

## DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI DI AKUN INSTAGRAM @SRAWUNGSEDUH.VOL2

**Fatara Rahmanasta'in, Kukuh Pribadi**

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Jember  
[fatara07@gmail.com](mailto:fatara07@gmail.com)

### ***Abstract***

*The use of social media, especially Instagram, as a promotional tool is increasingly important in various contexts such as event and product promotion. Instagram provides a powerful visual platform to effectively reach audiences. This research explores the use of visual communication design on Instagram as a promotional medium, with a case study of @srawungseduh.vol2 successfully leveraging it. The primary objective of the study is to provide insights into effective strategies and techniques in visual communication design that not only attract but also enhance user interaction. The research method employed was purposive sampling, aimed at contributing to understanding the effectiveness of visual communication design in the digital era and its utilization on social media. The findings indicate that design plays a crucial role in capturing attention and influencing audience participation. By utilizing iconic visual elements and smart color combinations, the design creates aesthetic and informative impressions. Instagram's strategy proves effective in reaching a broader audience, supported by comprehensive audience research to optimize visual content. This research deepens understanding of how visual communication design can be a key factor in successful promotion through social media platforms like Instagram.*

**Keywords:** *Visual Communication, Semiotics, Promotion, Instagram*

### **Abstrak**

Penggunaan media sosial, terutama Instagram, sebagai alat promosi semakin penting dalam berbagai konteks seperti promosi acara dan produk. Instagram menawarkan platform visual yang kuat untuk mencapai audiens secara efektif. Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan desain komunikasi visual di Instagram sebagai media promosi, dengan studi kasus @srawungseduh.vol2 yang sukses memanfaatkannya. Tujuan utama penelitian adalah memberikan wawasan tentang strategi dan teknik efektif dalam desain komunikasi visual, yang tidak hanya menarik tetapi juga meningkatkan interaksi pengguna. Metode penelitian menggunakan purposive sampling, diharapkan memberikan kontribusi dalam memahami efektivitas desain komunikasi visual di era digital dan penggunaannya di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain berperan penting dalam menarik perhatian dan mempengaruhi partisipasi audiens. Dengan menggunakan elemen visual yang ikonik dan kombinasi warna cerdas, desain tersebut menciptakan kesan estetis dan informatif. Strategi penggunaan Instagram terbukti efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas, didukung oleh riset audiens yang mendalam untuk mengoptimalkan konten visual. Penelitian ini memberikan pemahaman lebih dalam tentang bagaimana desain komunikasi visual dapat menjadi kunci sukses dalam promosi melalui platform media sosial seperti Instagram.

**Kata Kunci:** Komunikasi Visual, Semiotika, Promosi, Instagram

## **Pendahuluan**

Memasuki era modern yang didominasi oleh teknologi digital, hampir semua aspek kehidupan kini terpengaruh, termasuk sektor ekonomi, bisnis, transportasi, dan kehidupan sehari-hari. Internet, sebagai salah satu produk digital utama, telah membentuk komunitas maya yang menghilangkan batasan ruang dan waktu, memungkinkan informasi diperoleh dalam hitungan detik. Globalisasi telah membawa perubahan besar di berbagai aspek kehidupan manusia, menjadikan kehidupan dan perubahan bangsa saling terhubung dan bergantung di tingkat internasional. Revolusi industri 4.0, atau sistem fisik siber, telah mengubah cara orang berinteraksi, menggantikan hubungan fisik dengan jaringan internet. Internet kini menjadi kunci utama dalam komunikasi manusia, menawarkan kecepatan pertukaran informasi yang tak tertandingi oleh media konvensional. Perkembangan teknologi yang pesat juga menyebabkan perubahan sosial yang signifikan, dengan media baru yang terus berkembang dan memberikan banyak pilihan bagi masyarakat dalam menikmati informasi.

