

ANALISIS PENERAPAN TEORI PSIKOLOGI DESAIN PADA INSTAGRAM LAWLAWLAND.ID

Kezia Rinaldi, Listia Natadjaja

Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Humaniora dan Industri Kreatif, Universitas Kristen Petra,
Jl. Siwalankerto No. 121-131, Surabaya
Email: E12180028@john.petra.ac.id

Abstrak

Di era digital yang semuanya serba online ini hampir sebagian besar orang memiliki akun media sosial dan hampir setiap hari menggunakan sosial media. Biasanya instagram digunakan sebagai sarana hiburan saja tetapi secara tidak langsung para creator, menyebarkan beberapa ilmu pengetahuan, pesan dan juga banyak hal yang dapat dipelajari oleh pengguna instagram. Selain itu juga banyak konten yang memiliki warna dan juga layout yang menarik agar banyak orang yang tertarik dengan konten tersebut. User instagram yang menarik perhatian penulis, Lawlawland.id merupakan sebuah akun instagram edukasi mengenai hukum yang dikemas secara menarik, fun dan juga *colorful* yang sangat berbanding terbalik dengan image hukum pada umumnya. Pada penelitian ini data didapatkan dengan cara wawancara dan observasi. Desain feeds instagram lawlawland.id ini desainer menggunakan teori psikologi desain khususnya teori warna untuk lebih menarik perhatian audiens. Pentingnya mengerti teori warna ini bertujuan untuk menyenangkan para penikmat desain untuk membaca dan memahami sebuah informasi penting. Tujuan dilakukannya penelitian ini agar mengetahui penerapan psikologi desain apa saja yang terkandung dalam instagram lawlawland.id dan juga pendapat dari sisi desainer, klien dan juga audiens.

Kata Kunci: Media sosial, Instagram, Teori Psikologi Design, Teori Warna

Abstract

Title: *Application Analysis of Design Psychology Theory on Instagram Social Media Content Lawlawland.id*

In this digital era where everything could be done online, most people have social media accounts and use them almost every day. Usually people will use Instagram as entertainment. But indirectly, the creators slip some knowledge, messages, and also many other things that can be learned by Instagram users. In addition, there are also a lot of contents that have attractive colors and layouts, so that many people will be interested in those contents. Instagram account that has caught the author's attention is Lawlawland.id. It is an educational Instagram account about law that is packaged in an attractive, fun, and colorful ways which is very inversely proportional to the image of law in general. In this case, data are obtained from interview and observation. The designer uses the theory of design psychology, especially color theory to attract attention of the audience better. The importance of understanding color theory aims to please the design connoisseurs to read and understand important informations. The purpose of this research is knowing the application of design psychology that is contained in Lawlawland.id's Instagram; also how designers, clients, and audiences think of it.

Keyword: *Social Media, Instagram, Theory of Design Psychology, Theory of Colors*

Pendahuluan

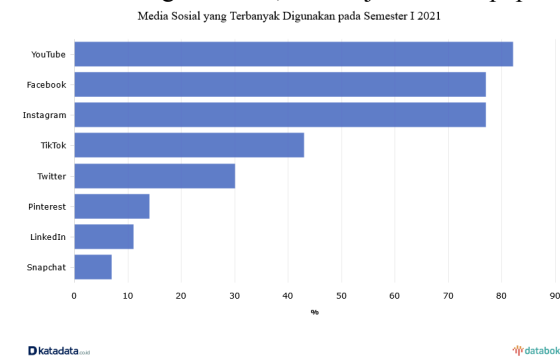
Instagram merupakan aplikasi yang pastinya sudah tidak asing lagi ditelinga banyak orang. Instagram juga memiliki banyak konten yang menarik dan

edukatif. Hal ini dikarenakan kaum milenial sekarang menyukai konten yang mudah dicerna dan juga fun. Maka dari itu penulis tertarik untuk menganalisa lebih lanjut tentang penerapan teori psikologi desain

yang memperhatikan posisi foto, pemilihan warna dan juga tipografi.

