

# REDESAIN FEED INSTAGRAM MUSEUM GUBUG WAYANG UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK PROMOSI

Galang Muhammad Damar Sejati <sup>1</sup>, Meirina Lani Anggapuspa <sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Negeri Surabaya

<sup>2</sup>Universitas Negeri Surabaya

email: <sup>1</sup> galang.23262@mhs.unesa.ac.id

Received:  
06-04-2026  
Reviewed:  
13-04-2026  
Accepted:  
20-04-2026

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh belum optimalnya pemanfaatan Instagram sebagai media promosi Museum Gubug Wayang, yang ditunjukkan melalui ketidakkonsistenan visual feed serta rendahnya keterlibatan audiens. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana merancang ulang feed Instagram agar mampu meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi digital museum. Penelitian ini menggunakan metode perancangan dengan model ADDIE yang meliputi tahap analisis, desain, pengembangan, implementasi, dan evaluasi. Data diperoleh melalui observasi akun Instagram, wawancara dengan pengelola museum, dokumentasi, serta analisis Instagram Insights sebelum dan sesudah redesain. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan total interaksi dari 162 menjadi 321 serta peningkatan kontribusi interaksi feed dari 46,7% menjadi 69,9%. Selain itu, evaluasi audiens menunjukkan peningkatan persepsi terhadap kejelasan informasi dan daya tarik visual. Redesain feed Instagram terbukti mampu memperkuat identitas visual museum dan meningkatkan efektivitas promosi digital.

**Kata Kunci:** desain komunikasi visual, Instagram, media promosi, museum, redesain

*This study was motivated by the suboptimal use of Instagram as a promotional medium for Museum Gubug Wayang, indicated by inconsistent visual feed design and low audience engagement. The research problem focuses on how to redesign the Instagram feed to enhance visual appeal and promotional effectiveness. This study employed a design research method using the ADDIE model, consisting of analysis, design, development, implementation, and evaluation stages. Data*

*were collected through Instagram observation, interviews with museum managers, documentation, and comparison of Instagram Insights before and after redesign. The results show an increase in total interactions from 162 to 321 and a rise in feed interaction contribution from 46.7% to 69.9%. Audience evaluation also indicated improvements in clarity of information and visual attractiveness. The redesigned Instagram feed successfully strengthened the museum's visual identity and improved digital promotional performance.*

**Keywords:** design communication, Instagram, museum promotion, redesign, social media

## PENDAHULUAN

Perkembangan media sosial telah mengubah pola komunikasi promosi institusi budaya. Instagram sebagai platform berbasis visual memiliki potensi besar dalam membangun citra dan meningkatkan keterlibatan audiens. Museum Gubug Wayang sebagai institusi pelestarian budaya memiliki koleksi bernilai edukatif, namun efektivitas promosi digitalnya belum optimal.

Hasil observasi menunjukkan ketidakkonsistenan warna, tipografi, tata letak, dan hierarki visual pada feed Instagram museum. Selain itu, terjadi penurunan jumlah kunjungan fisik dari sekitar 500 pengunjung per bulan pada tahun 2023 menjadi sekitar 250 pengunjung pada awal 2024. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara potensi museum sebagai institusi budaya dengan efektivitas promosi digital yang dilakukan.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa konsistensi identitas visual dalam media sosial berpengaruh terhadap persepsi merek dan keterlibatan audiens (Labrecque & Milne, 2012). Oleh karena itu, diperlukan perancangan ulang feed Instagram yang sistematis untuk meningkatkan daya tarik promosi.

Berdasarkan uraian tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana merancang ulang feed Instagram Museum Gubug Wayang agar mampu meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi digital.

## METODE PERANCANGAN

Penelitian ini menggunakan metode perancangan (design research) dengan model ADDIE, yang terdiri dari lima tahap: Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation.

Ruang lingkup penelitian berfokus pada desain feed Instagram Museum Gubug Wayang. Sasaran penelitian adalah akun Instagram resmi museum, pengelola media sosial museum, serta audiens Instagram yang menjadi target promosi. Penelitian dilaksanakan pada tahun 2024 di Mojokerto.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi visual akun Instagram, wawancara dengan pengelola museum, dokumentasi konten, serta analisis data kuantitatif Instagram Insights. Teknik analisis data dilakukan secara deskriptif komparatif dengan membandingkan performa akun sebelum dan sesudah redesign.