Media sosial, sebagai salah satu platform online yang populer, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten, dan berhubungan secara virtual. Di Indonesia, sekitar 170 juta orang menggunakan media sosial. Meskipun memiliki banyak manfaat, media sosial juga memiliki sisi positif dan negatif. Keberadaan media sosial memberikan manfaat besar dalam menghilangkan jarak antar manusia dan mempercepat komunikasi. Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube menjadi alat penting untuk pemasaran dan promosi produk atau jasa. Instagram, misalnya, dikenal kuat dalam bidang visual dan efektif sebagai alat pemasaran melalui unggahan foto atau video di feed, snapgram, instastory, IGTV, dan siaran langsung. Fitur-fitur ini membantu memperluas jangkauan event dan membangun komunitas online yang aktif dan terlibat.

6ig Production menyelenggarakan "Srawung Seduh Vol.2" sebagai proyek independen yang berfokus pada lomba menyeduh kopi dengan tema "manual brew" dan melibatkan UMKM kopi untuk memperkenalkan produk mereka. Untuk mempromosikan acara ini, mereka memanfaatkan Instagram dengan akun @srawungseduh.vol2, menggunakan komunikasi visual untuk memberikan informasi terkait lomba dan membuka kesempatan bagi UMKM untuk menjadi tenant.

Komunikasi visual di Instagram ini bertujuan untuk menarik perhatian dan partisipasi audiens terhadap acara tersebut.

Teori Semiotika oleh Ferdinand de Saussure relevan dalam konteks ini. Semiotika berhubungan dengan segala hal yang dapat dianggap sebagai tanda, mencakup tidak hanya tanda-tanda dalam komunikasi sehari-hari, tetapi juga segala bentuk lain seperti kata-kata, gambar, suara, gerakan, dan objek (Sartini, 2020). Saussure juga mengacu pada ilmu ini sebagai semiologi, yang mempelajari peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial. Tanda digunakan sebagai alat untuk navigasi di dunia, berada di tengah-tengah manusia, dan berkolaborasi dengan mereka. Pada intinya, semiotika berusaha untuk memahami bagaimana manusia memberi makna pada tanda-tanda. Memaknai tidak hanya berarti bahwa objek-objek tersebut menyampaikan informasi, tetapi juga membentuk sistem terstruktur dari tanda-tanda itu sendiri (Sartini, 2020).

Menurut Indiwani Seto Wahjuwibowo, semiotika adalah kajian tentang tanda-tanda dan cara tanda-tanda tersebut berfungsi dalam komunikasi. Semiotika berusaha memahami bagaimana makna dihasilkan dan diinterpretasikan melalui berbagai tanda, baik itu simbol, ikon, atau indeks. Dalam konteks komunikasi, semiotika membantu menjelaskan bagaimana pesan disampaikan dan diterima, serta bagaimana makna dapat bervariasi tergantung pada konteks dan interpretasi individu (Wahjuwibowo, 2018). Buku Wahjuwibowo juga menyoroti pentingnya konteks dalam analisis semiotika. Makna tanda tidak bersifat tetap, melainkan bergantung pada konteks sosial dan budaya di mana tanda tersebut digunakan. Sebagai contoh, simbol yang sama bisa memiliki arti yang berbeda di berbagai budaya atau dalam situasi yang berbeda. Oleh karena itu, analisis semiotika memerlukan pemahaman yang mendalam tentang latar belakang sosial dan budaya untuk menginterpretasikan makna dengan akurat (Wahjuwibowo, 2018).

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini berfokus pada karya desain visual di akun Instagram @Srawungseduh.Vol.2 yang akan dianalisis menggunakan analisis semiotika Ferdinand De Saussure, dalam rentang waktu Mei - Juni 2024. Penelitian ini dilaksanakan dalam kegiatan Project Independen Srawung Seduh Vol. 2 di Gedung Zainuri Universitas Muhammadiyah Jember, dengan persiapan kegiatan dimulai pada 6 Oktober dan acara

berlangsung hingga 26 November 2023. Jenis data yang digunakan adalah kualitatif, yang berfokus pada memahami makna serta konteks di balik fenomena yang diamati, menggunakan pendekatan yang fleksibel melalui wawancara dan observasi.