Di era yang sudah maju dan semuanya serba online, semua orang pasti memiliki media sosial sebagai alat komunikasi utama. Menurut *McGraw Hill Dictionary* media sosial adalah sarana manusia untuk saling berinteraksi satu dengan yang lainnya, berbagi cerita, dan bertukar informasi dan gagasan dalam suatu jaringan virtual. Pandemi yang terjadi selama 2 tahun belakangan ini mengharuskan semuanya serba online dan virtual, Sosial media menjadi teman setia manusia pada saat ini. Pemanfaatannya juga beragam, khususnya digunakan sebagai media promosi suatu brand. Dengan munculnya sosial media pada zaman sekarang manusia sangat memudahkan untuk berkomunikasi dan mengetahui banyak informasi yang ada.

Sebuah artikel suara.com mengatakan bahwa jumlah pengguna sosial media di indonesia hingga 2022 ini mencapai 191,4 Juta. Untuk instagram sendiri, di indonesia sudah mencapai 99,15 juta pengguna yaitu setara dengan 35,7% jumlah populasi.



Gambar 1. Grafik Sosial Media yang Terbanyak Digunakan pada Semester I 2021

Menurut databoks.katadata.co.id yang datanya di peroleh dari *We Are Social, Hootsuite* (Gambar 1), instagram menduduki urutan ke 3, sebagai media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat indonesia dengan youtube dan facebook menduduki peringkat 1 dan 2. Selain itu instagram memiliki 2 Miliar pengguna aktif bulanan pada tahun 2021.

Banyak orang tidak mengetahui bahwa dalam mendesain feeds instagram teori psikologi desain sangat diperhatikan. Psikologi design sendiri merupakan sebuah teori yang mengacu pada tanggapan orang mengenai sebuah design. Beberapa prinsip yang diterapkan pada psikologi desain adalah

gestalt, pemilihan warna, semiotika, tipografi dan juga layout sebuah design (Puspitasari, 2017).

Dalam pembahasan jurnal ini penulis lebih memfokuskan pada teori warna dan teori layout. Teori warna ini bertujuan untuk membuat sebuah desain terlihat lebih menarik, ringkas dan juga mudah untuk di baca. Salah satu faktor yang membuat desain menjadi tidak menarik adalah terlalu banyak tulisan, dan juga warna. Pentingnya mengerti teori warna ini bertujuan untuk menyenangkan para penikmat desain untuk membaca dan memahami sebuah informasi penting. Sedangkan teori layout digunakan dengan tujuan untuk memperjelas tatanan text dan juga gambar agar seimbang dan lebih enak untuk di baca. Menurut Gavin Amborse & Paul Haris, layout merupakan susunan dari elemen desain yang berhubungan sehingga membentuk susunan artistik.

Pada saat magang penulis banyak menemukan klien yang memiliki instagram yang menarik. Salah satunya lawlawland.id, mereka memiliki visual dan konten yang menarik. Lawlawland.id merupakan aplikasi hukum online yang menjadi solusi dan menjadi penyedia edukasi agar penggunanya melek hukum. Lawlawland.id diciptakan oleh Richard Handywiyanto, seorang kurator dan mediator selama 9 tahun di handiwiyanto law firm. Citra brand yang ingin diciptakan oleh brand ini adalah profesional,ramah, helpful dan terpercaya. Target audience dari lawlawland.id ini sendiri adalah kaum millennial yaitu para remaja sampai dewasa.

Berbicara mengenai lawlawland.id seperti yang sudah penulis katakan di paragraf sebelumnya, pada jurnal ini penulis akan membahas dan menganalisis mengenai layout dan juga warna dari desain feeds lawlawland.id.Citra yang ingin diberikan oleh lawlawland.id yaitu profesional,ramah, helpful dan terpercaya. Maka dari itu warna yang digunakan oleh lawlawland.id sebagai warna utama mereka adalah biru gelap dan juga *orange sunset*. Warna biru secara umum memiliki karakteristik sejuk pasif dan juga tenang. Pemilihan warna ini sebagai salah satu warna utama lawlawland.id adalah untuk membangun perasaan profesional dan juga terpercaya. Sedangkan warna orange sendiri menggambarkan muda, optimisme dan juga kreatifitas.