Tahap desain menghasilkan konsep visual berbasis budaya wayang, pemilihan warna yang merepresentasikan karakter tradisional, tipografi yang konsisten, serta sistem grid layout feed. Tahap pengembangan menghasilkan template konten untuk kategori edukasi,

promosi acara, dan informasi koleksi. Tahap evaluasi dilakukan melalui analisis metrik Instagram dan uji persepsi audiens.

## **KERANGKA TEORETIK**

### **Desain Komunikasi Visual dalam Media Promosi**

Desain komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan kepada audiens melalui elemen visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, fotografi, serta tata letak. Elemen-elemen visual tersebut digunakan secara terstruktur untuk menyampaikan informasi secara efektif dan menarik perhatian audiens. Dalam konteks promosi, desain komunikasi visual berfungsi untuk memperkuat identitas suatu institusi sekaligus meningkatkan daya tarik pesan yang disampaikan (Anggraini & Nathalia, 2014). Desain komunikasi visual juga memiliki peran penting dalam membangun persepsi audiens terhadap suatu lembaga. Visual yang dirancang secara konsisten mampu menciptakan identitas yang mudah dikenali sehingga meningkatkan daya ingat audiens terhadap pesan yang disampaikan. Oleh karena itu, penggunaan elemen desain yang konsisten menjadi faktor penting dalam strategi komunikasi visual. Dalam media promosi digital, desain komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana komunikasi informasi. Visual yang baik harus mampu menyampaikan pesan secara jelas, mudah dipahami, serta relevan dengan karakter audiens yang dituju.

### **Media Sosial sebagai Media Promosi Digital**

Media sosial merupakan platform komunikasi digital yang memungkinkan individu maupun institusi untuk berinteraksi secara langsung dengan audiens. Salah satu platform media sosial yang banyak digunakan untuk promosi visual adalah Instagram. Instagram memungkinkan pengguna untuk menyampaikan pesan melalui foto, video, serta elemen visual lainnya yang dikemas secara menarik. Dalam konteks promosi, media sosial memiliki keunggulan berupa jangkauan yang luas, biaya promosi yang relatif rendah, serta kemampuan untuk menjangkau audiens secara spesifik. Institusi budaya seperti museum dapat memanfaatkan media sosial untuk memperkenalkan koleksi, kegiatan, serta informasi edukatif kepada masyarakat. Instagram juga memiliki berbagai fitur seperti feed, stories, reels, dan insight analytics yang memungkinkan pengelola akun untuk memantau performa konten. Data performa ini dapat digunakan untuk mengevaluasi efektivitas strategi promosi yang dilakukan.

### **Instagram Feed sebagai Identitas Visual Digital**

Feed Instagram merupakan tampilan kumpulan unggahan yang tersusun secara grid pada profil akun. Feed tidak hanya berfungsi sebagai kumpulan konten, tetapi juga sebagai representasi identitas visual suatu akun. Oleh karena itu, konsistensi desain pada feed Instagram menjadi sangat penting dalam membangun citra visual yang kuat. Penggunaan sistem desain yang konsisten seperti pemilihan warna, tipografi, dan tata letak akan menghasilkan tampilan feed yang harmonis dan mudah dikenali. Konsistensi visual juga

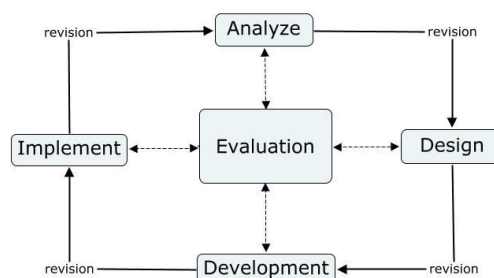
membantu audiens dalam memahami karakter dan pesan yang ingin disampaikan oleh suatu akun. Selain itu, perancangan feed Instagram yang baik harus mempertimbangkan prinsip desain seperti keseimbangan, kontras, hirarki visual, serta kesatuan elemen visual. Prinsip-prinsip tersebut membantu meningkatkan keterbacaan informasi sekaligus memperkuat daya tarik visual konten.

