

PENGARUH VISUALISASI INSTAGRAM BAKMI ASMARA TERHADAP BRAND AWARENESS

Ahmad Taopik¹, Maria Fitriah², Robby Firliandoko³

¹Ps. Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, ataopik2000@gmail.com

²Ps. Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, mariafitriah@unida.ac.id

³Ps. Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, robbyfirliandoko@unida.ac.id

ABSTRAK

Di era transformasi digital saat ini tentu perlu adanya suatu inovasi konsep diberbagai bidang atau aktivitas kehidupan guna menyeimbangi perkembangan zaman. Salah satunya kemampuan mengelola dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi pemasaran suatu produk. Visualisasi juga bisa disebut sebagai strategi komunikasi pemasaran. Biasanya pengaplikasian visualisasi dapat ditemukan pada media sosial. Media sosial adalah platform komunikasi online yang sangat penting dalam membangun, menjalin, atau memperkuat hubungan interpersonal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui visualisasi Instagram Bakmi Asmara. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan asosiatif. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 1.559 orang, termasuk pengikut akun Instagram Bakmi Asmara, dan sampel yang diperoleh dengan menggunakan rumus Slovin adalah 100 orang dengan tingkat kesalahan 0,1%. Analisis data menggunakan *Weight Mean Score* (WMS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Variabel Elemen Visualisasi Instagram memiliki rerata keseluruhan sebesar 4,02, masuk dalam kategori Baik. Karena tipografi atau huruf yang digunakan dalam postingan Instagram akun @Bakmiasmara mudah dibaca dan menggunakan font yang melengkapi konten Instagram, maka nilai skor rata-rata tanggapan responden pada setiap indikator tergolong cukup tinggi, dengan indikator Tipografi memperoleh skor tertinggi sebesar 4,13 dalam kategori Baik.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran; Media sosial; Visualisasi;

PENDAHULUAN

Di era transformasi digital saat ini tentu perlu adanya suatu inovasi konsep diberbagai bidang atau aktivitas kehidupan guna menyeimbangi perkembangan zaman. Salah satunya kemampuan mengelola dalam bidang teknologi informasi dan komunikasi pemasaran suatu produk. Tanpa adanya kemampuan atau strategi yang baik pelaku usaha bisa gulung tikar atau bangkrut akibat kalah dalam persaingan perdagangan. Melansir dari website berita umkmindonesia.id penyebab pelaku usaha di Indonesia banyak yang mengalami kegagalan atau gulung tikar akibat kurangnya

digitalisasi dan sulit mengikuti tren.

Visualisasi juga bisa disebut sebagai strategi komunikasi pemasaran. Biasanya pengaplikasian visualisasi dapat ditemukan pada media sosial. Media sosial adalah platform komunikasi online yang sangat penting dalam membangun, menjalin, atau memperkuat hubungan interpersonal. Media sosial adalah sumber daya daring yang memungkinkan pengguna berinteraksi, bekerja sama, bertukar informasi, dan membangun jaringan sosial virtual (Nasrullah, 2017).

Salah satu aplikasi yang menggambarkan evolusi media internet adalah Instagram. Instagram adalah perangkat lunak media sosial yang memungkinkan pengguna mengunggah video dan gambar ke akun mereka. Melalui fungsi pesan langsung (DM), pengguna dapat berinteraksi dengan pengguna lain dan menjadi konsumen atau penyedia informasi. Lebih jauh lagi, program ini memberi pengguna suatu platform untuk mengekspresikan diri mereka menggunakan pesan teks dan non-teks (Pangerapan et al., 2020).

Menurut laporan We Are Social, hingga Januari 2023, jumlah pengguna Instagram di seluruh dunia mencapai 1,32 miliar. Angka ini turun 10,8% secara tahunan dibanding Januari 2022. Menurut Napoleon Cat (2023), jumlah pengguna Instagram di Indonesia pada Agustus 2023 mencapai 116,16 juta. Jumlah pengguna tersebut meningkat 6,54% dari bulan sebelumnya menjadi 109,03 juta. Dibandingkan tahun sebelumnya, jumlah pengguna Instagram di Indonesia meningkat 11,8%. Seiring dengan semakin tingginya kebutuhan informasi di era digital, angka tersebut niscaya akan terus bertambah. (Anggoro et al., 2020).

Dalam hal ini tentu media instagram dapat menjadi salah satu peluang bagi pelaku usaha dalam memasarkan produknya lebih berbasis digital dan sangat mudah diakses oleh masyarakat. Dengan memperhatikan beberapa hal, seperti memadukan konsep desain pada feed Instagram, konten visual dapat meningkatkan brand visual produk (Hanindharputri & Pradnyanita, 2021).

Media sosial merupakan bagian dari internet yang memiliki kegunaan lain sebagai media yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk maupun jasa (Fitriah, et al.,2023).