Dengan mempublikasikan karya tulis analisis teori psikologi desain ini akan banyak orang yang lebih paham dan tahu bagaimana penerapan dari sudut pandang desainer, klien dan juga audiens.

Metode Penelitian

Sumber Data

Pada kegiatan analisis ini penulis membutuhkan beberapa sumber data yaitu:

1. Data Primer
Data primer adalah pengumpulan data yang didapatkan melalui wawancara maupun observasi (Sugiyono,2017). Data primer ini didapatkan melalui hasil wawancara dan observasi narasumber terkait.
2. Data Sekunder
Dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai profil, latar belakang dan target audiens lawlawland.id.

Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan kegiatan analisis ini, penulis melakukan beberapa metode pengumpulan data kualitatif deskriptif. Yaitu dengan dilakukannya wawancara, observasi dan studi pustaka guna mendapatkan data yang sesuai.

1. Wawancara
Menurut Koentjaraningrat wawancara adalah suatu kegiatan yang dilakukan untuk mencoba mendapatkan informasi secara lisan. Wawancara dilakukan kepada desainer, klien dan juga audiens lawlawland.id guna mendapatkan tiga perspektif yang berbeda mengenai lawlawland.id.
2. Observasi
Sutrisno Hadi mengatakan bahwa observasi adalah proses yang sangat kompleks terdiri dari berbagai macam proses yang lebih mementingkan proses pengamatan dan ingatan. Observasi dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai profil perusahaan lawlawland.id, latar belakang dan juga target audiens. Pengamatan dilakukan dengan cara mengamati website, media sosial instagram dan artikel-artikel tentang lawlawland.id.

3. Studi Pustaka

Dilakukan untuk mengetahui lebih lanjut mengenai lawlawland.id, seperti mengenai target audience dan latar belakang perusahaan.

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan model induktif. Metode ini mengharuskan penulis untuk melakukan penelitian dan wawancara terlebih dahulu lalu hasilnya dihubungkan dengan teori-teori yang ada. Berikut merupakan langkah-langkah analisis data induktif:

1. Pengumpulan Data
Data yang diperoleh melalui hasil wawancara dengan narasumber yaitu desainer, klien dan juga audiens untuk memperoleh data yang diinginkan. Selain itu juga melalui observasi dari instagram lawlawland.id. Hasil pengumpulan data inilah yang nantinya akan diolah menjadi sebuah analisis.
2. Reduksi Data
Reduksi data merupakan sebuah proses pemilihan data yang sudah diperoleh, untuk mendapatkan data yang sesuai harus dilakukan penyortiran dan pembuatan ringkasan agar lebih terfokus oleh topik yang digunakan.
3. Penyajian Data
Penyajian data ini dilakukan untuk mempermudah peneliti dalam melihat hasil penelitian. Pada tahap ini penulis menyajikan data-data yang telah direduksi ke dalam laporan secara sistematis.
4. Penarikan Kesimpulan
Langkah terakhir yang dilakukan adalah penarikan kesimpulan. Pada langkah ini, penulis menyimpulkan seluruh hasil penelitian agar menjadi jelas dan terperinci. Mencari atau memahami makna dari seluruh hasil penelitian.

Teori

Teori Psikologi Design

Psikologi design merupakan sebuah teori yang mengacu pada tanggapan orang mengenai sebuah design. Beberapa prinsip yang diterapkan pada psikologi desain adalah gestalt, pemilihan warna, semiotika, tipografi dan juga layout sebuah design (Puspitasari, 2017).