### Konsep Identitas Visual dalam Desain Media Sosial

Identitas visual merupakan representasi visual dari karakter suatu institusi atau merek. Identitas visual dapat diwujudkan melalui berbagai elemen seperti warna utama, tipografi, logo, serta gaya visual yang konsisten. Identitas visual yang kuat mampu meningkatkan kredibilitas dan profesionalitas suatu institusi. Dalam konteks media sosial, identitas visual membantu menciptakan konsistensi konten sehingga audiens dapat dengan mudah mengenali suatu akun. Konsistensi identitas visual juga berpengaruh terhadap persepsi audiens terhadap kualitas dan kredibilitas institusi. Penerapan identitas visual dalam media sosial biasanya dilakukan melalui sistem desain atau template konten. Template tersebut berfungsi sebagai panduan bagi pengelola media sosial agar setiap konten yang dipublikasikan tetap memiliki kesamaan gaya visual.

### Model Perancangan ADDIE

Model ADDIE merupakan salah satu model pengembangan yang banyak digunakan dalam proses perancangan media pembelajaran maupun media komunikasi visual. Model ini terdiri dari lima tahap utama yaitu Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation (Sugiyono, 2017). Tahap analisis dilakukan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan permasalahan yang terjadi. Tahap desain berfokus pada perumusan konsep serta strategi visual yang akan digunakan. Tahap pengembangan merupakan proses pembuatan produk desain berdasarkan konsep yang telah dirancang. Tahap implementasi dilakukan dengan menerapkan produk desain pada media yang dituju. Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas desain yang telah dibuat. Model ADDIE dipilih dalam penelitian ini karena memiliki tahapan yang sistematis sehingga memudahkan proses perancangan media promosi digital. Melalui model ini, proses desain dapat dilakukan secara terstruktur mulai dari identifikasi masalah hingga evaluasi hasil desain.



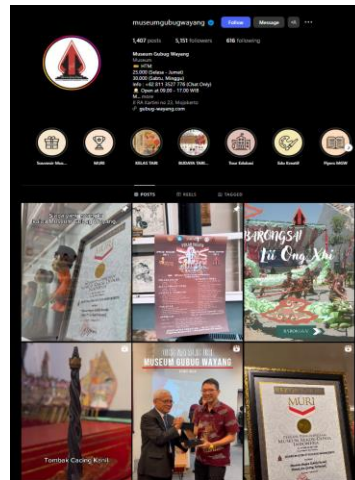
**Gambar 1**  
Model ADDIE  
(Sumber : <https://id.wikipedia.org>)

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan tahapan perancangan menggunakan model ADDIE, proses redesain feed Instagram Museum Gubug Wayang dilakukan melalui beberapa tahap utama, yaitu analisis kondisi awal media promosi, perancangan konsep visual, pengembangan template desain feed, serta evaluasi hasil perancangan melalui analisis performa akun Instagram.

### Analisis Kondisi Awal Feed Instagram

Observasi awal menunjukkan bahwa feed Instagram museum belum memiliki konsistensi visual yang jelas. Variasi warna, tipografi, serta tata letak berbeda pada setiap unggahan sehingga identitas visual belum terbentuk secara optimal. Kondisi tersebut berdampak pada rendahnya interaksi audiens terhadap konten yang dipublikasikan.



Gambar 2

Akun Instagram @museumgubugwayang  
(Sumber: [www.instagram.com/museumgubugwayang/](http://www.instagram.com/museumgubugwayang/))

### Konsep Perancangan Visual Feed Instagram

Konsep visual yang dikembangkan menekankan identitas budaya wayang sebagai karakter utama museum. Perancangan meliputi pemilihan warna, tipografi, serta sistem grid layout untuk menjaga konsistensi desain.



Gambar 3  
Proses Thumbnail Redesain Feed Instagram  
(Sumber: Galang, 2025)

### Pengembangan Template Desain Feed

Template desain dikembangkan untuk beberapa kategori konten seperti informasi koleksi, edukasi budaya, dan promosi kegiatan museum. Penggunaan template membantu menjaga kesatuan visual antar konten



Gambar 4  
Tight Tissue Redesain Feed Instagram  
(Sumber: Galang, 2025)

### Implementasi Redesain Feed Instagram

Implementasi dilakukan dengan mengunggah desain feed baru pada akun Instagram museum. Hasil implementasi menunjukkan tampilan feed menjadi lebih konsisten dan terstruktur.



