

PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT GRIYA NUTRISI

Vera Nurul Hidayat¹, Fajar Ahmad Faizal², Roseilda Regita³

Departemen Desain Komunikasi Visual^{1,2,3}

Universitas Teknologi Bandung^{1,2,3}

veranurul1515@gmail.com¹, fajardkv.sttb@gmail.com², roseildasinaga@gmail.com³

Abstrak

Makanan merupakan suatu kebutuhan pokok untuk pertumbuhan dan perkembangan bagi setiap manusia. Saat ini banyak sekali *trend* makanan cepat saji atau *fast food* yang sangat digemari oleh masyarakat, mulai dari anak kecil hingga para orang tua. Akan tetapi sayangnya belum banyak yang menyadari atau bahkan terkesan acuh akan fakta bahwa makanan ini dapat merusak apabila selalu dijadikan menu pada pola makan setiap hari. Gangguan kesehatan yang timbul seperti obesitas, tekanan darah tinggi, dan diabetes mellitus. Dalam mencegah hal tersebut penting sekali mengetahui tentang makanan sehat. PT Griya Nutrisi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa boga atau *catering* yang produk utamanya adalah makanan sehat. PT Griya Nutrisi sudah sangat berpengalaman dalam penyediaan makanan sehat sejak tahun 2005. Meskipun sudah lama berdiri sejak tahun 2005, PT Griya Nutrisi ini belum dikenal oleh masyarakat luas, disebabkan oleh media promosi yang belum berjalan secara efektif dan konsisten terutama di media sosial instagram, serta belum adanya pendukung promosi *offline*. Metode penelitian pada perancangan ini adalah metode kualitatif. Data yang diperoleh dari hasil observasi, wawancara, dan pengumpulan data melalui kuisioner guna memperoleh data yang lebih objektif sehingga dapat mengolah data tersebut menjadi sebuah perancangan konten instagram sebagai media utama promosi utama dalam perancangan ini. Media pendukung seperti brosur, *voucher*, poster, *x-banner* dan media lainnya dibuat untuk meningkatkan efektifitas media utama yang sudah ditentukan sebelumnya.

Kata kunci : Makanan, sehat, promosi, konten, Instagram.

Abstract

Food is a basic necessity for human growth and development. Nowadays, there is a growing trend of fast food that is highly popular among people of all ages, from children to the elderly. Unfortunately, not many people are aware of or even seem indifferent to the fact that this type of food can be harmful if it becomes a regular part of their daily diet. Health problems that arise include obesity, high blood pressure and diabetes mellitus. In preventing this, it is very important to know about healthy foods. PT Griya Nutrisi is a company operating in the catering or catering services sector whose main product is healthy food. PT Griya Nutrition has been very experienced in providing healthy food since 2005. Even though it has been established for a long time since 2005, PT Griya Nutrition is not yet known to the wider community, due to promotional media that has not been running effectively and consistently, especially on social media, Instagram, and There is no support for offline promotions. The research method in this design is a qualitative method. The data obtained from observations, interviews, and questionnaire distribution is used to acquire more objective information, which can then be processed into the design of Instagram content as the main promotional media in this project. Supporting media such as brochures, vouchers, posters, X-banners, and other materials are created to enhance the effectiveness of the previously determined main media.

Keywords : Food, healthy, promotion, content, Instagram.

I. PENDAHULUAN

Makanan merupakan kebutuhan pokok untuk pertumbuhan dan perkembangan bagi setiap manusia. Saat ini banyak sekali *trend* makanan cepat saji atau *fast food*. *Fast food* merupakan makanan yang bisa dikonsumsi secara cepat.[1]*Fast food* mengandung zat gizi yang terbatas atau rendah diantaranya adalah kalsium, riboflavin, vitamin A, magnesium, vitamin C, folat dan serat. Selain itu, kandungan lemak dan natrium cukup tinggi pada berbagai *fast food*. Berdasarkan pemaparan di atas, *fast food* memiliki kandungan gizi yang terbatas atau rendah sehingga dapat mengakibatkan ketidakseimbangan zat gizi pada tubuh manusia.

Ketidakseimbangan zat gizi dalam tubuh dapat terjadi jika *fast food* dijadikan sebagai pola makan setiap hari. Kelebihan kalori, lemak dan natrium akan terakumulasi di dalam tubuh sehingga dapat menimbulkan berbagai penyakit salah satunya adalah obesitas, tekanan darah tinggi, dan diabetes mellitus. Namun, konsumsi pangan tersebut tidak akan merugikan jika disertai dengan menu yang seimbang, frekuensi yang rendah dan disertai dengan aktivitas fisik atau olahraga yang teratur disesuaikan dengan usia. Kita bisa simpulkan bahwa mengkonsumsi makanan tersebut tidak mengapa, asal tidak dijadikan pola makanan sehari-hari dan dibarengi dengan menu yang seimbang, dan olahraga yang teratur dikarenakan apabila dikonsumsi secara berlebihan, maka dapat menimbulkan berbagai macam penyakit.