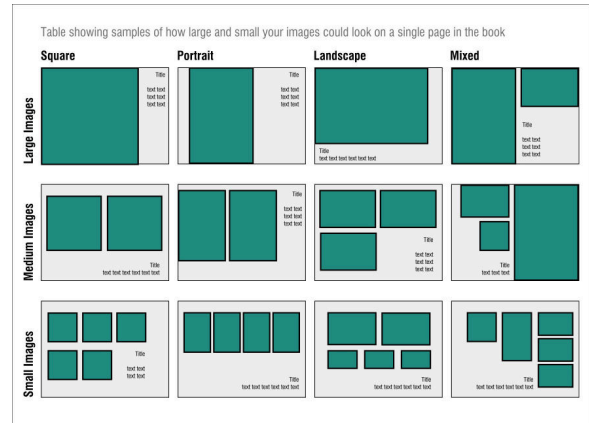
Gestalt berasal dari bahasa jerman yaitu bentuk atau konfigurasi. Wertheimer pada tahun 1923 mengemukakan hukum-hukum gestalt dalam bukunya berjudul “*Investigation of Gestalt Theory*”. Hukum-hukumnya adalah: Hukum kedekatan, Hukum ketertutupan, Hukum kesamaan. Selanjutnya adalah semiotika merupakan ilmu yang mempelajari tentang tanda. Menurut Zoest segala sesuatu yang bisa dilihat dan diamati dapat disebut tanda. Menurut Danton Sihombing (Anggota DGI. 2001:58) tipografi merupakan visual dari sebuah bentuk komunikasi, sifat verbal dan seperti visual dan efektif.



Sumber: <https://kreativv.com/teori-gestalt/>
Gambar 2. Contoh Penerapan Teori Gestalt.

Teori Layout

Layout secara bahasa merupakan tata letak. Menurut Slack, Jones, & Johnston (2013) adalah cara mengubah sumber daya yang transformasinya diposisikan satu sama lain dan bagaimana berbagai tugas dialokasikan untuk transformasi ini. Disisi lain pengertian layout menurut Graphic Art Encyclopedia (1992:296) adalah pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Tujuan layout digunakan dalam sebuah perancangan desain adalah adanya peranan penting yang dipegang oleh teori ini yaitu mengacu pada efektivitas penataan elemen pada sebuah desain yang berhubungan dengan filosofi sebuah desain. Jika penataan sebuah desain ini cocok dan pas, maka informasi yang ingin disampaikan, akan diterima dengan baik oleh audiens.



Sumber: <https://id.pinterest.com/pin/407857309981174958/>
Gambar 3. Contoh Layout

Media Sosial Manajemen

Media sosial manajemen menurut Santoso (2017) adalah bentuk pemasaran untuk menciptakan kesadaran, pengakuan, ingatan dan bahkan tindakan terhadap suatu merek dengan menggunakan alat dari web sosial, seperti blogging dan jejaring sosial. Selain itu media sosial manajemen merupakan proses membuat konten yang di *posting* di *platform* media sosial seperti instagram untuk menaikkan atau mengiklankan sebuah brand.

Teori Warna

Menurut J.Linschoten dan Drs. Mansyur teori warna memiliki peran penting dalam penilaian estetika dan menentukan orang suka atau tidak terhadap macam-macam benda. Warna yang digunakan lawlawland.id adalah biru tua dan orange sunset. Warna orange sunset merupakan gabungan dari warna merah dan kuning. Pada buku “Warna Teori dan kreativitas penggunaannya” Sulasmi Darmaprawira W.A mengatakan bahwa, merah merupakan warna yang paling kuat paling menarik perhatian,dan bersifat agresif dan warna kuning sendiri dikutip dari buku yang sama merupakan warna cerah yang biasanya direpresentasikan sebagai kesenangan dan kelincahan. Jika warna orange sendiri diartikan sebagai aktivitas, energi, dan optimisme.Orange sering merepresentasikan muda dan kreatifitas. Biru tua sendiri biasanya diartikan sebagai warna yang serius, konservatif dan kualitas profesional. Goethe menyebut warna biru sebagai warna yang mempesona,spiritual dan monoteis. Warna biru juga Secara umum digunakan untuk mengkomunikasikan kepercayaan, keamanan, dan kestabilan.



Gambar 4. Contoh Warna Utama Lawlawland.id.