Gambar 5  
Penggunaan Warna pada Social Media Guidelines  
(Sumber: Galang, 2025)



Gambar 6  
Penggunaan Tipografi pada Social Media Guidelines  
(Sumber: Galang, 2025)



Gambar 7  
Penggunaan Feed Layout pada Social Media Guidelines  
(Sumber: Galang, 2025)



Gambar 8  
Penggunaan Fotografi pada Social Media Guidelines  
(Sumber: Galang, 2025)



Gambar 9  
Tampilan Penggunaan Template Feed  
(Sumber: Galang, 2025)



Gambar 10  
Desain Feed 6  
(Sumber: Galang, 2025)

### Evaluasi Kelayakan Konten Visual

Setelah tahap pengembangan desain selesai dan alternatif desain kedua ditetapkan sebagai desain final, dilakukan evaluasi kelayakan konten visual untuk menilai apakah desain feed Instagram yang dirancang telah memenuhi standar komunikasi visual sebagai media promosi Museum Gubug Wayang. Evaluasi ini bertujuan untuk memastikan bahwa konten yang dikembangkan telah memenuhi kriteria kejelasan pesan, keterbacaan, konsistensi visual, serta daya tarik estetis sesuai dengan prinsip Desain Komunikasi Visual.

Proses evaluasi dilakukan menggunakan instrumen berupa lembar penilaian yang disusun berdasarkan indikator komunikasi visual dan desain grafis. Evaluator yang terlibat merupakan pihak yang memiliki pemahaman terhadap pengelolaan museum dan komunikasi visual digital, sehingga mampu memberikan penilaian secara objektif terhadap kualitas visual dan pesan yang disampaikan melalui desain feed.

Penilaian dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang skor 1-5 untuk menilai aspek kejelasan informasi, kelengkapan konten, kemudahan pemahaman, serta kesesuaian bahasa dan penyajian pesan budaya. Evaluasi dilakukan bersama pihak pengelola Museum Gubug Wayang sebagai pihak yang memahami karakter lembaga dan target audiens yang dituju.

Hasil evaluasi menunjukkan bahwa konten visual memperoleh skor 27 dari total skor maksimal 30, dengan persentase kelayakan sebesar 90%. Nilai tersebut menunjukkan bahwa konten visual yang dirancang termasuk dalam kategori **sangat layak** untuk digunakan sebagai media promosi digital.

**Tabel 1. Hasil Evaluasi Kelayakan Konten Visual**

No	Aspek Penilaian	Skor
1	Kejelasan penyajian informasi	5
2	Kelengkapan informasi	5
3	Informasi mudah dipahami	5
4	Kejelasan bahasa	5
5	Kesesuaian informasi pendukung	4
6	Kelengkapan informasi kelembagaan	3

Jumlah Nilai = 27

Nilai Maksimal = 30

Persentase Kelayakan = **90% (Sangat Layak)**

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa konten visual yang dirancang telah memenuhi standar kelayakan baik dari sisi isi maupun penyajian informasi. Masukan dari evaluator digunakan sebagai dasar untuk melakukan penyesuaian minor pada tampilan konten agar lebih optimal dalam menyampaikan informasi serta meningkatkan daya tarik visual sebelum dipublikasikan secara resmi.

#### **Evaluasi Media Visual**

Selain evaluasi konten, dilakukan pula evaluasi media visual yang berfokus pada aspek teknis dan estetika desain feed Instagram. Penilaian ini mencakup efektivitas tata letak, konsistensi tipografi, keharmonisan warna, keterbacaan teks, serta kesesuaian desain dengan identitas visual Museum Gubug Wayang.

Evaluasi media visual dilakukan untuk memastikan bahwa desain tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan promosi budaya kepada audiens media sosial. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa desain feed Instagram memperoleh skor 52 dari nilai maksimal 55 dengan persentase kelayakan sebesar 94,5%, yang menunjukkan bahwa desain termasuk dalam kategori **sangat layak**.

