

Perancangan Desain Konten Instagram sebagai Media Informasi Kecantikan

Princesa Yesenia Hansudoh¹, Listia Natadjaja², Daniel Kurniawan Salamoon³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni dan Desain, Universitas Kristen Petra,

Jl. Siwalankerto 121-131, Surabaya

Email: princesa8499s@gmail.com

Abstrak

Instagram merupakan media sosial yang banyak digunakan masyarakat untuk mengunggah dan mencari informasi salah satunya kecantikan. Perkembangan remaja yang ingin mencoba hal baru tentang kecantikan membuat remaja menyerap semua informasi tanpa disaring dahulu. Sedangkan informasi yang beredar di sosial media tidak semuanya benar dan valid. Menanggapi problem ini, maka media instagram dimanfaatkan untuk menyebarkan informasi tentang kecantikan yang valid dengan visual yang menarik dan bahasa yang kasual, sehingga cocok untuk remaja. Dengan adanya konten ini, diharapkan dapat menjadi media utama remaja untuk mencari informasi kecantikan dan membantu remaja untuk lebih mengenal dan mengetahui tentang kecantikan..

Kata kunci: remaja, konten, kecantikan, informasi, media, instagram

Abstract

Instagram Content Design as a Media of Beauty Information

Instagram is a social media which people use to upload and find information, one of them is about beauty. Teenagers who in their development love to try something new about beauty makes them absorb all the information without filtering it. Meanwhile, some of the information is not true and invalid. In response to this problem, Instagram is used as a medium to spread valid information about beauty with attractive visuals and casual language so it is suitable for teenagers. Hopefully, this content can be the main media for teenagers to find beauty information and help them to know more about beauty.

Keywords: teenagers, content, beauty, information, media, instagram

Pendahuluan

Remaja adalah masa yang ingin mencoba hal-hal baru. Salah satunya bagi remaja perempuan adalah kecantikan. Banyak wanita merasa insecure karena merasa tidak cantik, kurus, putih, tidak bisa merias, dan lainnya. Sejak tahun 2015, *beauty vlogger* indonesia mulai ramai dan di tahun 2017 mulai diikuti oleh remaja Indonesia. Berawal dari youtube, *vlogger* mulai berpindah ke instagram. Banyak konten kecantikan yang diposting oleh *beauty vlogger* maupun *make up artist*. Pada umumnya mereka membuat video singkat untuk di *posting* di instagram sebagai video informasi. banyaknya video kecantikan membuat remaja semakin ingin mengetahui dan ingin memakai produk kecantikan. Berdasarkan video liputan6dotcom dengan judul “Viral, Video Guru Hancurkan Makeup Milik Siswa Pakai Palu” menunjukkan bahwa remaja sudah

menggunakan make up untuk sehari-hari. Bahkan sudah pandai berias. Di *channel* youtube Tasya Farasya sudah ada konten seorang *make up artist* usia 9 tahun. Selain itu banyak *beauty vlogger* remaja yang sudah terkenal dan aktif di dunia youtube dan instagram seperti Jharna Bhagwani dan Mary Angeline.

Selain *beauty vlogger*, akun bisnis produk kecantikan lokal juga sering membuat konten informasi kecantikan. Seperti *tips & trick* penggunaan produknya, kandungan produknya, informasi tentang kecantikan lainnya. Seperti yang diketahui, informasi kecantikan biasanya didapat dari *vlogger* dan *selebgram*, namun informasi itu diberikan berdasarkan pengalaman *vlogger* dalam menggunakan produknya atau informasi dari brand yang mengirimkan *PR Package*. Sehingga informasinya kurang valid karena *vlogger* tidak

dilakukan riset tentang kandungan produknya, cocok untuk siapa, jenis kulit yang bagaimana, alergi yang akan terjadi, dan lainnya. Informasi kecantikan sebenarnya mudah dicari dan didapatkan mengingat teknologi internet yang sudah berkembang pesat. Namun, informasi tersebut sangat jarang ada di instagram. Harus mencari di google bahkan dalam bahasa asing. Sedangkan remaja lebih sering menggunakan sosial media seperti instagram, twitter, tiktok, youtube dibandingkan mencari di google. Dan remaja lebih suka melihat secara visual dibandingkan teks.