Dalam penelitian ini, pendekatan semiotika memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi makna yang lebih dalam dari fenomena komunikasi. Semiotika berusaha memahami bagaimana makna dihasilkan dan diinterpretasikan melalui berbagai tanda, baik itu simbol, ikon, atau indeks. Ferdinand de Saussure mengemukakan bahwa semiotika berhubungan dengan segala hal yang dapat dianggap sebagai tanda, mencakup kata-kata, gambar, suara, gerakan, dan objek. Ini mempelajari peran tanda sebagai bagian dari kehidupan sosial, digunakan sebagai alat navigasi di dunia untuk memberi makna pada tanda-tanda tersebut (Sartini, 2020). Menurut Indiwani Seto Wahjuwibowo, analisis semiotika tidak hanya membantu menjelaskan bagaimana pesan disampaikan dan diterima, tetapi juga memahami dinamika sosial dan budaya di balik proses komunikasi (Wahjuwibowo, 2018).

Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara dengan lima informan, termasuk dua panitia dan tiga peserta acara. Data sekunder diperoleh dari jurnal artikel, situs website, dan buku. Teknik pengumpulan data yang digunakan meliputi observasi akun Instagram @Srawungseduh.Vol.2 dan wawancara langsung dengan informan. Purposive sampling digunakan sebagai metode untuk menentukan sampel yang relevan dengan tujuan penelitian.

Analisis data melibatkan tiga langkah utama: mereduksi data dengan menghilangkan informasi yang tidak relevan, menyajikan data dalam bentuk narasi deskriptif, dan menarik kesimpulan dari data yang telah terverifikasi. Penelitian ini bertujuan untuk memahami penggunaan desain komunikasi visual sebagai media promosi di akun Instagram @srawungseduh.vol2, serta efektivitasnya dalam menarik minat dan partisipasi audiens terhadap acara Srawung Seduh Vol.2.

### **Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Akun Instagram @Srawungseduh.Vol.2 adalah platform resmi untuk informasi terkait event Srawung Seduh Vol. 2 yang diadakan oleh 6ig Production dan Omah Kopi. Akun ini menyajikan informasi penting seperti waktu acara, syarat pendaftaran, dan peraturan lomba dengan desain visual yang menarik dan terstruktur. Feed-nya juga

mencakup layout acara, lokasi stan, dan doorprize, serta update tentang pembukaan tenant.

Keunikan akun ini terletak pada desain visual estetik dan konsisten yang selaras dengan identitas acara, serta tingkat interaksi tinggi dengan komunitas. Selain mempromosikan acara utama, akun ini mendukung pertumbuhan ekosistem kopi lokal dan berfungsi sebagai sumber informasi berharga untuk pengikutnya.



Gambar 1. Akun instagram @srawungseduh.vol2

#### 1. Penggunaan Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Instagram @srawungseduh.vol2.

Desain komunikasi visual menyampaikan ide melalui elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan warna. Berdasarkan teori Semiotika Ferdinand de Saussure, desain menggunakan konsep tanda yang terdiri dari penanda (elemen visual) dan petanda (makna yang ditangkap). Penelitian ini menganalisis postingan Instagram @Srawungseduh.Vol.2 untuk memahami bagaimana elemen visual menyampaikan pesan dan mempengaruhi audiens. Fokusnya adalah pada hubungan antara penanda dan petanda untuk mengidentifikasi strategi komunikasi visual yang efektif dalam menarik perhatian dan mendapatkan respons positif.

Postingan pada tanggal 2 November 2023 memiliki jumlah 68 *like*. Berikut ini adalah analisis desain komunikasi visual pada postingan instagram @srawungseduh.vol2 berdasarkan tipografi, ilustrasi, dan warna:



