



Penerapan Desain dalam Feeds dan Reels Instagram Terhadap Antusiasme Penonton dalam Berdonasi

Aditya Nugraha Wibisono Putra¹, Mahimma Romadhona, S.T., M.Ds²

¹² Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Abstract

Received: 01 Juni 2024

Revised : 08 Juni 2024

Accepted: 15 Juni 2024

On World of Design, Design is used to make a person knowing the acknowledge about design, sometimes it used to be a message or a conveys to the world, like this journal which was written to be a guide for people to spread kindness and to teach people which design is compatible to a message, so many people don't be outguided with the wrong guide of design basic

Keywords: *World of Design, Kindness Message, Basic Moslem Design*

(*) Corresponding Author: 21052010190@student.upnjatim.ac.id

How to Cite: Putra, A. N. W., & Romadhona, M. (2024). Penerapan Desain dalam Feeds dan Reels Instagram Terhadap Antusiasme Penonton dalam Berdonasi. <https://doi.org/10.5281/zenodo.12176129>

PENDAHULUAN

Yayasan Rumah Generasi Pemenang atau yang biasa disebut sebagai RGP adalah sebuah lembaga yang bekerja tanpa naungan dari pemerintah atau biasanya disebut Non Government Organization (NGO) dan Yayasan ini bergerak di bidang pengumpulan donasi bagi Anak Yatim sekaligus bimbingan mengaji dan Tahfidz bagi Anak anak Yatim dan yang lainnya sehingga dapat menciptakan penerus Tahfidz yang mampu dan berguna bagi Bangsa dan Negara.



Gambar 1.1 Logo Yayasan Rumah Generasi Pemenang
(Sumber: Aset Yayasan)

Yayasan Rumah Generasi Pemenang memiliki banyak kegiatan yang bermanfaat dan memiliki beberapa divisi yang dapat dengan sigap membantu, seperti contoh ada Divisi Fundraising yang bertugas untuk menerima dan mengalokasikan donasi dari masyarakat sekitar untuk diberikan kepada yang lebih membutuhkan, lalu ada juga Divisi Edukasi yaitu divisi yang memberikan pengajaran dan edukasi kepada anak anak yang belajar mengaji dan tahfidz disana, baik dari Anak anak Yatim maupun yang tidak. Lalu ada juga Divisi Media dan Komunikasi yaitu Divisi yang penulis ambil untuk melaksanakan kegiatan Magang



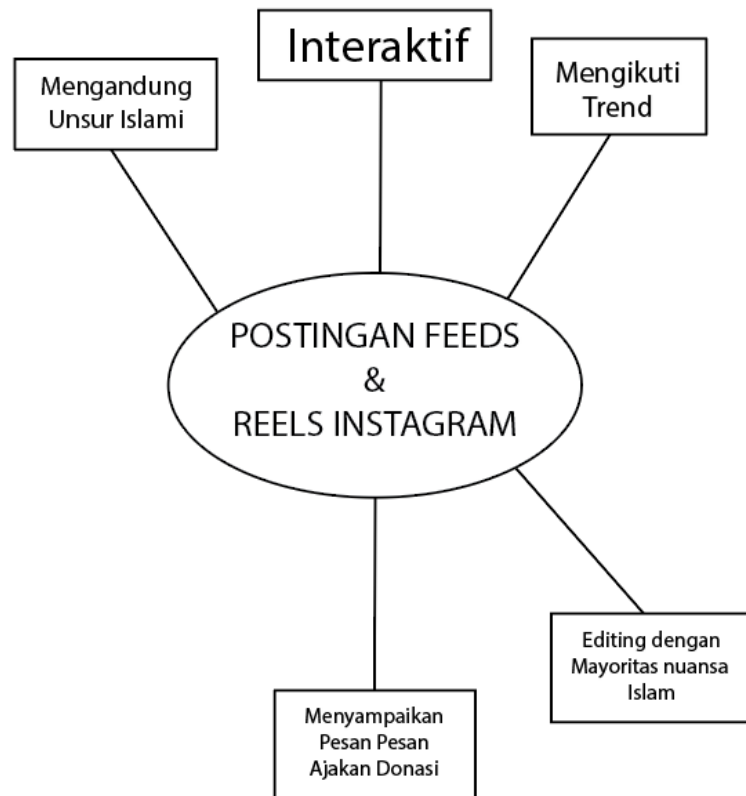
MBKM di Yayasan Rumah Generasi Pemenang karena berhubungan dengan Jurusan Perkuliahan yang penulis tempuh yaitu Desain Komunikasi Visual yaitu jurusan yang berhubungan dengan Desain.

