

Analisis Warna pada Luaran Karya *Internship Feeds Instagram* Oeste Terhadap *Engagements* Pengunjung *Instagram*

Shania Gabriel Tansel¹, Heru Dwi Waluyanto², Sugiharto Adhi Cahyono³

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra, Jalan Siwalankerto 121-131, Surabaya
Email: e12180013@john.petra.ac.id

Abstrak

Instagram merupakan salah satu media sosial yang dapat digunakan untuk kepentingan bisnis. Hal tersebut dimanfaatkan oleh salah satu usaha yaitu Oeste. Dalam rangka memperbaiki tampilan *feeds Instagram*-nya, Oeste melakukan perubahan pada desain. Perubahan dilakukan dari segi penggunaan warna pada *feeds Instagram* Oeste untuk mewujudkan desain *feeds Instagram* yang lebih konsisten, menarik, dan mencerminkan *brand* Oeste. Dengan tujuan tersebut, diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap *engagement* pengunjung *Instagram*. Hal tersebut dikarenakan, *engagements* memiliki peran penting dan krusial dalam kelangsungan bisnis. Oleh karena itu, penelitian ini menganalisis penggunaan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram* Oeste dan pengaruhnya terhadap *engagements* pengunjung *Instagram*. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa warna pada desain *feed Instagram* Oeste memberikan pengaruh positif pada *engagement* pengunjung *Instagram*.

Kata kunci: Warna, *engagements*, *feeds Instagram*, Oeste.

Abstract

Title: Color Analysis of Oeste Instagram Feeds in the Internship Output to Instagram Visitor Engagements

Instagram is one of social media which can be used for business utilities. One of business that takes advantage of *Instagram* for its business utilities is Oeste. In order to improve the appearance of its *Instagram feeds*, Oeste made some modification to the *Instagram feeds* design. The modification has been done in terms of colors usage of Oeste *Instagram feeds* to make the *Instagram feeds* more consistent, attractive, and reflect the Oeste brand. The colors modification was expected to give positive effects to the *Instagram visitor engagements*. It was because *engagements* have important dan crucial role in business continuity. Therefore, this study analyzed the colors of Oeste *Instagram feeds* in the output of internship to *Instagram visitor engagements*. The result showed that Oeste *Instagram feeds* colors have been given positive effects on *Instagram visitor engagements*.

Keywords: Colors, *engagements*, *feeds Instagram*, Oeste.

Pendahuluan

Saat ini, media sosial dapat digunakan untuk berbisnis. Berkembangnya media sosial menjadi alasan utama dibalik fenomena tersebut. Perkembangan media sosial sangat terasa dari segi fungsi. Pada awalnya, media sosial digunakan untuk berkomunikasi dan berbagi informasi secara virtual. Kini fungsi media sosial telah merambah ke kepentingan bisnis seperti memperkenalkan *brand* dan mempromosikan produk.

Oeste menggunakan media sosial untuk berbisnis. Oeste merupakan perusahaan berskala kecil menengah yang bergerak di bidang *fashion*, khususnya *fashion* muslim perempuan. Pendirinya adalah Bu Reni yang mulai merintis Oeste pada tahun 2016. Hingga sekarang, Oeste telah berdiri selama 6 tahun. Untuk pemasaran melalui media sosial, Oeste menggunakan *Instagram*. *Instagram* dipilih karena merupakan *touch point* dengan *target market* Oeste. Hal tersebut dikarenakan sebagian besar *target market* Oeste aktif menggunakan *Instagram*.

Akun *Instagram* Oeste mulai dibentuk pada tahun 2015. Namun, pemasaran melalui *Instagram* baru masif digalakan pada tahun 2021. Dikarenakan pada tahun tersebut, pandemi *covid-19* di Indonesia menyulitkan pemasaran produk secara *offline*. Sejak pemasaran melalui *Instagram* digalakan, Oeste melakukan berbagai perubahan pada desain *feeds Instagram*nya. Perubahan tersebut terlihat dari warna yang digunakan pada desain *feeds Instagram* Oeste. Tujuan perubahan tersebut adalah untuk mewujudkan desain *feeds Instagram* yang lebih konsisten, menarik, dan mencerminkan *brand* Oeste. Dengan tujuan tersebut, diharapkan dapat memberikan pengaruh positif terhadap *engagement* pengunjung *Instagram*. Hal tersebut dikarenakan, *engagements* memiliki peran penting dan krusial dalam kelangsungan bisnis.