**Tabel 2. Hasil Evaluasi Media Visual**

No	Aspek Penilaian	Skor
1	Kesesuaian tata letak elemen teks	5
2	Kesesuaian elemen visual	5
3	Konsistensi penggunaan tipografi	5
4	Keterbacaan teks	5
5	Kesesuaian warna dengan identitas visual	5
6	Keharmonisan warna	5
7	Daya tarik visual keseluruhan	5
8	Kesesuaian desain dengan media Instagram	5

Jumlah Nilai = 52

Nilai Maksimal = 55

Persentase Kelayakan = **94,5% (Sangat Layak)**

Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa desain feed Instagram memiliki tingkat keterbacaan yang baik, konsistensi visual yang kuat, serta kesesuaian dengan identitas museum dan karakteristik media Instagram. Masukan minor dari evaluator digunakan untuk menyempurnakan detail tampilan agar desain semakin efektif dan menarik secara estetis.

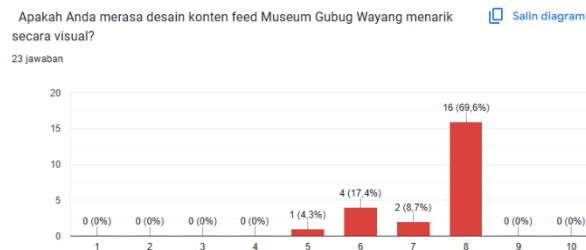
### Implementasi Konten Visual

Tahap implementasi merupakan kelanjutan dari fase pengembangan, di mana konten visual yang telah dirancang mulai dipublikasikan secara resmi melalui akun Instagram Museum Gubug Wayang. Tujuan utama dari publikasi ini adalah untuk memastikan bahwa pesan visual dan informasi budaya yang telah dirancang dapat tersampaikan secara efektif kepada audiens.

Konten dipublikasikan melalui fitur feed Instagram dengan rasio 4:5 untuk menjaga keterbacaan dan keseimbangan komposisi visual. Selain itu, fitur Instagram Story dan Reels juga dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan audiens serta meningkatkan interaksi pengguna. Penjadwalan unggahan dilakukan secara sistematis sesuai dengan strategi komunikasi visual yang telah disusun.

Untuk menilai efektivitas penyampaian konten, dilakukan uji coba terbatas kepada sekitar 25 responden yang merupakan pengikut akun Instagram Museum Gubug Wayang dengan rentang usia 18–24 tahun. Evaluasi dilakukan melalui kuesioner digital yang disebarakan menggunakan fitur Instagram Story dan Google Form.

Hasil kuesioner menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap desain feed Instagram yang telah dikembangkan.



Gambar 11  
Hasil Kuesioner Uji Coba 1  
(Sumber: Galang, 2025)

Sebanyak 60% responden menyatakan bahwa redesain konten feed Instagram mampu menampilkan konten yang lebih menarik dibandingkan sebelumnya.



Gambar 12  
Hasil Kuesioner Uji Coba 2  
(Sumber: Galang, 2025)

Hasil evaluasi tersebut menunjukkan bahwa desain feed Instagram mengalami peningkatan kualitas visual dibandingkan dengan desain sebelumnya.

### Evaluasi Performa Akun Instagram

Tahap evaluasi dilakukan dengan memanfaatkan data dari fitur Instagram Insights untuk melihat performa akun sebelum dan sesudah redesain. Indikator yang digunakan meliputi jumlah interaksi, jangkauan akun, serta kontribusi jenis konten terhadap keterlibatan audiens.



Gambar 13  
Hasil Insight sebelum redesain  
(Sumber: Galang, 2025)

Data sebelum redesain menunjukkan bahwa total interaksi akun mencapai 162 interaksi dari 98 akun. Interaksi terbesar berasal dari posting feed sebesar 46,7%, diikuti oleh Reels sebesar 34,6%, Story sebesar 14,2%, dan siaran langsung sebesar 5,6%. Data tersebut menunjukkan bahwa keterlibatan audiens masih terbatas dan belum merata pada seluruh fitur Instagram.