Dalam mencegah penyakit tersebut di atas, penting sekali untuk mengetahui tentang makanan sehat. [2] Makanan sehat adalah makanan yang kaya nutrisi mengandung zat makro (karbohidrat, protein, dan lemak sehat) serta zat gizi mikro (vitamin dan mineral), tetapi tidak terlalu padat kalori alias tidak melebihi kebutuhan tubuh akan kalori harian. Makan sehat bertujuan agar tubuh merasa nyaman, punya lebih banyak energi untuk beraktivitas serta terhindar dari penyakit. Jika seseorang menyantap makanan yang kaya nutrisi dengan benar dan seimbang, maka seseorang tidak harus melakukan diet untuk mengurangi atau menambah berat badan, karna tubuh akan menyesuaikan diri pada berat yang

paling ideal. Semua itu dapat dicapai dengan mempelajari jenis-jenis makanan sehat dan mengonsumsinya dengan cara yang tepat. Artinya makanan sehat sangat penting karena memiliki kandungan yang kaya nutrisi, dengan mengkonsumsi makanan sehat dengan benar dan seimbang tubuh akan merasa nyaman dan punya lebih banyak energi, terhindar dari penyakit serta tubuh akan menyesuaikan pada berat yang ideal.

PT Griya Nutrisi merupakan perusahaan yang bergerak dibidang jasa boga atau *catering*, yang produk utamanya adalah makanan sehat. PT Griya Nutrisi sudah sangat berpengalaman dalam penyediaan makanan sehat sejak tahun 2005, dengan Akta Pendirian Perseroan Terbatas no 6 tanggal 28 November 2005 Notaris Ayi Ganjar, SH, dan Akta Perubahan Terakhir No. 11 tanggal 9 Maret 2023. PT Griya Nutrisi memiliki *tagline Health and Dietary Food*, dengan produk utamanya yang menyediakan makanan sehat. Target penyediaan makanan sehat ini untuk perorangan atau masyarakat umum, dan Rumah Sakit. Meskipun sudah lama berdiri sejak tahun 2005, PT Griya Nutrisi ini belum dikenal oleh masyarakat luas, hanya pada lingkungan Rumah Sakit saja yang banyak mengenal PT Griya Nutrisi karena pengalaman yang cukup lama bekerja sama dengan Rumah Sakit. PT Griya Nutrisi dapat mempromosikan *brand*-nya sebagai *brand* penyedia jasa boga atau *catering* sehat. Adapun untuk saat ini, PT Griya Nutrisi sudah memiliki media promosi *online* yakni melalui Instagram dengan nama akun @griyanutrisi tetapi belum berjalan secara konsisten dan efektif. PT Griya Nutrisi menyadari bahwa promosi pada media sosial sangat penting untuk dilakukan agar PT Griya Nutrisi dapat lebih dikenal. Selain pada media promosi *online*, PT Griya Nutrisi juga perlu media pendukung untuk promosi *offline*, dikarenakan selama ini pendukung yang dimiliki oleh PT Griya Nutrisi hanya brosur dan *x-banner* saja. PT Griya Nutrisi memerlukan media promosi yang efektif dan tepat sebagai bentuk komunikasi yang digunakan untuk menginformasikan (*to inform*) orang-orang tentang produk yang dihasilkannya. Media promosi ini pun dilakukan untuk dapat membedakan perusahaan dari kompetitornya. Selain itu media promosi tentunya bermanfaat agar PT Griya Nutrisi dapat bersaing di pasaran dan lebih dikenal oleh masyarakat luas. Media promosi yang akan dirancang adalah media promosi melalui media sosial dengan berbagai konten foto dan video sebagai media utama promosi. Konten yang akan dihasilkan adalah konten informasi produk, konten promosi berupa foto dan video serta media sosial tersebut dapat digunakan sebagai alat berbelanja melalui *link* yang terhubung pada WhatsApp. Media promosi yang akan dirancang menggunakan media promosi utama yaitu Instagram, lalu media promosi pendukung seperti brosur, poster, *x-banner*, *voucher* belanja, dsb. Lalu menggunakan media pelengkap *gimmick* seperti *paperbag*, *loyalty card*, stiker, *apron*, dsb.

[3] Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi merupakan salah satu langkah yang penting untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa serta mengundang konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak. Media promosi dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*. Contoh media promosi *online* adalah media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok dan Facebook. Lalu *ads* seperti Facebook Ads, Google Ads, forum *online*/komunitas-komunitas *online*. Adapun untuk media promosi *offline* contohnya televisi, media cetak seperti brosur, *banner*, dsb. Di era yang sudah digital saat ini, promosi lebih efektif dilakukan dengan cara *online*, karena saat ini masyarakat lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosial. Media sosial membuat manusia lebih transparan dalam berkomunikasi, dan aktivitas setiap orang dengan mudah dapat diketahui orang lain, bahkan diketahui seluruh dunia. Media sosial menjadi primadona dan banyak diminati karena memberikan kemudahan berkomunikasi di mana saja, dan komunikasinya bersifat dua arah. Pengguna media sosial dapat memperoleh umpan balik seperti mendapatkan komentar langsung dari pengguna lainnya ketika mengunggah sebuah foto maupun video.