Dengan permasalahan di atas, penulis mengambil topik dengan judul “Perancangan Konten Instagram sebagai media informasi kecantikan”. Penulis mengambil topik ini karena penulis mengambil *internship* yang mendapat jobdesk membuat desain konten promosi dan konten seputar kecantikan. Konten promosi digunakan untuk mempromosikan produknya sesuai dengan event marketplace yang diadakan, konten promosi launching produk terbaru, product knowledge, dan konten yang berisi tentang tips and trick, informasi jenis kulit, perawatan rambut, perawatan kuku, dan informasi kecantikan lainnya. Selama 9 bulan menjalani *internship*, penulis memperoleh pengetahuan tentang bagaimana membuat desain *instagram story* dan *feeds* yang bisa menarik perhatian penonton namun tetap sesuai dengan *vibes* brand tersebut. Sehingga penulis ingin membuat perancangan konten instagram yang memberikan informasi kecantikan terutama bagi remaja karena kecantikan sudah menjadi hal yang melekat pada perempuan dan *make up* juga menjadi hobi penulis. Sehingga diharapkan konten kecantikan ini bisa menjadi tempat bagi remaja untuk mendapatkan informasi, edukasi, *tips* seputar kecantikan.

Metode Perancangan

Penulis mengumpulkan data dengan metode observasi dan studi kasus. Observasi dilakukan dengan mengikuti perkembangan tren kecantikan dan informasi kecantikan yang *up to date*. Dan studi kasus dilakukan dengan *deep research* akun-akun instagram yang memiliki konten seputar remaja, perempuan, dan kecantikan. *Vibes* apa yang digunakan, *tone* warna, desain, ilustrasi, *copywriting*nya, *caption*nya, dan lainnya. Selain itu dengan menganalisa proyek yang sudah dibuat di perusahaan saat *internship*. Kemudian data tersebut dianalisa dengan menggunakan metode deskriptif yaitu dengan mendeskripsikan data yang sudah dikumpulkan.

Data Literatur

1. Media Sosial

Sebuah teknologi yang bisa menyebarkan informasi melalui internet. Dengan media sosial, teks, foto, video, suara bisa disebarkan dengan mudah. Media sosial juga bisa memberi kesempatan pada individu untuk mempresentasikan diri secara luas.

2. Instagram

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial yang sudah populer di masyarakat. Aplikasi instagram digunakan untuk berbagi foto dan video. Populernya instagram terbukti dari jumlah penggunaannya yang mencapai 1 milyar di tahun 2018. Beberapa pengguna memanfaatkan instagram untuk mempromosikan bisnisnya karena penyebarannya yang luas dan tanpa batas

3. Skincare

Setiap orang memiliki kebutuhan masing-masing untuk tampil menarik, salah satunya dengan merawat kulit dengan menggunakan produk kecantikan yaitu skincare. Menurut Rostamailis, skincare adalah kosmetik kecantikan yang dipakai untuk merawat kulit baik wajah, badan, kuku, rambut. Skincare menjaga dan merawat kebersihan kulit, mencegah tumbuhnya komedo dan jerawat. Paparan sinar matahari langsung dapat menyebabkan penebalan lapisan tanduk dan menimbulkan keriput. Untuk mencegahnya diperlukan penggunaan skincare yaitu *sunscreen* atau *sunblock* agar kulit tetap terlindungi dari sinar matahari. Saat ini, konsep kecantikan perempuan tidak hanya berdasarkan wajah dan tubuh yang langsing. Namun juga tentang kulit. Kulit yang mulus dan glowing menjadi impian perempuan saat ini. Banyak produk skincare dan make up yang memiliki hasil akhir glowing sehat, beberapa ada brand Somethinc, Rose All Day, make up Pixy, Rollover Reaction, dan lainnya.

