

ABSTRAK

Komunikasi visual memiliki peran penting di era pemasaran digital dan Instagram telah menjadi platform utama bagi Belah Doeren untuk menampilkan produk mereka secara visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi visual konten produk durian bulan Maret 2024 di media sosial Instagram.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan analisis deskriptif untuk mengidentifikasi dan menganalisis elemen-elemen komunikasi visual yang digunakan dalam konten produk durian di Instagram Belah Doeren periode Maret 2024. Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis isi dengan model Miles dan Huberman, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan yang matang, konsistensi visual, dan kreativitas adalah kunci keberhasilan dalam membangun merek di media sosial. (1) Belah Doeren memiliki perencanaan yang sistematis sehingga dapat membuat konten yang mudah diingat audiens dan memiliki elemen visual yang konsisten. (2) Penggunaan timeline dalam penyusunan konten membuat Belah Doeren dikenal masyarakat luas dan mendapatkan *engagement* yang bagus. (3) Tantangan yang dihadapi Belah Doeren sangat kompleks tetapi tim konten kreator mampu mengatasi dan menghasilkan konten yang informatif. Penelitian ini menunjukkan bahwa Belah Doeren telah menggunakan strategi komunikasi visual yang tepat di Instagram untuk meningkatkan kesadaran merek, *engagement*, serta penggunaan elemen visual yang tepat dapat membantu meningkatkan penjualan. Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa mereka telah menerapkan komunikasi visual yang sesuai, sehingga memotivasi Belah Doeren untuk terus meningkatkan kualitas konten visual.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Konten Produk, Instagram

ABSTRACT

Visual communication has an important role in the digital marketing era, and Instagram has become the main platform for Belah Doeren to visually display their products. This research aims to analyze the visual communication of durian product content in March 2024 on Instagram social media. This research uses a qualitative method with descriptive analysis to identify and analyze the visual communication elements used in durian product content on Belah Doeren's Instagram for the March 2024 period.

Research data were collected through interviews, observation, and documentation. The data analysis technique used is content analysis with the Miles and Huberman model, namely data reduction, data presentation, and conclusion drawing.

The results showed that careful planning, visual consistency, and creativity are the keys to success in building brands on social media. (1) Belah Doeren has systematic planning so that it can create content that is easy for the audience to remember and has consistent visual elements. (2) The use of a timeline in preparing content makes Belah Doeren known to the wider community and gets good engagement. (3) The challenges faced by Belah Doeren are very complex, but the content creator team is able to overcome them and produce informative content. This research shows that Belah Doeren has used the right visual communication strategy on Instagram to increase brand awareness and engagement, and the use of the right visual elements can help increase sales. Thus, this research shows that they have implemented appropriate visual communication, thus motivating Belah Doeren to continue improving the quality of visual content.

Keywords: Visual Communication, Product Content, Instagram