Media sosial yang banyak diminati saat ini adalah Instagram. Instagram adalah media sosial berbasis foto dan video. Instagram menjadi salah satu media sosial terpopuler dengan pengguna terbanyak di dunia. Sebagai salah satu media sosial yang populer, Instagram menyediakan berbagai macam fitur yang sangat berguna dan bisa diakses oleh siapa saja tanpa batasan usia. Melalui fitur Instagram dengan cara mengunggah foto maupun video, komunikasi dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga memberi komentar terhadap foto maupun video yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur terpenting, dimana jumlah *like* berbanding lurus dengan kualitas foto maupun video yang diunggah. Faktor yang mendorong untuk menggunakan Instagram sebagai media promosi adalah kelengkapan fitur iklan yang menarik salah satunya *feeds*, *reels*, *story*, *highlight* yang ke semua fitur itu dilengkapi dengan *caption*, *tag/mention* pengguna lainnya, *hashtag* yang dapat berguna untuk pencarian produk, pencarian lokasi, kemudahan dalam mempromosikan produk, efisiensi biaya promosi, segmentasi pasar yang sesuai, serta Instagram merupakan media sosial yang digunakan oleh semua kalangan. Berdasarkan latar belakang yang ditemukan, maka PT Griya Nutrisi membutuhkan perkembangan promosi melalui Instagram sebagai media utama promosi serta membutuhkan media pendukung untuk promosi *offline*.

II. TINJAUAN PUSTAKA

1. Promosi

[3] Promosi adalah kegiatan yang mengkomunikasikan manfaat dari sebuah produk dan membujuk target konsumen untuk membeli produk tersebut. Promosi merupakan salah satu langkah yang penting untuk memperkenalkan suatu produk atau jasa serta mengundang konsumen untuk mencoba produk atau jasa yang ditawarkan kepada khalayak. Media promosi dapat dilakukan secara *online* maupun *offline*.

2. Media Sosial Instagram

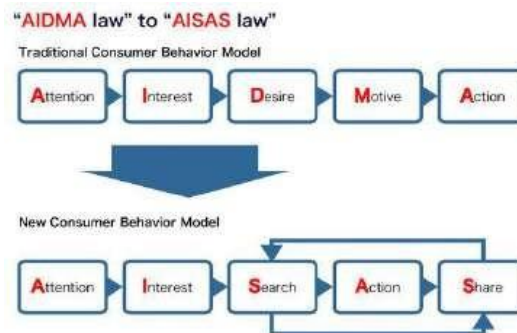
[4] Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi informasi teks, gambar, audio, dan video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan. Media sosial adalah sebuah media *online* dimana para penggunaannya dapat dengan mudah berpartisipasi serta berbagai informasi. Selain berbagi informasi, pengguna media sosial dapat berbagi foto, menambah wawasan, bahkan bisa mencari dan menambah teman. [5] Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media pemasaran. Melalui Instagram produk barang/jasa ditawarkan dengan meng-*upload* foto atau video singkat, sehingga para calon konsumen dapat melihat jenis-jenis barang/ jasa yang ditawarkan. Sosial media ini memiliki fitur yang menarik, melalui fitur berbagi foto dan video singkat. Fitur yang dimiliki Instagram antara lain adalah fitur *feeds* dan *reels*, serta *story* yang hilang dalam 24 jam, dan *highlight story* (penyimpanan *story*).

3. Strategi Komunikasi

Penyampaian promosi akan dilakukan melalui Instagram menggunakan media desain yang sesuai dengan kebutuhan PT Griya Nutrisi sendiri. Desain yang dibuat secara visual menampilkan foto produk, video produk, foto pelengkap serta elemen visual lainnya sesuai kebutuhan konten. Adapun untuk karakteristik warna akan menggunakan warna yang memberikan kesan *fresh*, aman dan bergizi serta kesan makanan yang menggugah selera dan kaya akan nutrisi sesuai dengan *tagline* yang akan digunakan.

4. AISAS

[6] Model AISAS merupakan model perilaku konsumen yang dikembangkan dari model yang sudah ada sebelumnya, yaitu model AIDMA (*attention, interest, desire, memory, action*). Salah satu perusahaan periklanan yang ada di Jepang, Dentsu, mengembangkan model ini karena mereka berpendapat bahwa adanya perubahan mendasar pada perilaku konsumen yang menjadi dampak dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sangat pesat, terutama dengan kehadiran internet di tengah masyarakat dunia. Model ini mencakup lima tahapan yang akan dilalui oleh konsumen, yaitu *attention, interest, search, action, dan share*.



Gambar 1. AISAS

5. Penelitian Terdahulu

TABEL I
 PROYEK SEJENIS

Judul Penelitian/Perancangan	PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UMKM “SARI JAHE PADALARANG” PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN ANGKA PENJUALAN
Penulis Jurusan Universitas Tahun	Anas Astiah Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Teknologi Bandung 2021
Tujuan Penelitian/Perancangan	Tujuan dari perancangan ini yaitu membuat media promosi yang diharapkan mampu meningkatkan <i>awarness</i> masyarakat pada prduk dan secara tidak langsung mampu meningkatkan penjualan.
Metode Penelitian Metode Perancangan	Metode Kualitatif <i>Design Thinking</i>
Hasil Penelitian/Perancangan (Kesimpulan)	Pada perancangan ini didasari oleh munculnya pandemi Covid-19 yang berdampak pada penurunan omzet penjualan dari UMKM Sari Jahe Padalarang, sehingga dibuat perancangan media promosi pada media sosial instagram dengan media pendukung yang dapat membantu efektifitas media utama seperti banner, brosur dan media lainnya.