Gambar 2. Poster Srawung Seduh Vol.2

*“Tipografi di postingan Instagram Srawungseduh itu efektif banget buat ngasih informasi penting ke audiens. Misalnya, tulisan besar yang nunjokin ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER” tuh ngejelasin asosiasi akademis dari penyelenggara acara. Terus, “6IG PRODUCTION x OMAH KOPI ngasih tahu siapa yang ngatur acara ini. “Srawung seduh VOL.2 (Coffee Festival) jelas banget nunjokin identitas acaranya. Info kayak REGISTRASI 50K (FREE KONSUMSI) dan detail tempat, tanggal, dan waktu juga dikasih secara praktis buat calon peserta. Tipografi yang jelas dan strategis ini juga nyorotin hadiah dan kehadiran tamu khusus, plus ngasih detail kontak buat info lebih lanjut, jadi komunikasi ke audiens potensial itu efisien dan komprehensif”. (AY, Panitia Srawung Seduh Vol.2)*

Penggunaan tipografi yang ada pada postingan peraturan yang ada di kegiatan Srawung Seduh Vol 2. Elemen tipografi dalam postingan Instagram Srawungseduh secara efektif mengkomunikasikan informasi penting kepada audiens. Tulisan besar yang menampilkan "ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER" menegaskan asosiasi akademis dari penyelenggara acara, sementara "6IG PRODUCTION x OMAH KOPI" mengidentifikasi pihak yang bertanggung jawab atas organisasi acara. "Srawung seduh VOL.2 (Coffe Festival) " menampilkan identitas acara dengan jelas, sementara tulisan "REGISTRASI 50K (FREE KONSUMSI)" dan informasi terkait tempat, tanggal, dan waktu, memberikan detail praktis kepada calon peserta. Penggunaan tipografi yang jelas dan strategis juga menyoroti hadiah dan kehadiran tamu khusus, serta memberikan detail kontak untuk informasi tambahan, memastikan komunikasi yang efisien dan komprehensif kepada audiens potensial.

*“Desain komunikasi visual Srawungseduh di Instagram, elemen-elemen ilustrasi kayak gambar peralatan kopi, tiket acara, garis gelombang abstrak, gambar sponsor, dan garis peralatan kopi transparan tuh penting banget. Gambar peralatan kopi nggak cuma nunjukin alat-alat yang dipakai buat bikin kopi, tapi juga nyampein pengalaman lengkap dari menikmati kopi, mulai dari aroma sampai sensasi menikmatinya. Tiket acara jadi elemen informatif yang nampilin info penting kayak harga dan manfaat buat peserta. Garis gelombang abstrak nambahin tekstur visual dan dimensi artistik yang keren. Gambar sponsor nambahin kredibilitas merek dengan ngaitin acara sama sponsor yang udah terpercaya. Garis peralatan kopi transparan juga nambah lapisan visual tanpa ganggu fokus utama desain”. (GS, Panitia Srawung Seduh Vol.2)*

Penggunaan ilustrasi. Dalam desain komunikasi visual Srawungseduh di Instagram, elemen-elemen ilustrasi seperti gambar peralatan kopi, tiket acara, garis gelombang abstrak, gambar sponsor, dan garis peralatan kopi transparan memiliki peran yang penting. Gambar peralatan kopi tidak hanya menampilkan alat-alat yang digunakan dalam proses pembuatan kopi, tetapi juga menyampaikan pengalaman menyeluruh dari menikmati kopi, mulai dari aroma hingga sensasi menikmatinya. Tiket acara menjadi elemen informatif dengan menampilkan informasi penting seperti harga dan manfaat bagi peserta, sementara garis gelombang abstrak menambahkan tekstur visual dan dimensi artistik yang mendalam. Gambar sponsor meningkatkan kredibilitas merek dengan mengasosiasikannya dengan sponsor yang dipercaya, sementara garis peralatan kopi transparan menambah lapisan visual tanpa mengganggu fokus utama dari desain.