Berdasarkan dari latar belakang di atas, hal yang akan dianalisis adalah penggunaan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram* Oeste dan pengaruhnya terhadap *engagements* pengunjung *Instagram*. Warna dipilih sebagai objek analisis karena warna memiliki peran penting dan krusial dalam sebuah desain. Hal tersebut dikarenakan warna adalah hal pertama yang dilihat oleh *audience* dan paling mudah diingat. *Engagements* pengunjung *Instagram* juga memiliki peran penting dan krusial dalam kelangsungan bisnis. Hal tersebut dikarenakan *engagements* pengunjung *Instagram* mengindikasikan pelanggan potensial yang dimiliki.

Rumusan Masalah

Bagaimana peranan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram* Oeste dan pengaruhnya terhadap *engagements* pengunjung *Instagram*?

Tujuan Penelitian

Mengetahui peranan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram* Oeste dan pengaruhnya terhadap *engagements* pengunjung *Instagram*.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Dengan metode penelitian tersebut, data didapatkan dan diolah dalam bentuk deskripsi dan narasi (Ibrahim, et al., 2018). Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer berupa *feeds Instagram post* Oeste dan *engagement* pengunjung *Instagram*. Data primer tersebut didapatkan melalui observasi akun *Instagram* Oeste dan *Instagram insight*. Data

sekunder berupa kajian teori dan informasi pelengkap yang didapatkan melalui studi pustaka dan internet.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan teknik analisis visual dan *engagements Instagram*. Teknik analisis visual digunakan untuk menganalisis peranan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram* Oeste. Pada analisis warna, warna diidentifikasi menggunakan *color hex code*. Hal tersebut bertujuan agar warna tidak disalahartikan mengingat kelemahan mata manusia dalam mengidentifikasi warna. Analisis warna meliputi warna *background*, tipografi, elemen grafis, tata letak, dan komposisi warna. Teknik analisis *engagements* digunakan untuk menganalisis *engagements* pengunjung *Instagram* pada *feeds Instagram* Oeste. Data *engagements* pengunjung *Instagram* didapatkan melalui *Instagram post* dan *insight* meliputi *like*, *comment*, *save*, dan *share*.

Kajian Teori

Warna

Pada dasarnya, warna adalah gelombang cahaya. Gelombang tersebut ditangkap oleh mata dan diterjemahkan oleh otak sebagai warna. Warna memiliki peran penting dalam sebuah desain. Untuk mengkajinya, warna dibagi secara subyektif, berdasarkan pembentuknya, kombinasinya, dan fungsinya.

Warna secara Subyektif

Secara subyektif, warna terbagi menjadi tiga, yaitu *hue*, *value*, dan *chroma* (Nurhayati, 2018). *Hue* adalah corak atau rona warna yang berfungsi mengidentifikasi warna, contohnya merah, kuning, hijau, dan lain-lain. *Value* adalah derajat terang sebuah warna yang berfungsi menciptakan ruang dan karakter pada warna. *Value* suatu warna terdiri dari warna *tint* dan warna *shade*. Warna *tint* merupakan gradasi warna yang semakin terang dengan cara menambahkan warna putih pada *hue*. Sebaliknya, warna *shade* merupakan gradasi warna yang semakin gelap dengan cara menambahkan warna hitam pada *hue*. *Chroma* adalah tingkat intensitas kekuatan warna atau *saturation* yang berfungsi mengubah karakter warna.

Warna Berdasarkan Pembentuknya

Berdasarkan pembentuknya, warna terdiri dari warna pigmen dan warna cahaya (Nurhayati, 2018). Warna pigmen pembentuknya ialah tinta atau cat sehingga menghasilkan warna yang *opaque*. Dalam *subtractive system*, warna pigmen terdiri dari CMYK (*Cyan, Magenta, Yellow, dan Black*), dimana *black* berperan sebagai *Key* yang fungsinya mengikat dan menetralsir. Sedangkan warna cahaya pembentuknya ialah sinar sehingga menghasilkan warna yang transparan. Dalam *additive system*, warna cahaya terdiri dari RGB (*Red, Green, dan Blue*).