6. *State of The Art*

Tidak seperti pada perancangan sebelumnya dengan judul “Perancangan Media Promosi UMKM Sari Jahe Padalarang untuk Meningkatkan Penjualan” perancangan media promosi ini difokuskan pada pengembangan konten instagram pada media sosial yang sudah ada sebelumnya. Dalam perancangan ini metode *Design Thinking* di padukan dengan model komunikasi AISAS untuk menentukan konten yang akan dirancang dan diterapkan pada *content planner*. Setiap media yang dibuat disinkronisasikan dengan tahapan pada model AISAS beserta *touchpoint* yang dibutuhkan setiap media tersebut saat menyampaikan pesan kepada audiens. Kekuatan foto produk dalam penyajian menu dimunculkan untuk menambah efikasi konten media utama dalam mencapai tujuan promosi.

7. Perancangan Konten Promosi

Perancangan konten promosi ini yakni membuat konten visual berupa foto atau video produk makanan sehat dengan nilai gizi seimbang melalui kontrol dari Ahli Gizi Griya Nutrisi. Warna yang akan digunakan menggunakan warna yang *fresh* dan cerah sehingga dapat memberikan kesan sebagai makanan sehat dibuat dari bahan-bahan yang masih *fresh* dan dapat menggugah selera makan target audiens. Berikut merupakan *moodboard* yang sudah dibuat, dimana *moodboard* ini akan menjadi patokan dalam perancangan ini :



Gambar 2. *Moodboard*

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam perancangan konten promosi adalah sebagai berikut :

a. *Content planner*

Rencana konten sebelum membuat materi apapun, yang bisa dilakukan sebulan sekali. Dengan membuat rencana konten akan membantu proses produksi konten dan penjadwalan konten. Adapun *content planner* yang telah dibuat penulis dengan menggunakan Google Sheet adalah sebagai berikut :

CONTENT PLANNER PT GRIYA NUTRISI PERIODE POSTING 21 JUNI - 5 JULI 2024									
No	Topic	Description	Content Pillar	Days	Date	Time	Copywriting (Isi caption dan Hastag)	Platform	Type
1	Sarapan Sehat	Foto Produk berupa menu sandwich dan jus mangga	Promosi	Jumat	21 Juni 2024	17.00 WIB	Sarapan sehat bersama Griya Nutrisi. Sandwich ditambah dengan jus buah mangga ini cocok banget nemanin sarapan kamu. Di dalam sandwich ini ada mangga, keju slice, tomat, selada bokor, dan anggur yang tersembunyi. Rotinya sangat lembut dipadukan dengan buah mangga dan anggur yang manis. Yuk buruan order sekarang juga. #sarapensehat #snacksehat #makanan sehat #makanan aman #makanan bergizi #cateringsehat #makanan sehat amandan bergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed
2	Sarapan Sehat	Menu Sarapan Sehat	Promosi	Jumat	21 Juni 2024	17.00 WIB	Sandwich dan Jus Buah Mangga	Instagram	Story
3	Menu Makan Siang	Menu makan siang	Promosi	Sabtu	22 Juni 2024	12.00 WIB	Menu makan siang hari ini yaitu Chicken Katsu, Mix Vegetable dan Sapo Tofu. Informasi Nilai Gizi : E : 508 kkal. P : 31,1. L : 16,4 KH : 62,4. Yuk buruan order sekarang. #sarapensehat #snacksehat #makanan sehat #makanan aman #makanan bergizi #cateringsehat #makanan sehat amandan bergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed
4	Today's Menu	Menu Makan Siang	Promosi	Sabtu	22 Juni 2024	12.00 WIB		Instagram	Story
5	Sarapan Sehat	Foto produk berupa sandwich dan jus buah mangga untuk menginformasikan nilai gizinya	Informasi	Minggu	23 Juni 2024	10.00 WIB	Informasi nilai gizi Sandwich dan Jus Buah Mangga #sarapensehat #snacksehat #makanan sehat #makanan aman #makanan bergizi #cateringsehat #makanan sehat amandan bergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed

6	Sarapan Sehat	Menu Salad Sayuran dan Jus Buah Naga	Promosi	Senin	24 Juni 2024	08.00 WIB	Menu sarapan sehat kali ini yaitu salad sayur dan jus buah naga, sudah pasti sarapan sehat ini cocok untuk kamu, terutama bagi kamu yang sedang diet. #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed
7	Sarapan Sehat	Menu Sarapan Sehat	Promosi	Senin	24 Juni 2024	08.00 WIB	Salad Sayur dan Jus Buah Naga	Instagram	Story
8	Informasi Cara Order	Informasi cara order catering Griya Nutrisi	Informasi	Senin	24 Juni 2024	08.00 WIB		Instagram	Story
9	Menu Makan	Menu makan sore	Promosi	Selasa	25 Juni 2024	13.00 WIB	Menu makan sore kali ini yaitu steak ayam, tofu saus tomat, dan acar sayur. Steaknya empuk seanak restoran ditambah tofu yang lembut. Informasi nilai Gizi : E : 585 kkal P : 36 gr L : 26 gr KH : 47 gr. Yuk buruan order sekarang juga. #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed
10	Today's Menu	Menu Makan Sore	Promosi	Selasa	25 Juni 2024	13.00 WIB		Instagram	Story
11	Sarapan Sehat	Menu Sarapan Sehat	Informasi	Rabu	26 Juni 2024	17.00 WIB	Informasi nilai gizi Salad Sayur dan Jus Buah Naga #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Feed
12	Testimoni	Testimoni Customer selama menggunakan jasa catering dari Griya Nutrisi	Promosi	Kamis	27 Juni 2024	12.00 WIB		Instagram	Story
13	Testimoni	Testimoni Customer selama menggunakan jasa catering dari Griya Nutrisi	Promosi	Jumat	28 Juni 2024	13.00 WIB		Instagram	Story
14	Testimoni	Testimoni Customer selama menggunakan jasa catering dari Griya Nutrisi	Promosi	Sabtu	29 Juni 2024	12.00 WIB		Instagram	Story
15	Konsultasi Gizi	Konsultasi gizi gratis	Promosi	Minggu	30 Juni 2024	13.00 WIB		Instagram	Story
16	Informasi Menu Makan	Informasi Menu Makan	Informasi	Senin	1 Juli 2024	08.00 WIB		Instagram	Story
17	Discount	Discount khusus hari ini sebesar 10% untuk Makan Siang dan Makan Sore	Promosi	Senin	1 Juli 2024	08.00 WIB		Instagram	Story
18	Edukasi Gizi	Edukasi tentang Makanan Sehat	Edukasi	Selasa	2 Juli 2024	12.00 WIB		Instagram	Story