Data Analisis

Penggunaan teori psikologi desain pada saat membuat sebuah feeds instagram tidak terlalu digunakan, maksudnya adalah pada dunia perkantoran atau pekerjaan cenderung lebih spontan dan tidak memperhatikan menggunakan teori apa saja. Yang paling penting harus sesuai dengan keinginan dan preferensi klien. Berbeda dengan pada saat penulis mengerjakan project tugas dari kampus, yang mengharuskan di konsep benar-benar.

Lawlawland.id merupakan salah satu instagram yang penulis temui pada saat magang, yang menurut penulis menarik untuk di analisis. Lawlawland.id merupakan sebuah aplikasi konsultasi hukum online yang ingin menjadi solusi dan memberi edukasi pada audiens agar melek hukum. Selain aplikasi, lawlawland juga mempunyai akun instagram yang berisi tentang informasi-informasi yang berkaitan dengan hukum, tetapi dikemas secara menarik dan tetap informatif. Image yang ingin di berikan lawlawland.id ini kepada pengguna dan audiens adalah ramah, terpercaya dan juga helpful tetapi juga fun dan tidak boring. Karena nama lawlawland ini sendiri diambil dari film *la la land* sebuah film yang memiliki image cerah. Maka dari itu lawlawland mengambil warna utama atau main color mereka warna biru gelap dan orange sunset sehingga gaya desain yang dihasilkan mempunyai *mood fun*, ramah dan juga profesional.

Data Objek Analisis

Beberapa hal yang saya analisis dari lawlawland.id ini adalah logo, warna, font dan juga layout. Selain itu penulis juga mewawancarai desainer, audiens dan juga klien dari pihak lawlawland.id

Logo Lawlawland.id

Logo lawlawland.id ini terdiri dari gabungan huruf L

dan wajah orang tersenyum pada satu sisinya dan juga gambar timbangan agar tidak melupakan kesan hukumnya. Logo ini menggunakan teori gestalt figure ground yang nanti akan penulis bahas pada part berikutnya.

Warna Utama dari Lawlawland.id

Dikarenakan image yang ingin ditunjukkan oleh lawlawland.id ini adalah ramah, terpercaya dan juga helpful tetapi juga fun dan tidak boring, jadi pemilihan warna nya adalah orange sunset dan juga biru gelap. Sesuai dengan namanya yang diambil dari film *la la land*, yang memiliki image fun dan ceria.

Font yang digunakan

Pada desain *feeds* instagram lawlawland ini sendiri menggunakan *font* yang dinamis seperti *monotype HK* agar mendukung image *fun* dan tidak kaku. *Font* dinamis bisa juga didefinisikan sebagai *font* yang *modern* seperti sans serif yang memberi kesan tegas, profesional, fungsional tetapi juga *fun*.

Layout yang digunakan

Tatanan *layout* yang pas berfungsi untuk memudahkan audiens untuk membaca dan menangkap informasi dari sebuah postingan instagram. Selain itu tatanan *layout* juga berfungsi agar menyeimbangkan tulisan dan juga gambar agar audiens nyaman dan tertarik untuk membaca informasi yang disediakan. Salah satu feeds instagram lawlawland.id yang menarik untuk dianalisis akan penulis bahas pada part berikutnya.

Desainer

Penulis mewawancarai pihak desainer yaitu salah satu graphic designer dari tempat magang penulis, yang bertanggung jawab atas desain lawlawland.id.

Audiens

Selain itu juga penulis mewawancarai salah satu instagram followers dari lawlawland.id, beliau sudah mengikuti instagram lawlawland.id sejak lama karena menurut beliau, instagram mereka memiliki vibes yang fun dan juga tidak boring serta informatif.

Klien

Klien yang penulis wawancarai adalah kak Maria Bertha sebagai pihak yang bersangkutan dan

bertanggung jawab atas desain-desain yang dibuat oleh pihak desainer.