Hex-Code Color

Hex code color adalah format kode untuk mengidentifikasi warna pada komputer. Berbeda dengan mata manusia, komputer menggunakan pemrograman dalam bentuk kode (*coding*). *Hex code color* adalah tipe kode warna dalam bentuk *hexadecimal* (Ismail & Othman, 2020). *Hex code color* termasuk dalam *additive system* dimana warna RGB (*Red, Green, Blue*) dipresentasikan dalam *Hex Triplet*. *Hex Triplet* atau kombinasi 2 pasang bilangan *hexadecimal* terdiri dari 6 digit kombinasi huruf dan angka yang diawali dengan tanda # (pagar). Contohnya, #D9B4A2 untuk warna *Chilean Pink*.

Skema Warna

Skema warna pastel dan warna netral termasuk dalam jenis skema warna. Skema warna pastel adalah skema warna dengan nuansa *soft*, polos, cerah, dan lembut. Warna pastel termasuk warna *tint* dengan saturasi yang rendah atau memudar keputihan. Walaupun sering dikategorikan sebagai warna, pastel sebenarnya adalah alat pewarnaan yang terbuat dari pembekuan minyak (Susanto, 2011). Warna netral tercipta dari proporsi seimbang 3 warna dasar. Salah satu warna netral yang dihasilkan *subtractive system* adalah cokelat (Amin, 2017).

Psikologi Warna

Psikologi warna berbicara tentang warna yang dapat mempengaruhi seseorang secara psikologis. Setiap warna memberikan kesan terhadap emosi manusia, baik positif maupun negatif (Yogananti, 2015). Kesan positif memberikan perasaan positif, contohnya ceria, hangat, sukacita, menyenangkan, dinamis, sejuk, dan tenang. Kesan negatif memberikan perasaan negatif, contohnya dingin, melankolis, tidak menyenangkan, dan gelisah.

Engagements

Engagements Instagram adalah penting bagi pengguna media sosial untuk berbisnis. *Engagements* berguna untuk membangun hubungan baik dengan konsumen (Rohadian & Amir, 2019). Hubungan baik tersebut berpengaruh pada kelangsungan sebuah bisnis. Hal tersebut dikarenakan *engagements* menjadi indikasi dari pelanggan potensial yang dimiliki.

Online Engagements

Engagements di *Instagram* terjadi dalam bentuk *online engagements*. *Online engagements* yang dimaksud adalah segala bentuk tindakan yang dilakukan secara *online* berkaitan dengan bisnis (Rohadian & Amir, 2019). *Online engagements* di *Instagram* meliputi *like, comment, save, dan share*. *Like* adalah interaksi berupa tindakan menekan ikon hati pada bagian bawah *feeds Instagram* yang menandakan bahwa pengunjung *Instagram* menyukai *feeds Instagram*. *Comment* adalah interaksi berupa tindakan menanggapi *feeds Instagram* melalui tulisan di kolom komentar pada bagian bawah *feeds Instagram*. *Save* adalah interaksi berupa tindakan menyimpan *feeds Instagram* menggunakan *fitur archive* yang memudahkan pengunjung *Instagram* untuk melihat kembali *feeds Instagram*. *Share* adalah interaksi berupa tindakan membagikan *feeds Instagram*.

Pembahasan

Variable Penelitian

Variabel pada penelitian ini adalah warna dan *engagements* pengunjung *Instagram* pada luaran karya *internship feeds Instagram Oeste*. Penggunaan warna pada *feeds Instagram Oeste* berperan sebagai variabel x. *Engagements* pengunjung *Instagram* berperan sebagai variabel y. Dari penelitian ini dapat diketahui hubungan antara variabel x dan variabel y yaitu peranan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram Oeste* dan pengaruhnya terhadap *engagements* pengunjung *Instagram*.

Hasil Penelitian

Pada hasil akhir penelitian ini, diketahui hasil analisis penggunaan warna pada luaran karya *internship feeds Instagram Oeste*, *engagements* pengunjung *Instagram*, serta hubungan antar variabel-variabel penelitian.

Analisis Warna

Feeds Instagram Oeste menggunakan *additive system* yang terdiri dari warna *Red, Green, dan Blue* (RGB). Hal tersebut dikarenakan *feeds Instagram* umumnya ditampilkan pada media layar LED yang berbasis cahaya. Kapasitas RGB dapat mempengaruhi identitas warna. Secara garis besar, terdapat 8 warna yang digunakan pada luaran karya *internship feeds Instagram Oeste*, yaitu #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226), #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191), #B77554/*French Beige* (R:183; G:117; B:84), #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B:206), #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189), #704232/*Bole* (R:12; G:66; B:50), dan #914E31/*Raw Sienna* (R:145; G:78; B:49).