19	Ide Sarapan Special Untuk Kamu.	Makanan sehat sandwich dan jus mangga	Promosi	Rabu	3 Juli 2024	12,00 WIB	Sarapan sehat bersama Griya Nutrisi. Sandwich ditambah dengan jus buah mangga ini cocok banget nemenin sarapan kamu. Di dalam sandwich ini ada mangga, keju slice, tomat, selada bokor, dan anggur yang tersembunyi. Rotinya sangat lembut dipadukan dengan buah mangga dan anggur yang manis. Yuk buruan order sekarang juga. #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Reels
20	Sarapan Ini Biar Kamu Makin Sehat	Makanan sehat salad sayur dan jus buah naga	Promosi	Kamis	4 Juli 2024	13,00 WIB	Menu sarapan sehat kali ini yaitu salad sayur dan jus buah naga, sudah pasti sarapan sehat ini cocok untuk kamu, terutama bagi kamu yang sedang diet. Sudah pasti sayuran segar dan fresh. Yuk buruan order sekarang. #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Reels
21	Buat Hidup Kamu Lebih Sehat Dengan Catering Griya Nutrisi.	Makanan sehat dua menu makan siang dan makan sore	Promosi	Jumat	5 Juli 2024	13,00 WIB	Menu Makan Siang dan Makan Sore yang simpel dan pasti sudah memenuhi asupan gizi kamu. Yuk buruan order sekarang, dan konsultasi dengan nutritionist kami. #sarapansehat #snacksehat #makanansehat #makananaman #makananbergizi #cateringsehat #makanansehatamandanbergizi #griyanutrisi	Instagram	Reels

Gambar 3. Content Planner

b. Foto produk

Fotografi produk merupakan percabangan dari jenis fotografi. Fotografi produk adalah suatu metode tentang bagaimana kita mengambil gambar dari sebuah produk. [7] Foto produk sangat penting dilakukan jika ingin mem-branding sebuah penciptaan karya, alasan mengapa foto produk sangatlah penting dalam membranding adalah karena dalam sebuah *frame*-nya harus bisa menceritakan *image* sebuah produk. Foto atau gambar dapat memainkan peran penting dalam mengatasi ketidakmampuan konsumen untuk menyentuh dan melihat produk secara langsung. Foto produk dapat memberikan kedekatan khususnya antara penjual dengan konsumen maupun calon konsumen, karena gambar visual adalah alternatif yang baik untuk menyampaikan informasi belanja *online* dan mempengaruhi pilihan mereka.



Gambar 4. Peralatan Foto Produk

Peralatan yang dibutuhkan untuk foto produk di antaranya, yaitu :

- 1) Lampu Meja, dapat menggunakan satu buah lampu meja, namun dengan dua lampu meja pencahayaan akan menjadi lebih merata dan berdimensi. Penempatannya bisa disesuaikan dengan kebutuhan pencahayaan.
- 2) Objek, tempatkan objek di tengah meja untuk memudahkan dalam melakukan komposisi.
- 3) Tripod, Penyangga kamera merupakan hal penting, tujuannya agar gambar tidak goyang dan buram.
- 4) Meja, Untuk menyangga karton/ *background*, gunakan meja yang menempel dengan dinding agar dapat membentuk siku.



Gambar 5. Peralatan Foto Produk Penulis

Pada proses foto produk ini, penulis menggunakan alat- alat sebagai berikut :

- 1) *Background* putih dan kuning, agar memberikan kesan visual yang diinginkan.
- 2) *Reflector* cahaya, digunakan untuk menyebarkan dan memantulkan sumber cahaya, dan menciptakan efek pencahayaan yang lebih merata.
- 3) *Studio Foto Light Stand*, untuk memberikan cahaya tambahan agar dapat menghasilkan foto yang jelas dan terang.
- 4) Meja, untuk menyangga karton/ *background*, gunakan meja menempel dengan dinding agar dapat membentuk siku.
- 5) Tripod, untuk menyangga kamera agar kamera tidak goyang.

c. Warna

Warna yang akan digunakan menggunakan warna yang *fresh* dan cerah sehingga dapat memberikan kesan sebagai makanan sehat dan dapat menggugah selera makan *target audience*. Warna Kuning agar dapat merangsang nafsu makan. Warna hijau melambangkan warna yang segar dan *fresh*. Dan warna putih yang memberikan kesan kebersihan pada makanan. Adapun warna merah untuk memberikan kesan menggugah selera.