4. Layout

Surianto (2009) menyebutkan layout merupakan tata letak elemen di suatu bidang atau media tertentu untuk mendukung konsep dan pesan dengan prinsip layout yaitu *sequence*, *emphasis*, *balance*, dan *unity*. Salah satu cara layouting yaitu dengan grid system. Grid system membantuk layouting agar tetap mempertahankan kesatuan desain yang memiliki banyak alaman. Semakin banyak grid, semakin fleksible penempatan elemen desainnya.

5. Teori Warna

Drs. Sadjiman Ebdy Sanyoto (2005) menjelaskan setiap warna memiliki karakter dan dapat memberikan dampak psikologis ke audience. Warna memiliki peran yang penting sebagai sifat cahaya dan sebagai pengalaman indera penglihatan. Selain itu, warna juga bisa sebagai sarana untuk memperkuat kesan dan tujuan dari sebuah desain.

6. Ilustrasi

Menurut Wiratmo, Triyadi Guntur (2007) dalam bukunya Transformasi Fungsi Gambar dalam Ilustrasi, ilustrasi berasal dari bahasa Latin yaitu *Lustrate* yang berarti memurnikan atau menerangi, yang artinya antara teks dengan gambar, ilustrasi adalah gambar yang ada dalam layout untuk memperjelas sesuatu informasi yang ingin disampaikan dalam sebuah tulisan, cerita, puisi. Dengan adanya ilustrasi, tulisan atau informasi tersebut dapat lebih mudah dipahami dan dicerna oleh pembaca. Selain itu, ilustrasi juga bisa sebagai sentuhan dekorasi.

7. Elemen Desain

Menurut Supriyono (2010:15) menyebutkan elemen titik, garis, bidang, tekstur, dan ukuran merupakan elemen yang dapat menghasilkan komposisi desain yang menarik dan harmonis.

Data Praktek

Data yang didapatkan dari kegiatan magang di Jacquelle Beaute selama 9 bulan. Penulis ditempatkan di bagian desain promosi, sehingga penulis mendapat pengalaman membuat desain konten untuk kegiatan promosi, seperti desain di *instagram story* dan *feeds* untuk *sales promotion*, event, konten *launching*, *product knowledge*, pengetahuan tentang kecantikan, *tips and tricks*, banner digital untuk di marketplace, desain website, dan konten promosi lainnya.

Data Objek Penelitian

Fenomena yang terjadi di masyarakat adalah rasa ingin tahu remaja setiap tahunnya semakin meningkat terutama tentang kecantikan. Remaja sekarang sangat *up to date* tentang kecantikan. Di tahun 2019, make up dan skincare sudah banyak diterima oleh remaja, remaja sudah banyak yang menggunakan make up dan skincare. Baik itu hanya sekedar pelembab, lotion, lip balm, maupun make up untuk pesta. Dalam femina.co.id pada 2018, survei ZAP Beauty Index yang dilakukan MarkPlus, Inch pada 17.889 wanita 18-65 tahun, ditemukan hasil wanita Indonesia sudah menggunakan make up kurang dari usia 13 tahun. Berdasarkan video liputan6.com yang sempat viral, terlihat guru yang menghancurkan barang kecantikan yang dibawa oleh muridnya. Ini menunjukkan bahwa remaja sekarang lebih cepat dewasa dan ingin terlihat cantik. Selain itu ada postingan video di youtube channel Tasya Farasya, ada perempuan usia 9 tahun yang menjadi make up artist. Tidak hanya remaja namun anak-anak sudah mulai mengenal make up dan kecantikan. Beberapa remaja bahkan sudah memiliki youtube channel sendiri untuk membagikan informasi tentang kecantikan seperti Mary Angeline, Jharna Bhagwani, dan beberapa lainnya.

Informasi yang dibagikan biasanya tentang kecantikan maupun daily life. Seringkali informasi yang diterima remaja tidak disaring terlebih dahulu. Segala informasi dipercaya dan diaplikasikan. Teknologi internet membuat semua informasi tersebar dengan cepat dan mudah didapatkan. Bagi pemula khususnya remaja di bidang kecantikan, informasi dari akun-akun yang kurang riset juga dapat menyesatkan. Produk palsu yang tidak jelas kandungannya masih marak beredar dan dapat membahayakan kulit. Beberapa informasi kandungan dalam produk juga tidak dijelaskan secara detail sehingga jika memiliki alergi akan berbahaya bagi kulitnya.