Hasil Analisis

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap desainer, klien dan audiens. Desainer mengatakan bahwa menggunakan teori psikologi desain karena di dalam desain sosial media menggunakan tatanan layout, penggunaan font, dan warna yang menggambarkan brand lawlawland itu sendiri. Tetapi klien mengatakan bahwa tidak mengetahui bahwa dalam mendesain feeds instagram lawlawland.id ini menggunakan teori psikologi desain begitu pula dengan audiens, juga mengatakan bahwa tidak mengetahui jika mendesain feeds instagram ini menggunakan teori psikologi desain. Wawancara ini dilakukan agar mengetahui perbedaan pandangan dari pihak desainer, audiens dan juga klien.

Logo



Gambar 5. Logo Lawlawland.id

Logo yang dibuat oleh desainer menggunakan teori psikologi desain yaitu teori gestalt. Pada dasarnya teori gestalt memiliki beberapa prinsip tetapi pada logo ini desainer menggunakan teori gestalt *figure ground*. Logo lawlawland.id ini merupakan gabungan dari huruf “L”, wajah orang tersenyum dan juga timbangan di salah satu sisinya. Timbangan sendiri merupakan lambang dari hukum yang artinya hukum selalu seimbang dan tidak berat sebelah. Sedangkan wajah orang tersenyum melambangkan kehangatan, ramah dan juga kenyamanan. Dalam logo ini sudah menggambarkan bahwa lawlawland.id ingin dipandang sebagai brand yang terpercaya, ramah, *fun* dan juga tidak meninggalkan image hukum (dapat dilihat pada visual timbangan).

Teori gestalt *figure ground* yang digunakan bertujuan agar orang lebih mudah membaca dan merelasikan suatu objek. Seperti yang desainer sudah katakan sebelumnya penggunaan teori gestalt

ini untuk memudahkan orang awam memahami nilai yang terkandung pada *branding* lawlawland.id ini. Pada saat penulis melakukan wawancara dengan klien dan audiens, penulis mendapatkan fakta bahwa mereka tidak tahu jika pada proses pembuatan desain logo ini menggunakan teori gestalt. Tetapi audiens mengatakan bahwa logo lawlawland.id memiliki *image* yang simple, trusted dan serius. Audiens juga berkata bahwa logo dari lawlawland.id mudah untuk di ingat dan *eye catching*.

Warna

Desain feeds instagram lawlawland.id juga menggunakan teori psikologi desain. Implementasi dari teori psikologi desain ini bisa dilihat pada pemilihan warna. Warna merupakan salah satu elemen penting yang harus diperhatikan oleh desainer. Karena warna membuat sebuah desain terlihat lebih menarik, ringkas dan juga mudah untuk di baca. Pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh psikolog asal amerika pada tahun 1996, yaitu Frank H. Mahnke mengatakan bahwa warna dan emosi memiliki keterkaitan yang erat. Warna yang digunakan oleh desainer adalah biru gelap dan juga orange sunset. Biru gelap merupakan warna yang serbaguna. Dalam penelitian Frank H. Mahnke, warna biru gelap memberi image kepercayaan dan juga profesional, dimana sesuai dengan *image* lawlawland yang profesional dan terpercaya.

Selanjutnya ada warna orange yang merupakan gabungan dari warna kuning dan merah. Pada buku “Warna Teori dan kreativitas penggunaannya” Sulasmi Darmaprawira W.A mengatakan bahwa, merah merupakan warna yang paling kuat paling menarik perhatian, dan bersifat agresif. Sedangkan kuning sendiri di kutip dari buku yang sama, merupakan kumpulan dua fenomena penting dalam kehidupan manusia. Kuning merupakan warna cerah karena itu sering di lambangkan sebagai kesenangan atau kelincahan. Gabungan dari warna kuning dan merah ini menjadikan sebuah warna orange, Orange mengkomunikasikan aktivitas, energi, dan optimisme. Orange sering merepresentasikan muda dan kreatifitas.