R: 243
G: 233
B: 221
#F3E9DD
Linen

R: 112
G: 66
B: 50
#704232
Bole

R: 145
G: 78
B: 49
#914E31
Raw Sienna

R: 232
G: 209
B: 191
#E8D1BF
Almond

R: 183
G: 117
B: 84
#B77554
French Beige

R: 217
G: 180
B: 162
#D9B4A2
Chilean Pink

R: 206
G: 215
B: 206
#CED7CE
Oatmeal

R: 239
G: 231
B: 189
#EFE7BD
Lemon Meringue

Gambar 1.1 Warna pada *feeds Instagram Oeste*
Sumber: dokumentasi pribadi

Warna pada *background feeds Instagram Oeste* menggunakan warna #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226). Warna pada elemen grafis *feeds Instagram Oeste* menggunakan warna #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191), #B77554/*French Beige* (R:183; G:117; B:84), #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B:206), dan #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189).

Warna pada tipografi *feeds Instagram Oeste* menggunakan warna #704232/*Bole* (R:12; G:66; B:50) dan #914E31/*Raw Sienna*. Tipografi *feeds Instagram Oeste* menggunakan font *Chapaza Regular, Accountant Signature, Metropolis, Myriad Pro, dan Roboto Codensed*. Font *Chapaza Regular* termasuk jenis font *serif*. Font *Accountant Signature* termasuk jenis font *script*. Font *Metropolis, Myriad Pro, Roboto Codensed* termasuk jenis font *sans-serif*.

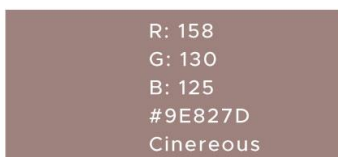
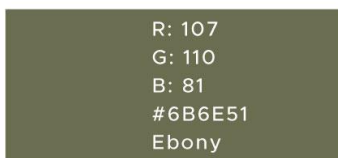
Analisis Warna pada *Feeds Instagram Oeste*



Gambar 2.1 *Feeds Instagram Oeste* 1
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada *headline* “*Scrunchie Wolfies*”, kata “*Scrunchie*” menggunakan *font Chapaza Regular* dan kata “*Wolfies*” menggunakan *font Accountant Signature* dengan warna yang sama yaitu #704232/*Bole* (R:248; G:238; B:226). *Headline* diposisikan bertingkat agar estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. Informasi dan ikon media sosial Oeste diletakan *center* pada bagian bawah *feeds Instagram*, menggunakan *font Roboto Codensed* dengan warna #914E31/*Raw Sienna*.

Background menggunakan warna #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226). Elemen grafis menggunakan warna #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191) dan #B77554/*French Beige* (R:183; G:117; B:84). Elemen grafis berupa vektor dengan bentuk organis dan diletakan pada bagian kanan dan kiri *feeds Instagram* untuk menciptakan keseimbangan. Foto produk *scrunchie* diposisikan menindih elemen grafis agar estetik tanpa mengganggu tampilan foto. Foto produk pada *feeds Instagram* Oeste 1 merupakan produk *scrunchie* dengan *brand name* “*Wolfies*”. Foto produk terdiri dari 6 warna yaitu #D4D7E7/*Glitter* (R: 212, G: 215, B: 231), #6B6E51/*Cinereous* (R: 107, G: 110, B :81), #B2A89D/*Grullo* (R: 158, G: 130, B: 125), #C5A17B/*Camel* (R: 196, G: 161, B: 123), dan #C5A8A5/*Silver Pink* (R: 165, G: 168, B: 166). Pada foto, produk *scrunchie* disusun satu di tengah dan lainnya melingkari bagian tengah seperti bunga.



Gambar 2.2 Warna foto produk *feeds Instagram* Oeste 1

Sumber: dokumentasi pribadi

Secara keseluruhan, tampilan *feeds Instagram* Oeste 1 harmonis dan seimbang. Terjadi tumpang tindih antara foto produk dengan elemen grafis namun tidak memberikan gangguan yang berarti. Tipografi *headline* dan informasi media sosial Oeste memiliki *legibility* yang tinggi. Foto produk yang menjadi *focal point* terlihat menonjol.