Fenomena ini lah yang membuat penulis ingin membuat konten informasi kecantikan di instagram karena instagram adalah platform yang sering digunakan untuk berbagi informasi dan media utama mencari informasi khususnya bagi remaja.

Konsep Perancangan

Strategi Kreatif

Big Idea

Beauteenpedia berasal dari kata *beauty*, *teenager*, dan *ensiklopedia*. Penulis ingin menyampaikan bahwa Beauteenpedia adalah sebuah platform yang memberikan informasi kecantikan yang valid khususnya untuk remaja.

Positioning

Konten instagram yang menyenangkan dan menarik perhatian remaja untuk mau membaca informasi khususnya kecantikan

What to say

Pesan yang disampaikan adalah beauteenpedia yang memberikan informasi kecantikan yang valid khususnya untuk remaja dengan mengajak target untuk membaca informasi dengan benar, tidak asal terima informasi, dan tentunya *up to date*. Sehingga remaja akan memahami informasi lebih baik sesuai dengan keadaan kulit dan tentu dengan data yang *up to date*.

Tone and manner

Menggunakan gaya desain yang *modern*, *simple*, namun menyampaikan kesan ceria. Memiliki bahasa yang kasual sehingga audience tidak merasa bosan namun terkesan sedang membaca *text* dari teman sendiri. Dengan memiliki kesan seperti membaca teks dari teman sendiri, informasi yang disampaikan akan lebih meyakinkan karena remaja mudah percaya dengan teman, tidak seperti menggurui.

Ilustrasi

Menggunakan ilustrasi yang simple namun masih ada sisi lucu dan menyenangkan. Karena target

audience utama adalah remaja, sehingga diutamakan ilustrasinya terlihat menyenangkan dibanding simple polos dan elegant.

Warna

Pemilihan warna natural dan cerah mencerminkan suasana remaja yang ceria dan dapat menarik perhatian dan semangat.

Tipografi

Menggunakan font *sans serif* yang lebih bulat, sehingga tidak terlalu kaku dan masih berkesan young. font Momcake sebagai judul karena hanya memiliki *uppercase* dan fontnya yang *bold* lebih cocok dijadikan sebagai font untuk judul. Candy Beans sebagai *body text*, karena tidak terlalu *bold* dan nyaman untuk dibaca walaupun banyak *text*.



Gambar 1. Font Momcake



Gambar 2. Font Candy Beans

Layout

Layout lebih simple dengan background *solid color* dan ditambah elemen visual seperti garis dan titik agar tidak terlalu polos. *Text* dirapihkan dengan *align left/center/right*. Ilustrasi disesuaikan dengan hirarkinya. *Emphasis* informasi juga diperhatikan agar informasi yang disampaikan bisa tersampaikan dengan tepat.

Strategi Media

Instagram sebagai media informasi tentang kecantikan. Karena instagram sudah menjadi platform yang wajib dimiliki oleh seseorang. Konten yang dibuat akan diupload di instagram *feeds* dan *instagram story*.

Instagram story:

Konten berisi tentang *teaser*, *sneak peak* informasi yang akan dibagikan. Memanfaatkan fitur yang ada di instagram story seperti *polling*, *quiz*, *question box*, *gif*, untuk menarik perhatian audiens dan berkomunikasi dengan audiens. Kemudian diarahkan untuk ke instagram post agar audiens bisa membaca informasi lebih lengkap.

Instagram feeds:

Konten di instagram feeds berisi informasi yang ingin disampaikan. Dengan mengatur *moodboard*, audiens akan senang membuka instagram Beauteenpedia karena lebih memanjakan mata. Postingan bisa 1 maupun lebih dengan memanfaatkan fitur *swipe album*. Sebisanya mungkin postingan tidak terlalu banyak sehingga audiens tidak bosan dan menskip informasinya.