*“Dalam desain komunikasi visual, warna krem, jingga, hitam, putih, dan kuning tuh punya peran penting banget. Warna krem di latar belakang sering dipakai buat nyampein kesan elegan dan klasik. Warna jingga di teks utama bisa narik perhatian dan ngasih kesan hangat serta ramah. Warna hitam di gambar peralatan kopi bikin tampilannya bersih dan terorganisir, sementara di tulisan, warna hitam nambahin kesan elegan. Warna putih nyiptain estetika minimalis dan profesional, sedangkan warna kuning yang mencolok gampang banget narik perhatian, jadi bisa buat menonjolin elemen visual dalam postingan”. (AY, Panitia Srawung Seduh Vol.2)*

Penggunaan warna. Dalam desain komunikasi visual, penggunaan warna krem, jingga, hitam, putih, dan kuning masing-masing memiliki *signifier* (penanda) yang khas dan *signified* (petanda) yang dapat mengkomunikasikan berbagai makna kepada audiens. Warna krem pada latar belakang sering digunakan untuk menyampaikan kesan keanggunan dan klasik, sementara warna jingga pada teks utama dapat menarik perhatian dan memberikan kesan hangat serta ramah. Warna hitam dalam gambar

peralatan kopi memberikan tampilan bersih dan terorganisir, sementara pada tulisan menambahkan kesan elegan. Warna putih mencerminkan estetika minimalis dan profesionalitas, sedangkan warna kuning mencolok dan mudah menarik perhatian untuk menonjolkan elemen visual dalam postingan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan informan diatas menunjukkan bahwa, analisis desain komunikasi visual pada akun Instagram @srawungseduh.vol.2 menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure menunjukkan bagaimana elemen-elemen visual seperti tipografi, ilustrasi, dan warna berperan penting dalam menyampaikan pesan dan menarik perhatian audiens. Tipografi digunakan untuk memberikan identitas dan tema acara secara jelas, membantu navigasi, serta menciptakan struktur informasi yang mudah dipahami. Ilustrasi, seperti gambar persegi dan garis gelombang abstrak, memperkaya estetika visual dan menambah kedalaman desain. Sementara itu, penggunaan warna yang tepat membantu menekankan pesan tertentu, menciptakan suasana yang sesuai, dan menarik perhatian audiens dengan cara yang efektif. Kombinasi elemen-elemen ini tidak hanya meningkatkan kejelasan informasi, tetapi juga memperkaya daya tarik estetika secara keseluruhan, memberikan wawasan mendalam tentang praktik desain komunikasi visual yang berhasil dalam promosi acara Srawung Seduh Vol.2.

## 2. Efektivitas Desain Komunikasi Visual Dalam Menarik Minat Terhadap Event Srawung Seduh Vol.2

Desain komunikasi visual memainkan peran penting dalam dunia pemasaran dan promosi, terutama di era digital saat ini. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer, menawarkan berbagai peluang bagi penyelenggara acara untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan partisipasi melalui visual yang menarik. Event Srawung Seduh Vol. 2 merupakan salah satu contoh di mana desain komunikasi visual digunakan secara strategis untuk menarik minat audiens.

Dalam konteks ini, desain pada postingan yang efektif harus mampu menarik perhatian, menyampaikan pesan dengan jelas, dan mendorong tindakan dari audiens. Penyelenggara acara, melalui penggunaan elemen desain seperti gambar, warna, dan tipografi, berupaya menciptakan desain yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga informatif dan persuasif. Hal ini selaras dengan tanggapan informan sebagai berikut:



*“Setiap membuat desain postingan Srawung Seduh Vol. 2, saya memilih elemen visual utama seperti gambar, warna, dan tipografi yang cermat. Untuk gambar, saya pakai visual kopi dan alat seduh manual biar langsung ngena dengan tema acara. Saya pilih warna krem buat latarnya biar terkesan elegan dan klasik, sementara warna hitam untuk teks utama biar terkesan formal dan tegas. Warna putih ditaruh di latar dan kilauan buat kesan bersih dan minimalis. Warna kuning dipakai buat tulisan dan megaphone biar hangat dan ramah, warna merah buat tanda silang yang menunjukkan larangan, dan hijau buat checklist yang menandai persetujuan. Tipografi juga saya pilih yang tegas dan mudah dibaca buat judul dan info penting, sementara jenis huruf yang lebih sederhana dipakai buat bagian yang kurang penting. Semua elemen ini digabung biar postingan feeds instagram Srawung Seduh Vol. 2 menarik, jelas, dan bikin antusias buat acara tersebut”. (AY, Panitia Srawung Seduh Vol.2)*