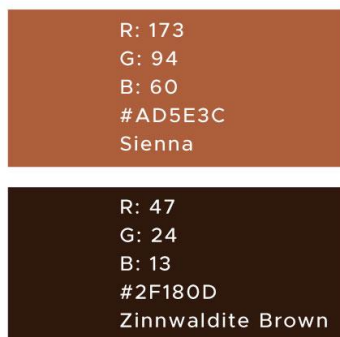
Gambar 2.3 *Feeds Instagram* Oeste 2 carousel 1
Sumber: dokumentasi pribadi

Feeds Instagram Oeste 2 berupa *carousel* yang terdiri dari 2 *feeds Instagram*. Pada *feeds Instagram* Oeste 2 carousel 1 terdapat *headline*, *subheadline*, *bodycopy*, foto produk, dan elemen grafis. Pada *headline* “*Tunic Freya*”, kata “*Tunic*” menggunakan *font Accountant Signature* dan kata “*Freya*” menggunakan *font Chapaza Regular*. *Subheadline* “*Size Guide*” menggunakan *font Metropolis*. *Headline* dan *subheadline* diposisikan bertingkat agar estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. *Bodycopy* “*Lingkar Dada*”, “*Panjang Lengan*”, dan “*Panjang Gamis*” menggunakan *font Myriad Pro*, diletakan pada sisi kanan *feeds Instagram* dengan *align text left* agar

estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. *Headline*, *subheadline*, dan *bodycopy* memiliki warna yang sama yaitu #704232/*Bole* (R:248; G:238; B:226). Informasi dan ikon media sosial Oeste diletakan *center* pada bagian bawah *feeds Instagram*, menggunakan *font Roboto Codensed* dengan warna #914E31/*Raw Sienna*.

Elemen grafis menggunakan warna #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226), #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191), #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B206:), dan #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189). Elemen grafis berupa vektor dengan bentuk organis menyerupai garis. Elemen grafis diletakan di bagian kanan atas dan kiri bawah *feeds Instagram* untuk menciptakan keseimbangan asimetris yang estetik. Elemen grafis disebelah tipografi “PL”, “PG”, dan “AD” merupakan petunjuk *size guide* yaitu panjang lengan panjang gamis, dan lingkaran dada. Foto produk *tunic Freya* diposisikan pada kiri *feeds Instagram* agar estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. Terdapat elemen grafis dan tipografi yang menindih foto produk, namun kontras warna terlihat dengan jelas sehingga warna tidak bertabrakan dan *legibility* tipografi tinggi.

Foto produk pada *feeds Instagram Oeste 2* merupakan produk *tunic* dengan *brand name* “*Freya*”. Pada foto, model mengenakan hijab warna #2F180D/*Zinnwaldite Brown* (R: 47, G: 24, B: 13), produk *tunic* warna #AD5E3C/*Sienna* (R: 173, G: 94, B: 60). Warna hijab dan *tunic* yang dikenakan model pada foto *feeds Instagram Oeste 2* terlihat kontras dengan *background*, namun tetap harmonis dengan warna elemen desain lainnya.



Gambar 2.4 Warna foto produk *feeds Instagram Oeste 2 carousel 1*
Sumber: dokumentasi pribadi

Secara keseluruhan, tampilan *feeds Instagram Oeste 2 carousel 1* harmonis dan seimbang. Terjadi tumpang tindih antara foto produk dengan elemen grafis dan tipografi namun tidak memberikan gangguan yang berarti. Tipografi *headline*,

subheadline, *bodycopy*, dan informasi media sosial Oeste memiliki *legibility* yang tinggi. Foto produk yang menjadi *focal point* terlihat menonjol.



Gambar 2.5 *Feeds Instagram Oeste 2 carousel 2*
Sumber: dokumentasi pribadi

Pada *feeds Instagram Oeste 2 carousel 2* terdapat *headline*, *bodycopy*, dan elemen grafis. *Headline* berupa ukuran M, L, XL menggunakan *font Accountant Signature*. *Headline* diposisikan sejajar *vertical* agar estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. *Bodycopy* berupa ukuran dalam satuan sentimeter menggunakan *font Myriad Pro*, diletakan sejajar *vertical* pada sisi kanan *feeds Instagram* dengan *align text left* agar estetik dan tidak bertabrakan dengan elemen desain lainnya. *Headline* dan *bodycopy* memiliki warna yang sama yaitu #704232/*Bole* (R:248; G:238; B:226). Informasi dan ikon media sosial Oeste diletakan *center* pada bagian bawah *feeds Instagram*, menggunakan *font Roboto Codensed* dengan warna #914E31/*Raw Sienna*.