Final Artwork



Gambar 3. Feeds Instagram 1



Gambar 4. Feeds Instagram 2



Gambar 5. Feeds Instagram 3



Gambar 6. Feeds Instagram 4



Gambar 7. Feeds Instagram 5



Gambar 8. Feeds Instagram 6

Gambar 8. Feeds Instagram 6



Gambar 9. Feeds Instagram 7



Gambar 10. Feeds Instagram 8



Gambar 11. Feeds Instagram 9

Kesimpulan

Remaja adalah masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Perkembangan remaja yang pesat membuat remaja cenderung mencoba hal baru salah satunya kecantikan. Banyaknya produk kecantikan yang marak di pasaran, munculnya berbagai brand dan produk lokal, membuat remaja tertarik terutama dengan harga yang bersahabat tetapi tidak memikirkan apakah produk tersebut aman dan cocok untuk kulit remaja yang masih sensitif. Untuk itu diperlukan adanya informasi yang dapat membantu remaja memahami kulit dan produk yang sesuai. Salah satunya dengan menyebarkan informasi melalui sosial media instagram.

Beauteenpedia hadir di Instagram untuk perempuan khususnya remaja yang ingin mengetahui lebih dalam tentang kecantikan. Pembuatan desain disesuaikan dengan konten yang ingin disampaikan. Konten Beauteenpedia berisi tentang informasi jenis

kulit, kandungan produk, manfaat produk, fungsi produk, dan tren kecantikan. Informasi yang diberikan berdasarkan informasi dari sumber yang valid. Sehingga konten Beauteenpedia adalah konten instagram sebagai media informasi yang tepat bagi remaja.

Saran

Pembuatan isi konten sebaiknya diperiapkan lebih awal, mulai dari mencari informasi, menyusun timeline informasi yang ingin disampaikan karena membutuhkan waktu untuk memilah informasi dan mengubah teks ke bahasa yang lebih kasual yang cocok untuk remaja. Selain itu, karena Beauteenpedia masih baru di Instagram, perlu strategi marketing untuk meningkatkan *awareness* terhadap Beauteenpedia.

Daftar Pustaka

- Carr, Caleb T., & Hayes, Rebecca A. (2015). Social Media: Definisi, Developing, and Divining. Atlantic Journal of Communication.
- Dewanti, Titania. (2019). Retrived from <https://wolipop.detik.com/makeup-and-skincare/d-4764426/female-daily-network-jadi-wadah-bagi-brand-lokal-kecantikan-surabaya>
- Ebdi Sanyoto, Sadjiman, Drs. (2005) Dasar-Dasar Tata Rupa dan Desain. Yogyakarta.
- Fajriati, Nuri. (2019). Pemakai Kosmetik makin Muda, Ajarkan Pilih Produk Tepat Sejak Dini. Retrived from: <https://www.femina.co.id/beauty-trend/pemakai-kosmetik-makinmuda-ajarkan-pilih-produk-tepat-sejak-dini>
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, 2012. Marketing Management, Edisi 14, New Jersey: Prentice-Hall Published
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Rustan, Suriyanto (2009). Layout Dasar & Penerapannya. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Rostaanti, Qommarria. (2021). Retrived from <https://www.republika.co.id/berita/qq43s5425/produk-kecantikan-lokal-makindiminati-konsumen>
- Supriyono, Rachmat. (2010). Desain Komunikasi Visual. Yogyakarta. Andi
- Sofia, A. Adiyanti, M.G. (2013). Hubungan Pola Asuh Otoritatif Orang Tua dan Konformitas
- Teman Sebaya Terhadap Kecerdasan Moral. Retrived from: http://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/jpp/article/download/7760/pdf_6.
- Uinsby. n.d. Retrived from <http://digilib.uinsby.ac.id/15465/4/Bab%202.pdf>
- Wiratmo, Triyadi, Guntur. (2007). Transformasi Fungsi Gambar dalam Ilustrasi: Dari Dekorasi Visual Interpretasi Visual, Jurnalis Visual Sampai Opini Visual. Retrived from: <http://desaingrafisindonesia.wordpress.com/2009/01/07/transformasifungsi-gambardalam-ilustrasi-dari-dekorasi-visual-interpretasi-visualjurnalis-visual-sampai-opinivisual/>