Gambar 14  
Hasil Insight setelah redesain  
(Sumber: Galang, 2025)

Setelah dilakukan redesain, terjadi peningkatan signifikan pada performa akun. Total interaksi meningkat menjadi 321 interaksi dari 176 akun. Posting feed menjadi kontributor terbesar dengan persentase interaksi sebesar 69,9%, diikuti oleh Reels sebesar 15,9%, Story sebesar 11,1%, dan siaran langsung sebesar 3,1%.

Peningkatan jumlah interaksi tersebut menunjukkan bahwa redesain feed Instagram memberikan dampak positif terhadap keterlibatan audiens serta efektivitas media sosial sebagai sarana promosi digital museum.

Secara keseluruhan, hasil evaluasi menunjukkan bahwa penerapan desain feed yang konsisten dan terstruktur mampu meningkatkan kualitas komunikasi visual serta memperkuat identitas digital Museum Gubug Wayang sebagai institusi budaya.

feed Instagram Museum Gubug Wayang menggunakan model ADDIE berhasil meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi digital. Peningkatan metrik interaksi serta respons positif audiens menunjukkan bahwa konsistensi visual, sistem *template*, dan penguatan identitas budaya berperan signifikan dalam meningkatkan *engagement*.

Disarankan agar pengelola museum menerapkan pedoman desain secara konsisten dan melakukan evaluasi performa secara berkala. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji dampak redesain terhadap peningkatan kunjungan fisik museum dalam jangka panjang.

## SIMPULAN DAN SARAN

Redesain feed Instagram Museum Gubug Wayang menggunakan model ADDIE berhasil meningkatkan daya tarik visual dan efektivitas promosi digital. Peningkatan metrik interaksi serta respons positif audiens menunjukkan bahwa konsistensi visual, sistem *template*, dan penguatan identitas budaya berperan signifikan dalam meningkatkan *engagement*.

Disarankan agar pengelola museum menerapkan pedoman desain secara konsisten dan melakukan evaluasi performa secara berkala. Penelitian selanjutnya dapat mengkaji dampak redesain terhadap peningkatan kunjungan fisik museum dalam jangka panjang.

**Tabel 1. Perbandingan Performa Akun Instagram**

Indikator	Sebelum	Sesudah
Total Interaksi	162	321
Akun Terlibat	98	176
Kontribusi Feed	46,7%	69,9%

Sebagai bentuk akhir dari proses pengembangan konten Instagram untuk media promosi Museum Gubug Wayang, panduan penggunaan media sosial (social media guideline) dapat diakses melalui QR code berikut:



Gambar 4.42  
Barcode Hasil Redesain  
(Sumber: Galang, 2025)

## REFERENSI

- Akbar, A. (2010). *Sejarah dan fungsi museum di Indonesia*. Jakarta: Penerbit Mandiri.
- Anggraini, R., & Nathalia, T. (2014). *Tipografi dan desain grafis*. Bandung: Cerdas Jaya.
- Ardiansah, M., & Maharani, L. (2021). Strategi komunikasi visual media sosial sebagai media promosi digital.
- Gulikers, J. T. M., Bastiaens, T. J., & Kirschner, P. A. (2004). A five-dimensional framework for authentic assessment.
- Herrington, J., Reeves, T., & Oliver, R. (2010). *A guide to authentic e-learning*. New York: Routledge.
- Labrecque, L. I., & Milne, G. R. (2012). Exciting red and competent blue: The importance of color in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*.
- Pawito. (2007). *Penelitian komunikasi kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
- Prakasa, I. (2016). *Metodologi penelitian komunikasi visual*. Malang: Pustaka Grafika.
- Rijal, R. (2017). *Animasi 2 dimensi*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.



- Sari, I. P. (2019). Perancangan video edukasi animasi 2 dimensi berbasis motion graphic.
- Satria, N., Gunanto, S., & Sulistiyono, A. (2017). Animasi dua dimensi dengan teknik cut-out.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tsauri, S. (2015). *Pendidikan karakter*. Jember: IAIN Jember Press.
- Whitney, E., & Rolfes, S. (2001). *Understanding nutrition*. Belmont, CA: Wadsworth.
- Zubaedi. (2011). *Desain pendidikan karakter*. Jakarta: Kencana.