AY, seorang panitia Srawung Seduh Vol. 2, menyatakan bahwa setiap kali membuat postingan untuk acara tersebut, ia memilih elemen visual utama seperti gambar, warna, dan tipografi dengan sangat hati-hati. Dia menjelaskan bahwa untuk gambar, ia menggunakan visual kopi dan alat seduh manual untuk langsung mengaitkan visual dengan tema acara, yakni penyeduhan kopi secara manual. Warna krem dipilih sebagai latar belakang untuk memberikan kesan elegan dan klasik, sementara warna hitam digunakan untuk teks utama agar terkesan formal dan serius. Warna putih ditambahkan pada latar dan kilauan untuk menciptakan kesan bersih dan minimalis. Selain itu, warna kuning digunakan pada tulisan dan megaphone untuk memberikan kesan hangat dan ramah, sedangkan warna merah pada tanda silang menunjukkan larangan atau kesalahan. Warna hijau dipakai untuk checklist, yang menandai persetujuan atau penyelesaian tugas.

AY juga menjelaskan bahwa tipografi dipilih dengan cermat. Jenis huruf yang tegas dan mudah dibaca digunakan untuk judul dan informasi penting, sementara jenis huruf yang lebih sederhana dipilih untuk bagian-bagian yang kurang penting. Dengan menggabungkan semua elemen visual ini, AY berupaya membuat postingan di feeds Instagram Srawung Seduh Vol. 2 menjadi menarik, jelas, dan mampu membangkitkan antusiasme audiens terhadap acara tersebut.

Dalam menciptakan desain komunikasi visual yang efektif, riset audiens merupakan langkah awal yang esensial khususnya untuk promosi di platform media sosial seperti Instagram. Dalam konteks promosi acara Srawung Seduh Vol. 2 di akun @srawungseduh.vol2, memahami karakteristik demografis dan psikografis target

audiens membantu desainer menentukan elemen visual yang paling relevan dan menarik. Dengan mengetahui preferensi warna, tipografi, dan jenis konten yang disukai, serta waktu terbaik untuk memposting, desainer dapat menciptakan konten yang tidak hanya estetis tetapi juga mampu membangun koneksi emosional dan meningkatkan engagement. Riset audiens memastikan bahwa setiap elemen desain berfungsi secara optimal untuk menarik perhatian, membangun brand awareness, dan mendorong partisipasi dalam acara, sehingga strategi promosi menjadi lebih efektif dan tepat sasaran.

Dalam menjalankan proyek Srawung Seduh Vol. 2, desain komunikasi visual memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan acara ini secara efektif. Melalui penggunaan elemen-elemen seperti gambar kopi dan alat seduh manual, warna-warna yang dipilih dengan hati-hati untuk mencerminkan kesan elegan dan hangat, serta tipografi yang jelas dan mudah dibaca, tim desain berhasil menciptakan poster yang menarik dan informatif. Desain ini tidak hanya memikat mata tetapi juga mampu menyampaikan pesan acara secara langsung dan mengundang partisipasi dari audiens. Riset audiens yang dilakukan sebelumnya membantu dalam memahami preferensi dan kebutuhan target pasar, memastikan bahwa desain poster tidak hanya estetis tetapi juga relevan dan menarik bagi audiens yang dituju. Kolaborasi dengan tim serta penerimaan masukan dari audiens melalui interaksi langsung juga membantu dalam menyempurnakan desain, memastikan bahwa setiap elemen visual mendukung tujuan komunikasi dan meningkatkan engagement. Dengan pendekatan holistik ini, desain komunikasi visual tidak hanya menjadi alat untuk menarik perhatian tetapi juga menjadi kunci sukses dalam membangun antusiasme kegiatan Srawung Seduh Vol. 2.