Salah satu usaha yang menarik perhatian bagi peneliti saat ini ialah Bakmi viral yang berlokasi di Kota Bogor. Bakmi viral tersebut bernama "Bakmi Asmara" yang memiliki jumlah pengikut sebanyak 1.408 dan 104 postingan yang menarik sehingga berhasil menarik perhatian hingga viral dan sudah pernah di kunjungi food vlogger seperti dari akun @pasutribestie @aderahmatkuliner dll.

Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada Pengaruh Visualisasi Instagram Bakmi Asmara Terhadap *Brand Awareness*.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif pada sampel tertentu atau populasi representatif. Semua subjek yang termasuk dalam penelitian ini merupakan populasinya. Populasi ini bisa

mencakup sekelompok individu, lembaga, peristiwa, atau subjek studi lainnya yang ingin dijelaskan atau digeneralisasikan (Sugiyono, 2016).

Populasi yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah followers Instagram Bakmi Asmara yang berjumlah 1559 followers dan jumlah sampel yang digunakan adalah 93,4, yang dibulatkan menjadi 100 responden, dan batas kesalahan atau margin kesalahannya adalah 0,10. Dengan teknik *random sampling*, nilai ini diperoleh dari hitungan berikut:

$$n = \frac{1559}{1 + 1559(0,10)^2}$$

$$n = \frac{1559}{1 + 1559(0,1)^2}$$

$$n = \frac{1559}{1 + 1559}$$

$$n = \frac{1559}{16,59}$$

$$n = 93,97$$

Penelitian ini dilakukan secara bertahap, dimulai dengan pengujian pengumpulan data untuk memastikan pernyataan yang diajukan jelas. Setelah itu, sampel tertentu diberikan kuesioner dengan lima kemungkinan jawaban: "Sangat tidak setuju", "Tidak setuju", "Setuju", atau "Sangat setuju".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Table 1 Tanggapan Responden Variabel Visualisasi Instagram

No	Pertanyaan	FX	Skor
1.	Jenis huruf yang digunakan pada konten instagram @Bakmiasmara mudah terbaca oleh saya	424	4,24
2.	Ukuran huruf yang digunakan pada konten instagram @Bakmiasmara mudah terbaca oleh saya	427	4,27
3.	Huruf yang digunakan dalam konten postingan @Bakmiasmara menampilkan identitas dari Bakmi Asmara	429	4,29
<i>Legibility</i>			

4.	Susunan huruf dalam tulisan pada konten instagram @Bakmiasmara mudah terbaca oleh saya	420	4,20
5.	Jarak (jeda) antar kata dalam tulisan pada konten instagram @Bakmiasmara mudah terbaca oleh saya	418	4,18
6.	Kombinasi huruf yang digunakan pada konten @Bakmiasmara mudah terbaca oleh saya	426	4,26
<i>Readingbility</i>			
7.	Tulisan-tulisan pada konten instagram @Bakmiasmara masih terlihat dalam jarak pandang saya membaca	402	4,02
8.	Kalimat dalam konten instagram @Bakmiasmara dapat terbaca dengan jelas oleh saya	399	3,99
<i>Visibilty</i>			
9.	Informasi yang disampaikan pada konten instagram @Bakmiasmara terbaca jelas oleh saya karena tata letaknya yang baik	389	3,89
10.	Kejelasan informasi yang disajikan konten instagram @Bakmiasmara dapat mudah saya pahami	398	3,98
<i>Clarity</i>			
Rata-Rata Nilai Indikator Tipografi			4,13
11.	Adanya keselarasan antar warna dalam konten instagram @Bakmiasmara terlihat jelas oleh saya	391	3,91
12.	Warna-warna yang disajikan dalam konten instagram @Bakmiasmara sesuai dengan produknya	434	4,34
13.	Saya mudah mengenali Bakmi Asmara melalui warna dalam konten instagram @Bakmiasmara	381	3,81
14.	Pesan yang ditampilkan dalam postingan @Bakmiasmara terbaca oleh saya dengan warna-warna yang ditampilkan	428	4,28
<i>Hue</i>			
15.	Warna dasar yang dominan dapat membuat informasi yang disajikan terlihat jelas	397	3,97
16.	Adanya warna di instagram @Bakmiasmara yang menjadi ciri khas	384	3,84
<i>Value</i>			

17.	Pencahayaannya warna dalam konten instagram @Bakmiasmara terlihat jelas oleh saya karena pencerahan warna yang baik	431	4,31
18.	Pencayahaannya dalam konten instagram @Bakmiasmara terlihat konsisten oleh saya	402	4,02
19.	Terang gelap nya warna dalam konten Bakmi Asmara masih terbaca oleh saya	395	3,95
Saturation			
Rata-Rata Nilai Indikator Warna			4,04
20.	Penyampaian pesan dalam konten foto instagram Bakmi Asmara mudah saya pahami	374	3,74
21.	Foto-foto yang disajikan dalam konten instagram Bakmi Asmara sesuai dengan produknya	418	4,18
22.	Foto-foto dalam konten instagram Bakmi Asmara menarik perhatian saya	376	3,76
23.	Saya mudah mengenali produk Bakmi Asmara dengan melihat foto postingan Bakmi Asmara	405	4,05
Fotografi			
Rata-Rata Nilai Indikator Ilustrasi			3,93
Transkrip			
Rata-Rata Skor Variabel Visualisasi Instagram			4,09

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada table diatas menunjukkan nilai rata-rata skor pada Variabel Visualisasi Instagram mendapatkan nilai rata-rata 4,09 dengan kategori **Baik**.