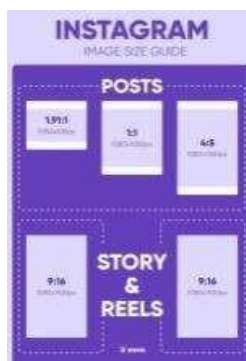
Gambar 6. Warna

d. Teks

Penggunaan tipografi pada perancangan konten Instagram PT Griya Nutrisi yaitu menggunakan jenis huruf sans serif yaitu League Spartan yang memiliki karakteristik tegas serta *font* Open Sans yang semudah dibaca, jelas dan sederhana.

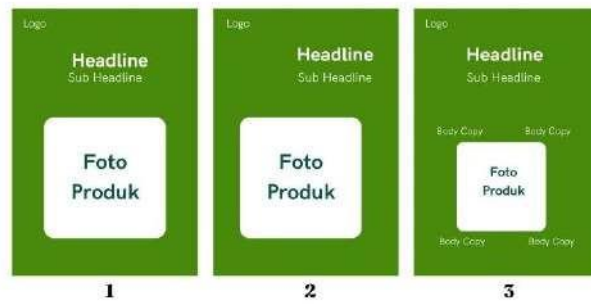
e. *Layout*

Layout yang digunakan untuk desain konten Instagram menggunakan Instagram dimana *layout* ini seperti papan catur. ada perancangan menampilkan konten dengan visual berupa foto pada *feeds* Instagram ukuran 1080 x 1080 piksel atau 1080 x 1350 piksel, video produk pada *reels* Instagram dengan ukuran 1080 x 1920 piksel, serta foto dan video produk pada *story* instagram ukuran 1080 x 1920 piksel. Adapun *layout* pada konten mengacu/ menyesuaikan pada *layout* instagram dan penulis menggunakan jenis *layout picture window*, dengan tampilan gambar yang besar, yang menjadi ciri utama tata letak ini, dan diikuti dengan *headline*, dan *body copy*.



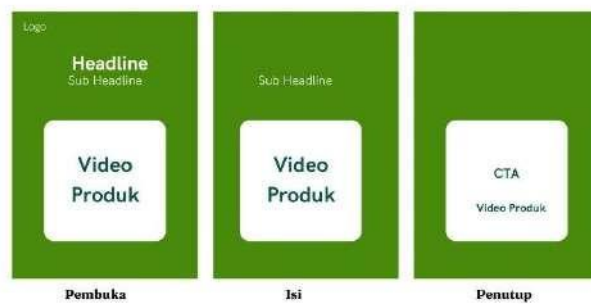
Gambar 8. *Layout* Instagram

Layout untuk Konten Foto



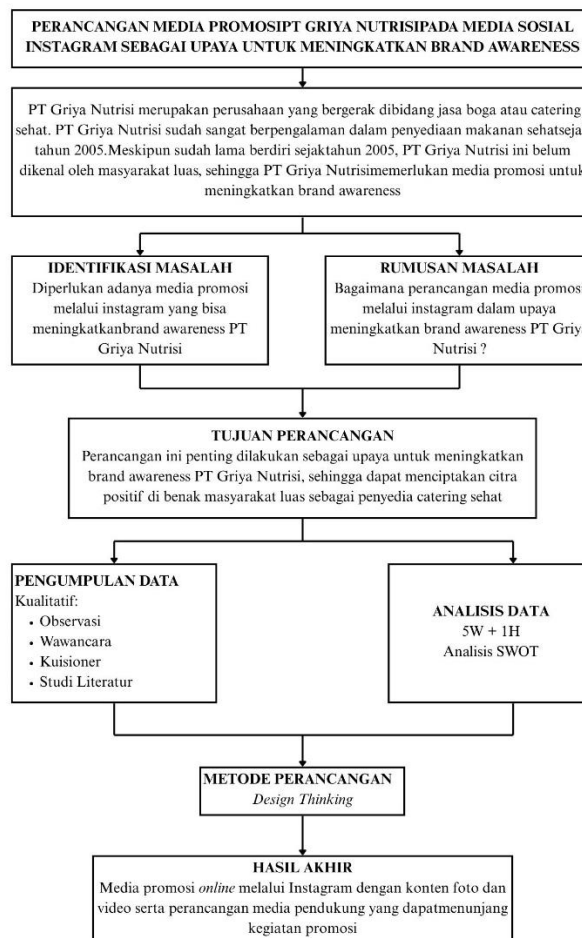
Gambar 9. *Layout* Konten Foto

Layout untuk Konten Video



Gambar 10. *Layout* Konten Video

8. Kerangka Berpikir



Gambar 11. Kerangka Berpikir

III. ANALISIS DAN PERANCANGAN

1. Konten Instagram

a. *Attention*

- Tujuan : Menarik perhatian dengan konten pada *feeds instagram*.
- Taktik : Membuat konten visual berupa foto produk *brand*.
- Bentuk : Konten Foto pada *feeds instagram*, hanya berupa foto produk dengan *Headline* Sarapan Sehat serta informasi nilai gizi, dan pada foto erdapat logo di sebelah kiri atas.