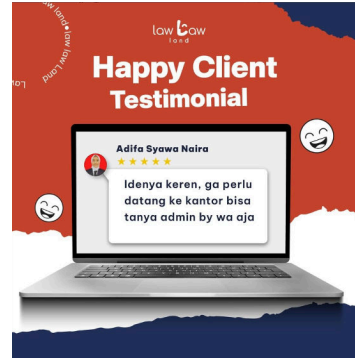


Gambar 6. Contoh warna *orange* dan biru yang di pakai lawlawland.id

Lois B. Wexner pada tahun 1945 melakukan penelitian mengenai keterkaitan warna dan psikologi, Lois B. Wexner mengatakan bahwa warna merupakan gambaran luapan emosi seseorang yang berkaitan erat dengan suasana hati (*mood*). Sesuai yang dikatakan oleh Lois, warna bisa digunakan untuk membangun vibes dan mood tertentu, sehingga perpaduan warna orange dan biru gelap secara tidak sadar membuat lawlawland.id dianggap menjadi brand yang bisa di percaya, *humble* dan juga profesional oleh klien mereka. Menurut klien dan audiens yang sudah penulis wawancarai, secara keseluruhan mood yang diberikan dari warna lawlawland.id adalah *fun*. Jadi desainer telah berhasil untuk membangun *mood* yang fun dan kreatif dalam desain lawlawland.id ini.

Font

Pemilihan font yang tepat dan sesuai dengan image yang ingin diberikan desainer sangatlah penting. Pada desain *feeds* instagram lawlawland ini sendiri menggunakan *font* yang dinamis seperti *monotype HK* agar mendukung image *fun* dan tidak kaku. Font dinamis bisa juga didefinisikan sebagai font modern seperti sans serif yang memberi kesan tegas, profesional tetapi tetap santai dan juga *fun*. Menurut klien dan juga audiens secara keseluruhan desain yang dihasilkan oleh desainer pada *feeds* instagram khususnya *fontnya* ini sangat mencerminkan kesan *fun* dan tidak *boring*.



Gambar 7. Font yang digunakan,tegas, profesional, fungsional tetapi *fun*.

Layout

Layout menurut *Graphic Art Encyclopedia* (1992:296) adalah pengaturan yang dilakukan pada buku, majalah, atau bentuk publikasi lainnya, sehingga teks dan ilustrasi sesuai dengan bentuk yang diharapkan. Tatanan layout digunakan agar audiens lebih mudah untuk membaca dan memahami isi dari konten tersebut. Selain itu juga tata letak yang pas membuat audiens tertarik untuk membaca dan melihat isi feeds tersebut. Selain itu tatanan *layout* juga berfungsi agar menyeimbangkan tulisan dan juga gambar agar audiens nyaman dan tertarik untuk membaca informasi yang disediakan.



Gambar 8. Gambar feeds lawlawland.id yang di analisa.

Salah satu konten feeds instagram lawlawland.id yang ingin penulis analisis adalah gambar diatas. Seperti yang bisa kita semua lihat kebanyakan warna dari feeds ini didominasi dengan warna *orange* dan biru gelap, *feeds* ini lebih terlihat *fun* dan juga menarik dengan desain yang tidak kaku. Layout yang digunakan juga cenderung lebih simple dan *fun*. Bisa dilihat dari headline “ Hari Luar Biasa” diberi efek *liquify* agar terlihat dan juga perpaduan shape dan kalimat untuk meng *highlight body text* agar dapat terbaca dengan baik. Selain itu penggunaan text yang tidak terlalu banyak membuat

desain feeds ini terlihat simple dan dapat dibaca dan dimengerti dengan baik. Ditambah dengan elemen *cross* dan centang, membuat isi konten dari feeds ini diperjelas lagi.

Dari hasil wawancara yang penulis lakukan terhadap desainer, klien dan juga audiens. Penulis bisa melihat bahwa kinerja desainer sudah baik dan sesuai dengan keinginan klien, selain itu juga sudah tersampaikan dengan baik juga ke audiens bahwa citra brand lawlawland.id ini adalah profesional, terpercaya, *fun*, ramah dan juga *helpful*. Tapi sangat disayangkan klien dan juga audiens tidak mengetahui bahwa dalam pembuatan feeds instagram lawlawland.id ini menggunakan teori psikologi desain. Meskipun klien dan audiens tidak mengetahuinya, pesan yang ingin disampaikan dan image yang ingin diberikan oleh desainer dan klien sudah tersampaikan dengan baik.