Background menggunakan warna #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226). Elemen grafis menggunakan warna #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B206:), dan #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189). Elemen grafis berupa vektor dengan bentuk organis menyerupai garis dan bentuk geometris lingkaran. *Headline* menindih elemen grafis geometris lingkaran, namun kontras warna terlihat dengan jelas sehingga warna tidak bertabrakan dan *legibility* tipografi tinggi. Elemen grafis bentuk organis diletakan di bagian kiri *feeds Instagram* ditindih oleh elemen grafis geometris lingkaran dan *headline* namun tidak bertabrakan dan *legibility headline* tinggi. Tidak terdapat foto produk pada *feeds Instagram Oeste 2 carousel 2*.

Secara keseluruhan, tampilan *feeds Instagram* Oeste 2 *carousel* 2 harmonis dan seimbang. Terjadi tumpang tindih antara elemen grafis geometris lingkaran, elemen grafis bentuk organis, dan *headline*, namun tidak memberikan gangguan yang berarti. Tipografi *headline*, *bodycopy*, dan informasi media sosial Oeste memiliki *legibility* yang tinggi. *Headline* yang menjadi *focal point* terlihat menonjol.

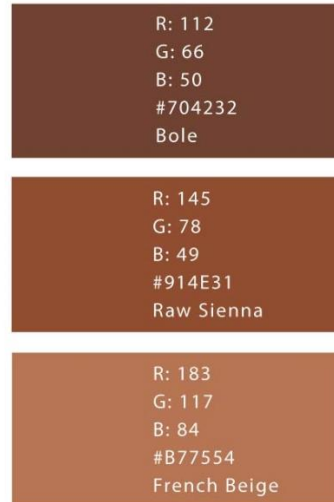
Analisis Skema dan Psikologi Warna

Warna pada *feeds Instagram* Oeste tergolong skema warna pastel dan warna coklat. Skema warna pastel *feeds Instagram* Oeste terdiri dari #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226), #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191), #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B:206), # dan #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189). Skema warna pastel memberikan energi positif seperti kesan minimalis, elegan, *stylish*, semangat muda, kesederhanaan, dan kelembutan.

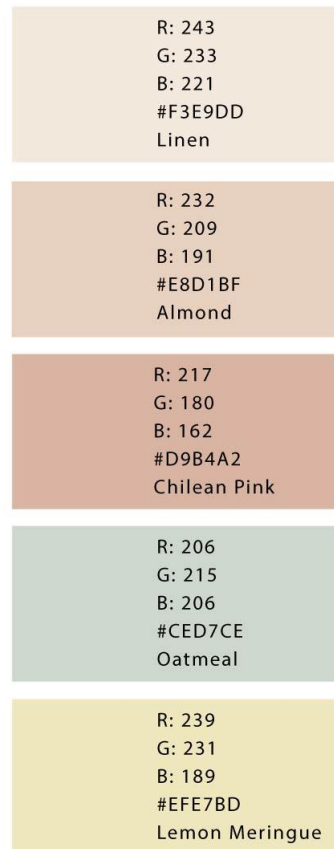
Skema warna coklat pada *feeds Instagram* Oeste terdiri dari #704232/*Bole* (R:112; G:66; B:50), #914E31/*Raw Sienna* (R:145; G:78; B:49), dan #B77554/*French Beige* (R:183; G:117; B:84). Skema warna coklat termasuk warna netral yang bersifat *versatile*. Skema warna coklat memberikan energi positif seperti kesan elegan, natural, kehangatan, kenyamanan, dan ketenangan.