Lalu penulis mendapatkan bagian apa dalam kegiatan magang MBKM saat ini? Disini penulis mendapat kegiatan sesuai jobdesk masing masing, yaitu penulis menjadi seorang Editor Feeds Instagram, Editor Reels Instagram serta juga menjadi Talent dalam beberapa video yang diperuntukkan kepada orang orang luas, seperti contohnya konten Donasi, konten Kebaikan, konten Beramal dan sebagainya sebagai penunjang dari konten konten lainnya.

Yayasan Rumah Generasi Pemenang yang berdiri sejak tahun 2020 juga sudah sejak lama mendukung visi dan misi mereka yaitu menjadi lembaga sosial terdepan dalam menaungi kegiatan anak Yatim serta berusaha mensejahterakan dan membimbing anak anak Yatim & Dhuafa untuk membentuk karakter Islami & mencintai tanah air.

METODE

Metode yang digunakan pada analisa Antusiasme Donasi dari para penonton maupun pembaca konten dari Yayasan Rumah Generasi Pemenang adalah menggunakan Metode Kuantitatif, yaitu metode yang memerlukan adanya responden dari berbagai sumber dan analisa dari berbagai aspek yaitu dari *Insight Instagram* itu tadi, dengan berdasarkan jumlah *Like*, jumlah *Share* dan berapa banyak komentar, baik itu melalui sistem *Share* maupun mulut ke mulut. Penelitian dan Analisa ini dilakukan mulai dari bulan awal berjalannya program Magang yaitu pada tanggal 7 Agustus 2023 hingga tanggal berakhirnya Magang yakni pada 24 November 2023, penelitian ini dilakukan secara *Real-Time* melalui pengecekan secara berkala baik itu pengecekan *Views* maupun jumlah *Like*, dan ini hanya berfokus kepada konten Instagram dari Yayasan Rumah Generasi Pemenang dan bertujuan untuk melakukan perbandingan *Insight* dengan patokan pada tahun tahun sebelumnya.



Gambar 2.1 Kerangka Penelitian dan Kajian

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Seperti apa yang penulis sebelumnya jelaskan diatas, hasil dan pembahasan tentang antusiasme donasi dari Masyarakat sekitar menghasilkan beberapa perubahan yang terbilang cukup signifikan dan setidaknya membantu bagi keberlangsungan konten dari Instagram Yayasan Rumah Generasi Pemenang, dengan adanya segmentasi Hasil dan Pembahasan, dapat kita lihat menggunakan metode Kuantitatif yaitu metode yang ditulis berdasarkan data konkret yang ada di *platform* maupun di lapangan. Maka data tersebut merupakan data yang menjadi patokan dalam Pembahasan menggunakan metode Kuantitatif

Berikut adalah contoh beberapa analisa data yang menggunakan metode Kuantitatif:



Gambar 2.2 Hasil Postingan beserta jumlah suka
(Sumber: Instagram Yayasan Rumah Generasi Pemenang)

Berbagai hasil yang dapat ditunjukkan dari pengumpulan data Kuantitatif adalah analisa jumlah like, jumlah video ditonton, jumlah konten dibagikan melalui sosial media:

1. Jumlah Like

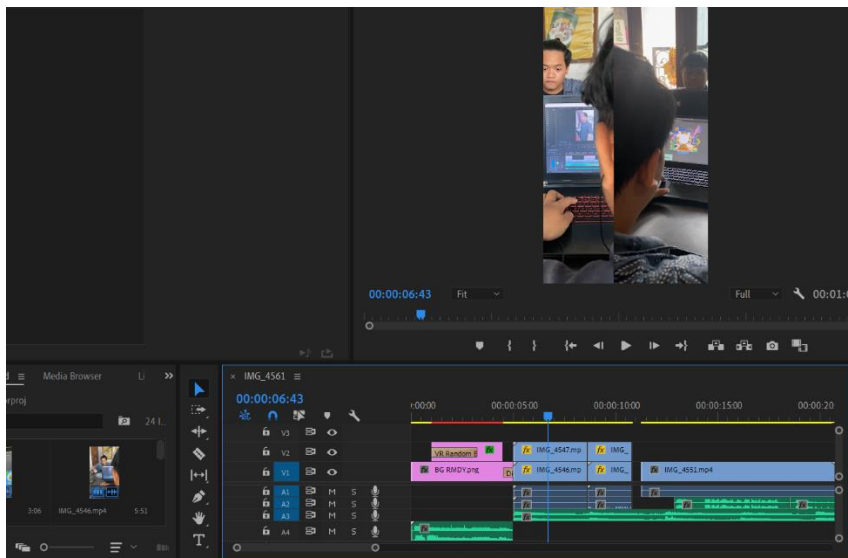
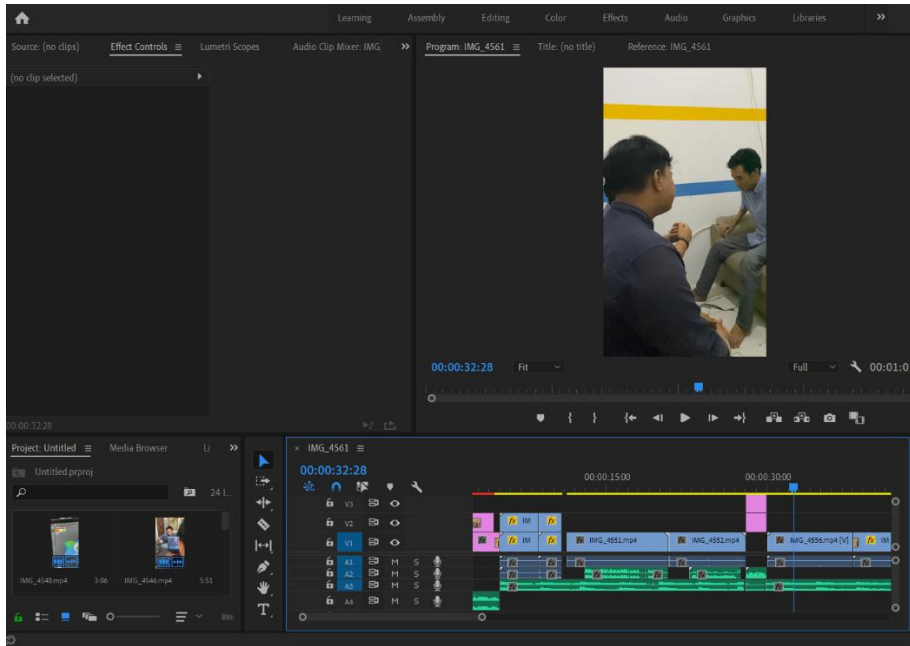
Analisa pertama yang menggunakan metode kuantitatif adalah bagaimana kita menentukan jumlah penonton atau penikmat konten berdasarkan dengan jumlah suka yang tertera pada segmen tersebut, contohnya pada konten diatas tersebut masih baru menerima 14 suka dikarenakan durasi postingan tersebut baru sekitar $\frac{1}{2}$ hari saja, namun jumlah tersebut masih dapat berkembang seiring berjalannya waktu dan ada beberapa rahasia yang dapat menjadi penyokong jumlah *view*, yaitu jam posting