## **Simpulan**

Desain komunikasi visual pada akun Instagram @srawungseduh.vol2 berhasil digunakan secara efektif sebagai media promosi yang menarik minat audiens terhadap event Srawung Seduh Vol. 2. Dengan menggabungkan elemen-elemen seperti tipografi, ilustrasi, dan warna, desain ini mampu menyampaikan informasi secara jelas dan menarik perhatian audiens. Analisis menggunakan teori Semiotika Ferdinand de Saussure menunjukkan bahwa hubungan antara penanda dan petanda dalam elemen desain seperti tipografi yang dipilih dengan hati-hati, ilustrasi gambar persegi dan garis

gelombang abstrak, serta penggunaan warna yang sesuai dengan karakter acara, berhasil memperjelas informasi dan meningkatkan daya tarik estetika.

Riset audiens yang mendalam dan penerimaan masukan dari panitia lain serta feedback audiens memastikan relevansi dan daya tarik elemen desain bagi target pasar. Penggunaan alat analitik untuk mengukur efektivitas desain poster melalui indikator seperti jumlah likes, komentar, dan engagement rate menunjukkan keberhasilan strategi promosi di Instagram. Hasilnya, desain komunikasi visual pada akun Instagram @srawungseduh.vol2 mampu menarik perhatian, menyampaikan pesan dengan jelas, dan meningkatkan antusiasme serta partisipasi audiens terhadap event Srawung Seduh Vol. 2

### **Daftar Pustaka**

- Apa Manfaat Komunikasi Visual*. (2020, Desember 6). Retrieved from MindManager: [https://blog-mindmanager-com.translate.google/what-are-the-benefits-of-visual-communication/?\\_x\\_tr\\_sl=en&\\_x\\_tr\\_tl=id&\\_x\\_tr\\_hl=id&\\_x\\_tr\\_pto=tc](https://blog-mindmanager-com.translate.google/what-are-the-benefits-of-visual-communication/?_x_tr_sl=en&_x_tr_tl=id&_x_tr_hl=id&_x_tr_pto=tc)
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Indonesia. *Jurnal Publiciana*.
- Ela Islahatur Roghibah, M. R. (2023). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI SECANGKIR RINDU CAFE MELALUI INSTAGRAM. *Barik; Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Komunikasi Visual: Pengertian, Prinsip, dan Ruang Lingkupnya*. (n.d.). Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-terkini/komunikasi-visual-pengertian-prinsip-dan-ruang-lingkupnya-1ytYOQFlbx5/1>
- Komunikasi Visual: Pengertian, Prinsip, dan Ruang Lingkupnya*. (2022, September 20). Retrieved from kumparan.com: <https://kumparan.com/berita-terkini/komunikasi-visual-pengertian-prinsip-dan-ruang-lingkupnya-1ytYOQFlbx5/1>
- Lesmana, Y. D. (2018). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung. *Lampung: UIN Lampung*, 18.
- Ni'mah, N. (2016). Dakwah Komunikasi Visual. *Islamic Communication Journal*.
- Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi*. (n.d.). Retrieved from BINUS: <https://communication.binus.ac.id/2022/12/17/pemanfaatan-media-sosial-sebagai-media-promosi/>

- Sartini, N. W. (2020). Tinjauan Teoritik Tentang Semiotik. *Jurnal (Universitas)*.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikas. *Jurnal Humaniora*, 02.
- Toybah, N. R. (2017). Dakwah Komunikasi Visual Melalui Instagram Akun @HADITSKU. *Ilmu dan Teknik Dakwah*.
- Tripusparini, E. (2023, Januari 26). *Memahami Media Promosi, Fungsi, Contoh dan Kelebihannya*. Retrieved from mekari qontak: <https://qontak.com/blog/contoh-media-promosi/#:~:text=Media%20promosi%20adalah%20sarana%20untuk,mengenal%20dan%20tertarik%20untuk%20membeli>.
- Wahjuwibowo, I. S. (2018). *Semiotika Komunikasi*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Yanto, I. (2022). *Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Promosi Di Instagram Ayam Geprek Tok Patok Pamekasan (Analisis Semiotika Ferdinand De Saussure)*. *elektronik theses*.
- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*.