Kesimpulan

Pada artikel ini yang berisi tentang “Analisis Penerapan Teori Psikologi Desain Terhadap Media Sosial Instagram Lawlawland.id” penulis bisa mengambil kesimpulan bahwa: lawlawland.id merupakan sebuah aplikasi konsultasi hukum online yang dikemas secara fun dan menarik sehingga tidak membosankan. Salah satu elemen yang menarik dari lawlawland.id adalah media sosial instagram mereka yang memuat banyak konten menarik dan informatif. Menurut penulis sendiri yang menjadikan konten dan desain dari lawlawland.id ini menarik adalah isi konten yang berbeda dari yang lainnya yaitu dengan menambahkan meme dan parodi yang mengikuti trend jaman sekarang dan yang tentu saja tetap memuat informasi tentang hukum, sehingga lawlawland.id ini bisa mengubah image hukum yang kaku dan serius menjadi fun dan ceria. Menurut desainer penerapan teori psikologi desain yang berada di dalam desain lawlawland.id ini sendiri adalah dengan menggunakan teori warna, teori *layout*, teori tipografi (*font*) dan juga teori gestalt. Menurut hasil wawancara dengan desainernya, dalam mendesain *feeds* instagram dan juga elemen lainnya seperti logo, desainer menerapkan teori psikologi desain yaitu teori gestalt yang menurut beliau efektif untuk orang awam, mudah memudahkan orang awam memahami nilai yang terkandung pada *branding* lawlawland.id.

Pada pembuatan feeds instagram ini desainer paling banyak menerapkan teori layout dan teori warna. Dengan perpaduan warna biru gelap dan orange secara tidak sadar membuat lawlawland.id dianggap

menjadi brand yang bisa di percaya, humble dan juga profesional oleh klien mereka. Para audiens juga menikmati konten instagram lawlawland.id ini. Salah satu narasumber wawancara yang berasal dari bagian penikmat atau audiens dari lawlawland.id ini mengatakan bahwa instagram lawlawland.id memiliki image yang santai namun edukatif serta kredibel mengenai hukum.



Gambar 9. Contoh feeds instagram lawlawland.id

Daftar Pustaka

- Accurate.id (2021, 31 Agustus) “*Social Media Management: Pengertian dan Pentingnya dalam Bisnis*”. Di akses pada 3 Juni 2022, dari <https://accurate.id/digital-marketing/social-media-management/>
- Databoks.katadata.co.id (2021, 1 September). “*Masyarakat Indonesia Paling Banyak Akses Youtube Pada Semester I 2021*” Diakses pada 20 Mei 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/05/masyarakat-indonesia-paling-banyak-akses-youtu-bepada-semester-i-2021>
- Fairus, Fairus (2020). “*Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja pada PT Pancaran Samudera Transport Jakarta*””. Diakes dari <http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III>.
- Teresiana,A. (2018). *Metode Penelitian*. Yogyakarta Machung.ac.id/ (2022,25 Mei) “*10 Makna Warna*

Berdasarkan Psikologi dalam Desain” Diakses pada 7 Juni 2022 Diakses dari <https://machung.ac.id/artikel-prodi-dkv/makna-10-warna-berdasarkan-psikologi-dalam-desain/>

Medium.muz.li/ (2018, 16 Januari). “*Gestalt Principle in UI Design*”. Diakses pada 21 April 2022, dari <https://medium.muz.li/gestalt-principles-in-ui-design-6b75a41e9965>

“*Warna Teori dan kreativitas penggunaannya*”
Sulasmi Darmaprawira W.A (W.A, 2002)

Waheedbaly.com (2022,15 Mei) “*Pengertian Warna*”. Diakses pada 20 Mei 2022. Diakses dari <https://waheedbaly.com/pengertian-warna/>