Gambar 2.6 Contoh skema warna *feeds Instagram* Oeste
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 2.7 Skema warna netral *feeds Instagram* Oeste
Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 2.8 Skema warna pastel *feeds Instagram* Oeste
Sumber: Dokumentasi pribadi

Analisis Latar Belakang Penggunaan Warna

Penggunaan warna pada *feeds Instagram* Oeste dipengaruhi oleh beberapa faktor diantaranya *target market*, *target audience*, konsistensi warna, dan konsep Oeste. *Target audience feeds Instagram* Oeste sama dengan *target market*-nya. Warna pastel dan netral dinilai cocok untuk *target market* Oeste yaitu perempuan usia 18-40 tahun. Selain itu, warna pastel dan netral digunakan pada *feeds Instagram* Oeste dalam rangka menjaga konsistensi warna. Penggunaan warna pada *feeds Instagram* Oeste 1 dan 2 dilatarbelakangi oleh konsistensi warna dimana *feeds Instagram* Oeste sebelumnya juga menggunakan warna pastel dan netral. Hal tersebut dikarenakan warna pastel dan netral adalah ciri khas dari Oeste. Ciri khas tersebut merupakan hasil dari konsep yang diusung oleh Oeste yaitu minimalis dan elegan. Warna pastel dan netral dinilai cocok menggambarkan konsep Oeste yang minimalis dan elegan. Oleh karena itu, penggunaan warna pastel dan netral pada *feeds Instagram* Oeste dilatarbelakangi oleh kesesuaian dengan *target market*, *target audience*, konsep Oeste, dan dalam rangka menjaga konsistensi warna yang menjadi ciri khas dari Oeste.

Analisis Engagements



Gambar 3.1 *Engagements feeds Instagram* Oeste 1
Sumber: Dokumentasi pribadi

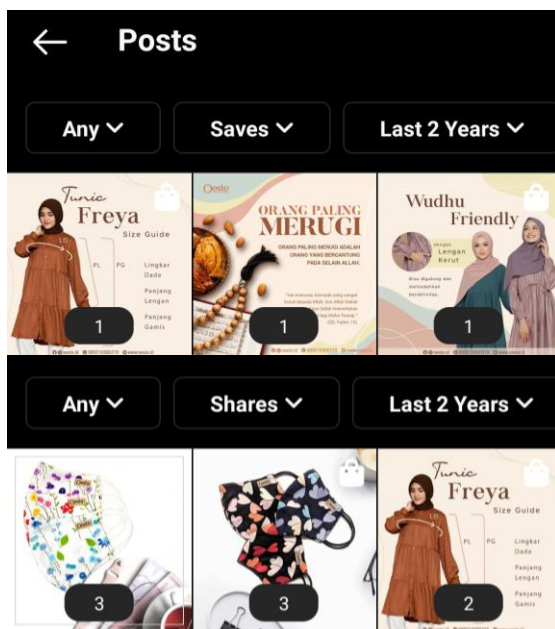
Pada *feeds Instagram* Oeste 1 terdapat *engagements* berupa *like* dan *comment*. Tidak terdapat *engagements* *save* dan *share*. *Engagements like* berjumlah 15 *likes* dan *engagements comment* berjumlah 2 *comments*. Komentar pertama datang dari akun *Instagram* @puji.rahayu44 yang menuliskan "Warna warni". Komentar tersebut mengindikasikan adanya pengaruh dari warna yang digunakan pada *feeds Instagram* Oeste 1 terhadap *engagements comment*. Indikasi tersebut terlihat dari penggunaan kata "warna" dan "warni" yang bisa diartikan sebagai penggunaan warna pada *feeds Instagram* Oeste 1 yang warna warni. Komentar kedua datang dari akun bisnis @oeste.id yang menanggapi komentar @puji.rahayu44 "Seperti hati Kakak. (emoticon)".





Gambar 3.2 *Engagements like dan comment feeds Instagram Oeste 2*

Sumber: Dokumentasi pribadi



Gambar 3.2 *Engagements save dan share feeds Instagram Oeste 2*

Sumber: Dokumentasi pribadi

Pada *feeds Instagram Oeste 2* terdapat *engagements* berupa *like*, *comment*, *save* dan *share*. *Engagements like* berjumlah 14 *likes*, *engagements comment* berjumlah 5 *comments*, *engagements save* berjumlah 1 *save*, dan *engagements share* berjumlah 2 *shares*. Komentar pertama dan kedua datang dari akun *Instagram @aikasweet1111* yang menuliskan "Kata2.mu menjadi penyemangat" dan "Trimakasih semangatnya,". Komentar ketiga,

