelity prototype membantu dalam menguji konsep, mengevaluasi fungsi, dan mendapatkan umpan balik awal dari pengguna dengan biaya dan waktu yang minimal.



**Gambar 10. Layout Konten Instagram Dir Donuts & Cakes Low Fidelity**

Sumber: Analisis Penulis, 2024

2. **High-Fidelity Instagram Prototype**: Prototipe Instagram dengan tingkat kejelasan tinggi merupakan versi yang lebih maju dan lebih dekat dengan tampilan akhir yang diharapkan. Pada tahap ini, detail visual, estetika, dan elemen desain lainnya diperhatikan secara lebih cermat. High-fidelity prototype memungkinkan untuk lebih mendalam dalam mengeksplorasi desain, menguji keterlibatan pengguna, dan mendapatkan umpan balik yang lebih rinci.



**Gambar 11. Layout Akun Instagram Dir Donuts & Cakes High Fidelity**

Sumber: Analisis Penulis, 2024

3. Final Display Instagram Prototype: Prototipe Instagram akhir adalah hasil dari pengembangan dan penyempurnaan dari versi low-fidelity dan high-fidelity sebelumnya. Prototipe ini mencerminkan desain akhir yang siap untuk diimplementasikan. Pada tahap ini, semua aspek desain, termasuk tata letak, warna, tipografi, dan elemen visual lainnya, telah disempurnakan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan bisnis. Final display Instagram prototype dapat digunakan sebagai panduan dalam implementasi aktual dan sebagai alat komunikasi dengan pihak terkait.



**Gambar 12. Layout Akun Instagram Dir Donuts & Cakes Final Fidelity**

Sumber: Analisis Penulis, 2024



**Gambar 13. Prototype Instagram Dir Donuts & Cakes Final Fidelity**

Sumber: Analisis Penulis, 2024

## KESIMPULAN

Kesimpulan skripsi "Redesain Media Instagram Dir Donuts & Cakes Upaya Peningkatan Penjualan" menggambarkan bahwa analisis awal telah mengidentifikasi tantangan yang dihadapi oleh merek dalam mencapai tujuan penjualan yang lebih tinggi. Dengan memperhatikan pemahaman yang mendalam tentang pasar, kompetitor, dan audiens, di rumuskanlah strategi konseptual yang mencakup konsep visual dan verbal yang menonjolkan keunikan merek. Proses kreatif desain yang terinci dari pembuatan prototipe hingga desain konten yang menarik telah memperkuat fondasi implementasi yang kuat. Dukungan media pendukung yang terintegrasi dengan baik, seperti display media sosial lainnya dan print ad, menjadi penunjang utama dalam menyampaikan pesan merek dengan konsisten dan efektif. Adapun saran keseluruhan pada topik skripsi ini adalah mengimplementasikan prototipe Instagram, memastikan konsistensi antara desain dan nilai merek dalam setiap interaksi dengan pengguna, serta meningkatkan interaksi dengan pengguna melalui konten story yang menarik dan interaktif. Selain itu, evaluasi dan pembaruan berkala terhadap kinerja konten dan penggunaan media Instagram perlu dilakukan untuk mengidentifikasi area yang memerlukan perbaikan, serta menggunakan metrik yang relevan untuk mengukur keberhasilan strategi redesain. Dengan demikian, diharapkan redesain media Instagram Dir Donuts & Cakes dapat memberikan dampak positif pada peningkatan penjualan serta memperkuat hubungan dengan pelanggan secara berkelanjutan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anang, F. (2019). *Pemasaran produk dan merek (planning dan strategy)*. Manajemen Pemasaran.
- Arta, A. N. br. T., & Rosyidi, M. I. (2024). Fenomenologi komunikasi pelaku usaha kuliner kaldu kokot sebagai wisata gastronomi di Kabupaten Sumenep. *Jurnal Audiens*, 4(4). <https://doi.org/10.18196/jas.v4i4.329>
- Budi, I. O., & Meirina, L. A. (2023). *Redesain konten Instagram interaktif sebagai media promosi Seblak Dapurmini* [PDF]. <https://doi.org/10.34148/artika.v7i1.661> (Diakses 6 Maret 2023)

- Indey, Y. M., Hartomo, K. D., & Sembiring, I. (2022). Perencanaan arsitektur sistem informasi dan teknologi informasi pada Universitas Ottow Geissler Papua menggunakan *Enterprise Architecture Planning (EAP)*. *JATISI (Jurnal Teknik Informatika dan Sistem Informasi)*, 9(4). <https://doi.org/10.35957/jatisi.v9i4.2373>
- Nurani, S. R. (2016). Peranan riset pasar dan desain produk terhadap pemasaran produk perusahaan wajan. *Ekonomologi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(2).
- Nurmala, N., Sinari, T., Lilianti, E., Jusmany, J., Emilda, E., Arifin, A., & Novalia, N. (2022). Usaha kuliner sebagai penggerak UMKM pada masa pandemi Covid-19. *AKM: Aksi Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.36908/akm.v3i1.458>
- Pahlephi, R. D. (2022). *Sistem informasi manajemen: Pengertian, fungsi, dan karakteristik*. DetikFinance.
- Panggabean, F. Y., Dalimunthe, M. B., Aprinawati, A., & Napitupulu, B. (2018). Analisis literasi keuangan terhadap keberlangsungan usaha kuliner kota Medan. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 7(2). <https://doi.org/10.33059/jmk.v7i2.872>
- Puspasari, H. U. D. (2019). Persaingan usaha pada industri kuliner (studi tentang pelaku usaha kuliner sate ayam di Kabupaten Ponorogo). *Universitas Airlangga*, 4(6).
- Rahman, I. A., & Panuju, R. (2017). Strategi komunikasi pemasaran produk Fair N Pink melalui media sosial Instagram. *Wacana, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 16(2). <https://doi.org/10.32509/wacana.v16i2.26>
- Rakhmanita, A. (2021). Usaha kuliner berskala mikro dan kecil di Desa Gunung Sindur Kabupaten Bogor: Kondisi pasca Covid-19. *Jurnal Perspektif*, 19(1). <https://doi.org/10.31294/jp.v19i1.9427>
- Rosianti, N. C., & Er, M. (2017). Analisis tingkat kematangan proses bisnis dan kesiapan teknologi informasi: Studi kasus usaha garmen mikro, kecil, dan menengah di Jawa Timur. *Jurnal Teknik ITS*, 6(2). <https://doi.org/10.12962/j23373539.v6i2.23160>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan pemasaran produk dalam memanfaatkan media sosial di era digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3). <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Soelaiman, L., & Ekawati, S. (2021). *The role of social media in enhancing business performance* [PDF]. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220501.060> (Diakses 9 November 2023)
- Triyanto, W. A. (2015). Algoritma K-Medoids untuk penentuan strategi pemasaran produk. *Simetris: Jurnal Teknik Mesin, Elektro dan Ilmu Komputer*, 6(1). <https://doi.org/10.24176/simet.v6i1.254>
- Vina Albarsyah, V. A. (2023). Perkembangan ekonomi digital mengenai perilaku pengguna media sosial dalam melakukan transaksi. *JMEB Jurnal Manajemen Ekonomi & Bisnis*, 1(2). <https://doi.org/10.59561/jmkeb.v1i2.82>
- Yustiani, R., & Yunanto, R. (2017). Peran marketplace sebagai alternatif bisnis di era teknologi informasi. *Komputa: Jurnal Ilmiah Komputer dan Informatika*, 6(2). <https://doi.org/10.34010/komputa.v6i2.2476>