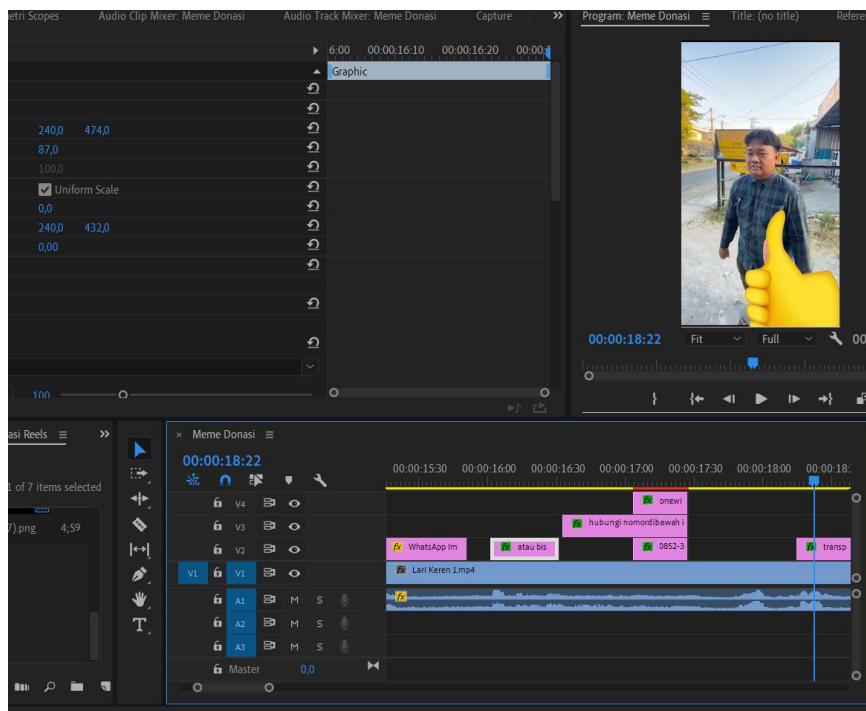
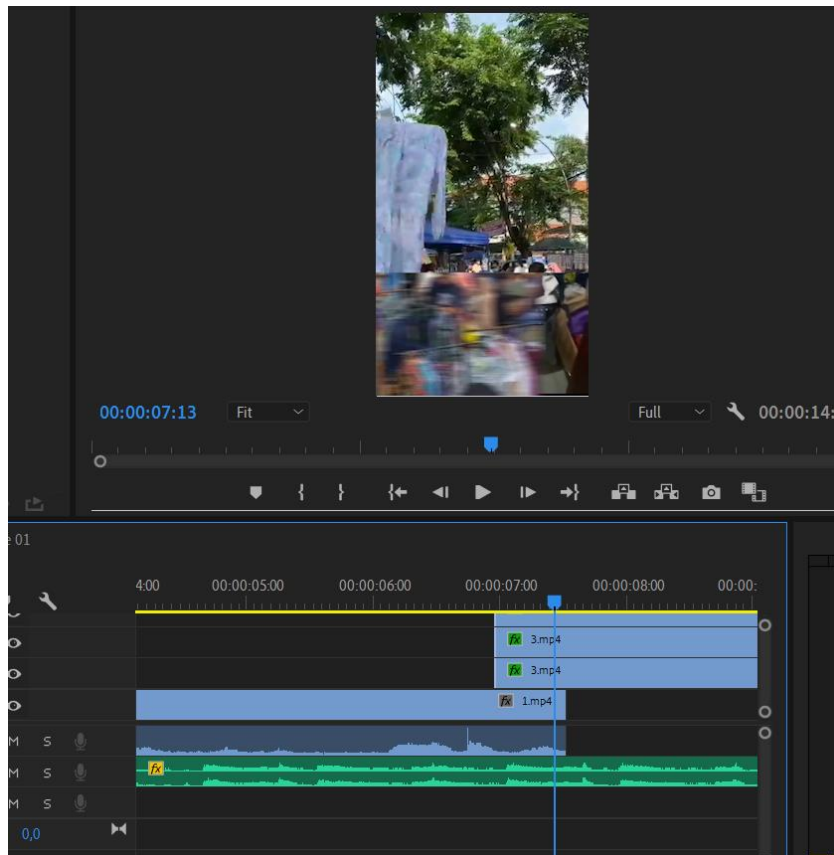
Ketentuan tadi adalah yang membantu dalam meningkatkan jumlah suka dan *views*, ambil contoh jika kita posting suatu konten didalam jam tersebut maka konten tersebut dapat sampai kepada orang lebih cepat dan dapat menerima lebih banyak suka