keempat, dan kelima datang dari akun *Instagram @yumarifin6* yang menuliskan "Semoga laris manis min (*emoticon*)", "Koleksinya cantik-cantik banget (*emoticon*)", dan "MasyaAllah betul banget kak min (*emoticon*)". Komentar keempat dari *@yumarifin6* "Koleksinya cantik-cantik banget (*emoticon*)" mengindikasikan adanya pengaruh dari warna yang digunakan pada *feeds Instagram Oeste 1* terhadap *engagements comment*. Indikasi tersebut terlihat dari penggunaan kata "koleksi" dan "cantik" yang bisa diartikan sebagai warna dari koleksi *tunic Freya* yang cantik. Sedangkan komentar-komentar lainnya tidak mengindikasikan adanya keterkaitan antara *engagements* dengan warna.

Penutup

Kesimpulan

Feeds Instagram Oeste menggunakan *additive system* yang terdiri dari warna *Red*, *Green*, dan *Blue* (RGB). Secara garis besar, terdapat 8 warna yang digunakan pada luaran karya *internship feeds Instagram Oeste*, yaitu #F8EEE2/*Linen* (R:248; G:238; B:226), #E8D1BF/*Almond* (R:232; G:209; B:191), #B77554/*French Beige* (R:183; G:117; B:84), #D9B4A2/*Chilean Pink* (R:217; G:180; B:162), #CED7CE/*Oatmeal* (R:206; G:215; B:206), #EFE7BD/*Lemon Meringue* (R:239; G:231; B:189), #704232/*Bole* (R:12; G:66; B:50), dan #914E31/*Raw Sienna* (R:145; G:78; B:49). Secara keseluruhan, tampilan *feeds Instagram Oeste* harmonis dan seimbang. Terjadi tumpang tindih antara elemen desain namun tidak memberikan gangguan yang berarti. Tipografi memiliki *legibility* yang tinggi. Foto produk yang menjadi *focal point* terlihat menonjol.

Warna pada *feeds Instagram Oeste* tergolong skema warna pastel dan warna cokelat. Skema warna pastel memberikan energi positif seperti kesan minimalis, elegan, *stylish*, semangat muda, kesederhanaan, dan kelembutan. Skema warna cokelat memberikan energi positif seperti kesan elegan, natural, kehangatan, kenyamanan, dan ketenangan.

Warna pastel dan netral dinilai cocok untuk *target market* Oeste yaitu perempuan usia 18-40 tahun. Selain itu, penggunaan warna pada *feeds Instagram Oeste* dilatarbelakangi oleh konsistensi warna yang merupakan ciri khas dari Oeste. Ciri khas tersebut tercermin dalam konsep yang diusung oleh Oeste yaitu minimalis dan elegan.

Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ke depannya untuk mengeksplor *engagements* dan desain *feeds Instagram* Oeste dari berbagai segi, tidak hanya dari segi warna dan kaitanya dengan *engagements*. Hal tersebut agar analisis desain *feeds Instagram* Oeste lebih mendetail, mendalam, dan menyeluruh. Bagi peneliti selanjutnya adalah peneliti bisa mengembangkan lagi penelitian ini dari sudut pandang yang berbeda. Peneliti bisa menggunakan *survey* kepada konsumen maupun pengunjung *Instagram* yang sesuai dengan *target market* Oeste agar dapat menghasilkan penelitian yang lebih baik.

Daftar Pustaka

- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (1st ed.). (2018). *Metodologi penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- Susanto, M. (2011). *Diksi Rupa* (1st ed.). DictiArt Lab.
- Amin, D. (2017, September). Upaya meningkatkan kemampuan anak mengenali warna dengan metode menggambar. *Jurnal Ilmiah Umum*, 1(1), 1-21.
- Ismail, Z. H. & Othman, A. M. (2020, December). The traditional Malay colour palette for contemporary design references. *Journal of Malay Studies*, 31(1), 36-46.
- Nurhayati. (2018, June). Aplikasi color analysis untuk memprediksi kepekatan minuman kopi tubruk. *Jurnal Phi: Jurnal Pendidikan Fisika dan Fisika Terapan*, 1(1), 22-26.
- Rohadian, S., & Amir, M. T. (2019, November). Upaya membangun customer engagement melalui media sosial *Instagram*. *Journal of Entrepreneurship, Management, and Industry*, 2(4), 179-187.
- Yogananti, A. F. (2015, February). Pengaruh psikologi kombinasi warna dalam website. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 1(1), 45-54.