Gambar 12. Konten Kategori *Attention*

b. *Interest*

- Tujuan : Membangkitkan ketertarikan *audience*.
- Taktik : Membuat konten yang menampilkan sedikit informasi produk/ layanan pada *brand* serta konten edukasi.
- Bentuk : Konten pada *story instagram* yakni ajakan konsultasi gizi, informasi menu makan, dan edukasi makanan sehat.



Gambar 13. Konten Kategori *Interest*

c. *Search*

- Tujuan : Setelah audiens tertarik, audiens melakukan pencarian lebih lanjut.
- Taktik : Membuat konten yang mendukung audiens melakukan pencarian lebih lanjut yang menampilkan banyak informasi.
- Bentuk : Konten pada *feeds, story, dan reels* Instagram mengenai informasi produk, keunggulan produk dan informasi *brand* yang sudah berpengalaman.





Gambar 14. Kategori Konten Search

- d. *Action*
 Tujuan : Mengajak *audience* untuk melakukan *action*/pembelian.
 Taktik : Menawarkan *discount*.
 Bentuk : Konten pada *story* instagram yang berisi penawaran *discount* serta informasi cara order.



Gambar 15. Konten Kategori *Action*

e. *Share*

Tujuan : Mendorong *audience* untuk berbagi dengan lingkungannya sehingga informasi dapat tersampaikan kepada calon pembeli.

Taktik : Membuat konten testimoni. Konten ini adalah konten dari para konsumen yang memberikan testimoni terhadap produk/layanan yang sudah dibeli/digunakan.

Bentuk : Konten *story instagram* yakni konten testimoni.



Gambar 16. Konten Kategori *Share*

2. Media Pendukung

a. Brosur

Media ini akan dibagikan kepada masyarakat pada *event* kuliner, *event* Rumah Sakit, *event* dari Pemerintahan Kota misal dalam acara memperingati Hari Tanpa Tembakau Sedunia sebagai media promosi. Di dalamnya memuat promosi produk seperti foto produk, informasi produk dan harga pada produk, serta informasi kontak dan akun informasi akun Instagram PT Griya Nutrisi) untuk memudahkan *audience* menemukan akun Instagram hanya dengan *scan barcode* tersebut.



Gambar 17. Brosur

b. Poster

Media ini akan ditempatkan pada *event* kuliner seperti *event* Rumah Sakit, *event* dari Pemerintahan Kota misal dalam acara memperingati Hari Tanpa Tembakau Sedunia sebagai media promosi dan penanda. Selain itu, dapat dipasang pada ruang publik seperti mading, dan lain-lain. Format desain poster berukuran A4 21 x 29,7 cm. Di dalamnya memuat promosi agar *target audience* melakukan konsultasi gizi, dengan promosi *free* konsultasi, *free* sampel makanan dan *free paperbag* untuk menarik *target audience*.



Gambar 18. Poster

c. X banner

Media ini akan ditempatkan pada *event* kuliner seperti *event* Rumah Sakit, *event* dari Pemerintahan Kota misal dalam acara memperingati Hari Tanpa Tembakau Sedunia sebagai media promosi dan penanda. Di dalamnya memuat promosi dengan promosi *free* konsultasi, *free* sampel makanan dan *free paperbag* untuk menarik *target audience*.



Gambar 19. X-banner

d. Voucher Discount

Media ini akan dibagikan sebagai media promosi dengan tujuan untuk kebutuhan konten promosi sebagai penarik *target audience* agar mereka mengikuti akun Instagram Griya Nutrisi, karena syarat dan ketentuan pada penukaran *voucher* tersebut harus *follow* akun Instagram dari PT Griya Nutrisi. Ukuran *voucher* ini yaitu 10 cm x 4 cm.



Gambar 20. Voucher Discount

e. Kartu Nama

Media ini akan dibagikan sebagai media promosi dengan tujuan agar memudahkan *target audience* mendapatkan kontak dari PT Griya Nutrisi. Ukuran pada kartu nama ini yaitu 8,5 x 5 cm.



Gambar 21. Kartu Nama

f. Foto Produk

Foto produk menjadi salah satu pendukung dalam pembuatan konten Instagram ini. Foto produk diambil menggunakan kamera ponsel Iphone 13 dengan *camera setting* foto mode *potrait*, *exposure* - 0,7, dan f16. Alat-alat yang dibutuhkan untuk foto produk adalah sebagai berikut :

- *Background* putih dan kuning, agar memberikan kesan visual yang diinginkan.
- *Reflector* cahaya, digunakan untuk menyebarkan dan memantulkan sumber cahaya, dan menciptakan efek pencahayaan yang lebih merata.
- *Studio Foto Light Stand*, untuk memberikan cahaya tambahan agar dapat menghasilkan foto yang jelas dan terang.



Background Putih dan Kuning

Reflector Cahaya

Studio Foto Light Stand

Gambar 22. Peralatan untuk Foto Produk





Gambar 23. Foto Produk

3. Media Pelengkap

a. *Apron*

Media ini digunakan sebagai baju kerja agar tetap bersih, melindungi dari tumpahan, cipratan ataupun noda. Media ini bisa digunakan pada *event*, misal *event cooking demo*, dll.