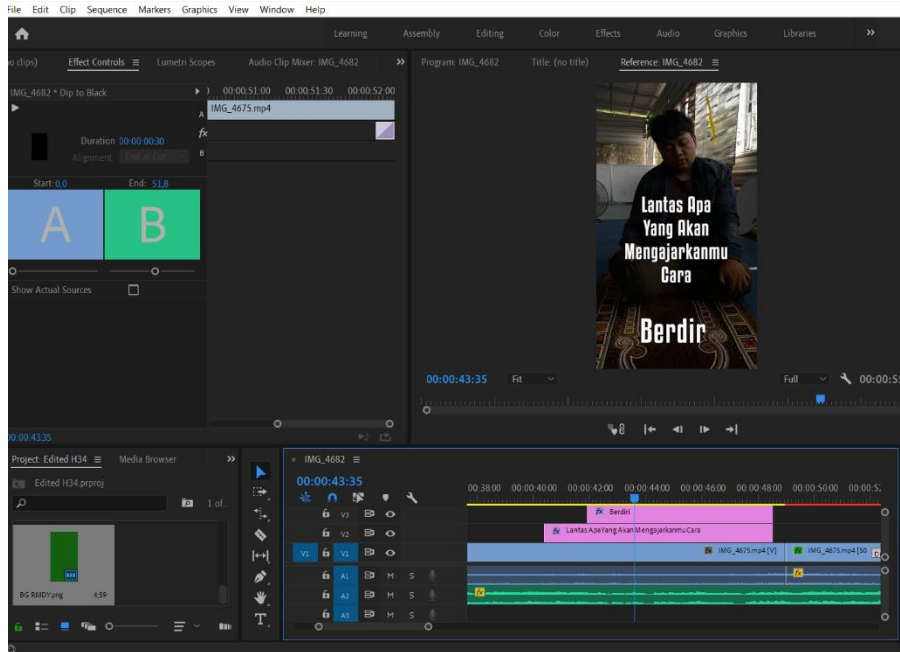
2. Proses Editing

Pada tahap ini adalah tahap dimana konten diproses sebelum dikirimkan kepada kreator untuk diposting. Di tahap ini dimana semua revisi dan brainstorming ide dilakukan, baik untuk konten video maupun konten *feeds*, ada beberapa contoh yang dapat menjadi pacuan dalam editing

2.1.1 Editing Video







Gambar 3.1 Beberapa hasil *Footage* dan *Editing* video untuk konten di Yayasan Rumah Generasi Pemenang

2.1.2 Editing *Feeds* Instagram

Selain editing video, ada beberapa proses juga yang dilakukan untuk editing dalam bentuk *Feeds* atau postingan Instagram, yaitu dengan pemilihan foto, pemilihan desain, penambahan elemen, penentuan warna untuk desain dan lain sebagainya, karena hal hal tersebut yang berpengaruh dalam banyaknya *views* dari konten tersebut dan banyaknya antusias yang tergerak dari hasil konten tersebut. Contohnya yakni sebagai berikut :







Gambar 3.2 Beberapa Editing Konten Feeds Instagram

3. Finishing

Setelah menjalani beberapa tahap dari desain tersebut yang dimulai dari brainstorming ide lalu melewati revisi hingga menghasilkan hasil akhir yang baik, maka mulai menambahkan aspek pendukung seperti tipografi dan ACT yang berguna sebagai sarana bagi orang-orang yang ingin berdonasi dapat melalui link maupun kode QR yang sudah disediakan oleh konten agar dapat memudahkan orang-orang untuk berdonasi.

Sebagai Mahasiswa yang telah menjalani mata kuliah Tipografi, ada pentingnya bentuk font diperhatikan agar dapat selaras dan sesuai dengan konten yang disajikan, misalkan konten yang disajikan bernuansa Arab murni, maka *font* yang digunakan juga harus yang bernuansa Arab. Perubahan ini merupakan dampak yang dihasilkan dari tindakan yang disebut dengan eksplorasi ide dan gagasan seorang seniman (Haryono, Gunalan, & Pamungkas, 2022)

KESIMPULAN & SARAN

Kesimpulan dari apa yang dibahas pada topik di atas adalah perkembangan yang signifikan dapat dihasilkan melalui konten yang interaktif dan bersifat mengajak melalui *trend-trend* yang viral pada akhir-akhir ini membuat *views* meningkat dikarenakan konten dengan suatu aspek yang viral, baik itu dari segi *sound*, *template* dapat membuat konten yang disajikan akan muncul di *FYP* khalayak luas dan meningkatkan jumlah penonton, dan bisa juga dengan membandingkan menggunakan analisa metode dengan patokan perbandingan tahun lalu serta improvisasi itu sendiri juga semakin membantu berkembangnya konten konten dari Yayasan Rumah Generasi Pemenang

Serta konten Islami tidak sepenuhnya harus selalu bernuansa Islami selama konten tersebut masih dapat menyampaikan pesan-pesan Islami secara tertata dan tidak melenceng dari ajaran.

REFERENSI

- DESAIN PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DENGAN MODEL ADDIE <http://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/talim/article/view/3085>
- PENERAPAN KONSEP ISLAMI DAN NUANSA RELIGI PADA DESAIN SMA MTA SURAKARTA <http://e-jurnal.unisda.ac.id/index.php/talim/article/view/3085>
- Peningkatan Kemampuan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah pada PC IPM Medan Area <https://journal.umpr.ac.id/index.php/pengabdianmu/article/download/2308/2242/12599>
- DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN <https://journal.uny.ac.id/index.php/imaji/article/download/6633/5693>
- PERANCANGAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA NOVENA HOTEL BANDUNG <https://www.jurnal.plb.ac.id/index.php/tematik/article/download/486/322>
- Eksplorasi Bentuk Tulisan Kaligrafi Arab dalam Lukisan Masbuchin <https://ojs.unm.ac.id/imajinasi/article/view/33275>
- Kaidah-Kaidah Tafsir dan Aplikasinya dalam Penafsiran Ayat <https://jurnal.staialhidayahbogor.ac.id/index.php/alt/article/view/1595/917>