Table 2 Rekapitulasi Variabel Visualisasi Instagram

No	Indikator	Skor	Kategori
1.	Tipografi	4,13	Baik
2.	Warna	4,01	Baik
3.	Ilustrasi	3,93	Baik
Rata-Rata Skor Variabel Elemen Visualisasi Instagram		4,02	Baik

Sumber : Hasil Penelitian, 2025

Pada tabel di atas menunjukkan secara keseluruhan pada Variabel Elemen Visualisasi Instagram mendapatkan mean **4,02** dan berada pada kategori **Baik**. Nilai rata-rata skor pada tanggapan responden disetiap indikatornya, dengan skor tertinggi pada indikator Tipografi sebesar **4,13** pada kategori **Baik**, cukup tinggi karena Tipografi atau huruf-huruf yang ditampilkan dalam postingan instagram akun @Bakmiasmara memiliki keterbacaan yang baik dan penggunaan font yang sesuai dengan konten instagram.

KESIMPULAN

Visualisasi menggunakan 3 indikator elemen visualisasi yaitu Tipografi, Warna, dan Ilustrasia. Penilaian rata-rata responden terhadap Visualisasi Instagram mendapatkan nilai 4,02, termasuk dalam kategori **Baik**. Indikator Tipografi menjadi indikator yang mempunyai skor tertinggi dengan nilai 4,13, termasuk dalam kategori **Baik** karena indikator ini berfokus pada detail seperti jenis huruf yang digunakan dalam postingan instagram @Bakmiasmara sudah sesuai dan mudah dibaca. Selain itu ukuran huruf yang digunakan dinilai tepat, tidak terlalu kecil atau besar, sehingga mudah untuk dibaca, spasi antar huruf teratur dan rapi. Sehingga postingan konten instagram @Bakmiasmara dapat dicerna dengan baik oleh followers, sama halnya pada penelitian Firliandoko et al., (2018) dengan adanya dukungan dari teknologi, informasi akan mudah disampaikan.

REFERENSI

- Anggoro, D., Hasugian, H., & Nofiyani. (2020). Implementasi Digital Marketing Pada UKM Guna Meningkatkan Pemasaran dan Penjualan Produk Di Masa Pandemi Covid-19. *JURPIKAT (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*, 1(3), 384–391. <https://doi.org/10.37339/jurpikat.v1i3.345>
- Duli, N. (2019). *Metodologi Penelitian Kuantitatif: Beberapa Konsep Dasar untuk Penulisan Skripsi & Analisis Data dengan SPSS*. Yogyakarta: CV. Budi Utama.
- Firliandoko, R., Luthfie, M., & Kusumadinata, A. A. (2018). Strategi Manajemen Komunikasi Pada Bogor Ngariung. *Jurnal Komunikatio*, 4(1), 13–26. <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.1209>.
- Fitriah, M., Pratidina, G., Encep, M., Hasbiyah, D., Virly, N., Wahyudin, C., Khaira, M., Ardiansyah Ramadhan, D., Sakinah, S., Fadilah, A., Agustiani, T., Nuansa Ramadhan, R., & Djuanda Bogor, U. (2023). Increasing knowledge and skills in using

- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 26*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, S. I. (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Baru. *Prosiding SNADES 2021*, 285–289.
- Haryanih, H. (2024). *Sayang Banget Kalau Belum Nyobain, Ada Tempat Makan Bakmi Viral Loh di Bogor, Yuk Intip Lokasinya*. <https://www.radardepok.com/lifestyle/94612947201/sayang-banget-kalau-belum-nyobain-ada-tempat-makan-bakmi-viral-loh-di-bogor-yuk-intip-lokasinya?page=2>.
- Nasrullah, M. R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Pangerapan, J. N., Boham, A., & Julius L K Randang. (2020). Persepsi Mahasiswa Tentang Kepala Berita Click Bait Media Online Instagram (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Konsentrasi Jurnalistik). *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 2(1).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R dan D*. Bandung: Alfabet.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Manajemen : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Kombinasi (Mixed Methods), Penelitian Tindakan (Action Research), Penelitian Evaluasi* (5th ed.). Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2nd ed.). Bandung: Alfabeta.