Gambar 24. *Apron*

b. *Loyalty Card*

Media ini digunakan untuk menarik *target audience* sehingga bisa menjadi pelanggan setia. Ukuran pada *loyalty card* ini yaitu 8,5 x 5 cm. Di dalamnya memuat informasi nama dan member ID.



Gambar 25. *Loyalty Card*

c. *Kertas Minyak*

Media ini digunakan untuk membungkus nasi, agar tampak menarik dengan logo Griya Nutrisi sehingga dapat menarik *target audience*.



Gambar 26. *Kertas Minyak*

d. *Paperbag*

Paperbag digunakan sebagai media promosi untuk menarik *target audience* pada saat mengikuti *event*. *Paperbag* ini akan dibagikan gratis, bersama dengan makanan dari PT Griya Nutrisi.



Gambar 27. *Paperbag*

e. *Paperbelt*

Paperbelt digunakan untuk membuat *packaging* PT Griya Nutrisi menjadi lebih menarik. Pada media tersebut juga menampilkan informasi nilai gizi makanan.



Gambar 28. *Paperbelt*

f. *Mug*

Mug berperan sebagai *souvenir* atau *merchandise* yang dibagikan pada saat PT Griya Nutrisi mengikuti *event*.



Gambar 29. *Mug*

g. *Stiker*

Stiker dibuat sebagai *merchandise* yang dibagikan untuk konsumen setelah melakukan pembelian. Format desain stiker ini lingkaran dengan diameter 5 x 5 cm, terdapat logo PT Griya Nutrisi dan *tagline*



Gambar 30. *Stiker*

IV. KESIMPULAN

Promosi merupakan suatu kegiatan memberikan informasi kepada *audience* mengenai layanan/ produk dari suatu *brand* dan membujuk *audience* untuk membeli produk/ menggunakan layanan. Di masa kini, Instagram menjadi media sosial yang paling banyak dipakai sehingga bisa digunakan sebagai promosi untuk menghubungkan *brand* dan konsumen.

Pada perancangan konten ini, penulis harus peka terhadap permasalahan yang ada, mencari informasi seperti *positioning*, *Unique Selling Point* pada *brand*, lalu merancang konsep visual mulai dari warna, *typography*, *layout* dan lain sebagainya agar menghasilkan visual yang *relate* dengan *brand*, sehingga mampu menciptakan citra yang diinginkan. Setelah itu penulis membuat sebuah *content planner* yang memuat semua aspek konten dari mulai *content pillar*, *caption*, *hashtag* hingga *timeline* posting, dan membuat konten visual melalui foto dan video produk yang menarik. Konten visual yang dibuat, menggunakan metode AISAS yakni *Attention*, *Interest*, *Search*, *Action* dan *Share*. Dimana *attention* bertujuan untuk menarik perhatian *audience*, *interest* bertujuan untuk menarik minat *audience*, *search* bertujuan untuk *audience* melakukan pencarian lebih lanjut, *action* bertujuan untuk *audience* melakukan pembelian, dan *share* bertujuan untuk *audience* berbagi dengan lingkungannya.

Pada perancangan ini, kunci utama yang paling penting dalam proses perancangan adalah proses pembuatan konten, sampai dengan strategi komunikasi sehingga dapat menghasilkan *insight* yang bagus. Hal tersebut yang akhirnya mampu menghubungkan satu proses ke proses berikutnya, sehingga penulis dapat menemukan solusi atas permasalahan yang ada.

REFERENSI

- [1] Pamela, I. (2018). *Perilaku konsumsi makanan cepat saji pada remaja dan dampaknya bagi kesehatan* [Online]. Diakses 10 Februari 2024, dari <https://jurnal.unej.ac.id/index.php/IKESMA/article/download/10459/6690/>
- [2] Kementerian Kesehatan RI. (2023). *Masalah gizi, permasalahan kita bersama*. Diakses 2 Februari 2024, dari <https://ayosehat.kemkes.go.id/masalah-gizi-permasalahan-kita-bersama>
- [3] Kokatto. (2022). *Alasan media promosi adalah hal penting untuk bisnis*. Diakses 3 Desember 2023, dari <https://kokatto.com/id-id/blog/464-whatsapp-119922-alasan-media-promosi-adalah-hal-penting-untuk-bisnis/>
- [4] Sugiyama, K., & Andree, T. (2011). *The Dentsu Way: Secrets of cross switch marketing from the world's most innovative advertising agency*. New York, NY: McGraw-Hill.
- [5] Annur, C. M. (2024, March 1). *Ini media sosial paling banyak digunakan di Indonesia awal 2024*. Katadata. Diakses 30 Maret 2024, dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/03/01/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024>
- [6] Susanto, D. (2021). *Model AISAS untuk memetakan keputusan pembelian konsumen* [Online]. Diakses 1 April 2024, dari <https://e-journal.uajy.ac.id/25747/2/17%20090%206335%201.pdf>
- [7] Mahadhiva, A. A. G. B., Negara, I. N. S., & Cahyadi, I. W. A. E. (2022). *Perancangan fotografi produk untuk konten media sosial Falala Chocolate di Quarantesix Studio*.
- [8] Kusuma, Y. (2011). *Foto produk murah & wah! Panduan membuat foto produk dengan peralatan sederhana*. Jakarta: PT Grasindo.