

# KARAKTER ILUSTRASI PADA KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM AKUN LEMBAGA FORMAL (Studi Kasus: @jeniusconnect, @fsrdusakti, @docotel)

Karina Luthfiya<sup>1</sup>, Elda Franzia Jasjfi<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain,  
Universitas Trisakti

e-mail: karinaluthfiya@gmail.com<sup>1</sup>, elda@trisakti.ac.id<sup>2</sup>

## ABSTRAK

Peranan sosial media kini bukan hanya sebuah media untuk bersosialisasi namun beberapa lembaga formal seperti lembaga perbankan Jenius, lembaga Pendidikan Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti, dan lembaga teknologi informasi Docotel pun memiliki media sosial *Instagram* untuk kebutuhan marketing perusahaan tersebut. Umumnya konten pada akun Instagram lembaga formal memiliki gaya konten yang formal dan tidak memiliki karakter ilustrasi, namun ketiga perusahaan di atas menggunakan gaya konten yang informal dan memiliki karakter ilustrasi pada sosial media Instagramnya. Pada makalah ini akan membahas gaya konten karakter ilustrasi yang digunakan pada media sosial *Instagram* lembaga-lembaga formal tersebut. Metodologi yang dipakai dalam penelitian makalah ini adalah metodologi penelitian kualitatif, dengan teknik analisis studi antar kasus. Hasil dari penelitian ini adalah ditemukannya persamaan pada gaya karakter ilustrasi yang ditujukan pada segmen yang tepat, dan tujuan perusahaan agar segmen tersebut tertarik dengan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan tersebut. Ditemukan pula perbedaan karakteristik ilustrasi dari ketiga perusahaan di atas yang bertujuan untuk menunjukkan karakter dari masing-masing perusahaan.

Kata Kunci: Lembaga formal, Media sosial, *Instagram*, Ilustrasi, Karakter

## PENDAHULUAN

Pada era kini, media sosial bukan hanya sebuah media *online* untuk bersosialisasi, namun dapat dijadikan media untuk *marketing*, promosi, galeri, dan tempat untuk berjualan pada *platform online*. Beragamnya jenis media sosial dan kemudahan dalam pengaplikasiannya memberi kemudahan bagi para penggunanya. Konten dan fitur-fitur yang dapat diunggah media sosial dapat berupa teks, gambar, video, animasi, hingga *motion graphic*. *Instagram* adalah salah satu media sosial yang dapat memenuhi fitur-fitur tersebut. Instagram dimanfaatkan oleh perorangan dan juga lembaga-lembaga formal dan informal untuk memenuhi strategi pemasaran atau promosi lembaga atau perusahaan tersebut (Setiadi, 2016). Lembaga informal pada umumnya memiliki konten *Instagram* yang interaktif, dinamis, banyak menggunakan grafis dan menggunakan banyak warna. Biasanya konten informal identik dengan menciptakan karakter khusus yang merepresentasikan *image* dari lembaga tersebut untuk memudahkan interaksi kepada target marketnya. Berbanding terbalik dengan lembaga formal, konten yang biasanya dihadirkan berupa foto-foto realita, minim penggunaan grafis, warna-warna yang digunakan pun tidak banyak. Namun dengan beradaptasi pada era modern sekarang ini, lembaga-lembaga formal di Indonesia sudah banyak memiliki kemajuan pada bidang promosinya,

atau untuk mengenalkan jasa atau produknya kepada masyarakat dengan ikut terjun ke dunia media sosial *Instagram* untuk mendapatkan perhatian dari masyarakat. Konten *Instagram* pun beralih dari konten yang formal, monoton, dan tidak menarik untuk kaum muda, sekarang sudah menggunakan gaya desain yang informal yang mampu menarik perhatian masyarakat. Pengertian lembaga menurut para ahli, lembaga adalah bentuk lain organisasi yang tersusun secara tetap dari pola-pola kelakuan, peranan-peranan dan relasi sebagai cara yang mengikat guna tercapainya kebutuhan-kebutuhan sosial dasar (Hendropuspito, 1998). Contohnya seperti lembaga keuangan, lembaga pendidikan, lembaga teknologi informasi, lembaga hukum, lembaga politik dan lainnya.

Maka makalah ini akan mengkaji gaya karakter ilustrasi yang disajikan pada akun *Instagram* perusahaan dari lembaga formal di Indonesia yang menggunakan gaya desain yang informal untuk konten pada *Instagram* lembaga tersebut. Studi kasus yang diangkat yaitu Lembaga keuangan: akun *Instagram* anak perusahaan perbankan swasta BTPN yaitu Jenius (@jeniusconnect). Lembaga Pendidikan: akun *Instagram* Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Trisakti (@fsrdusakti), dan pada Lembaga Teknologi Informasi: akun *Instagram* perusahaan IT Docotel (@docotel). Berdasarkan hasil observasi awal, ada pemilihan elemen visual yang interaktif dengan menggunakan banyak grafis, warna, ilustrasi karakter, dan juga tipografi yang informal dapat disajikan oleh akun *instagram* lembaga formal dan pada tiap akunnya jika diperhatikan memiliki ciri khas pada pemilihan gaya ilustrasinya.

Penelitian ini mengacu pada rumusan masalah, apakah gaya konten karakter ilustrasi yang digunakan pada media sosial *Instagram* lembaga-lembaga formal di atas relevan dengan *image*, target pasar, dan tujuan dari lembaga tersebut? Tujuan ditulisnya makalah ini untuk mendeskripsikan, atau memaparkan gaya konten ilustrasi informal yang digunakan pada media sosial lembaga-lembaga formal relevan dengan *image* lembaga atau perusahaan terkait. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dijadikan sumber pengetahuan dan pembelajaran bagi lembaga formal atau perusahaan untuk membuat media pemasaran dan promosi yang menarik dengan visual ilustrasi unik dan sesuai dengan karakter, *image*, dan tujuan perusahaan.

## **KAJIAN TEORI**

### **Media Sosial**

Kemunculan teknologi internet secara otomatis turut pula mempengaruhi perkembangan penggunaan media sosial di masyarakat. Media sosial adalah media online yang mendukung interaksi sosial. Media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif, Van Dijk dalam (Nasrullah, 2014) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Melalui media sosial, setiap orang bisa membuat, menyunting sekaligus mempublikasikan sendiri konten berita, promosi, artikel, foto, dan video. Selain lebih fleksibel dan luas cakupannya, media sosial lebih efektif, efisien, cepat, interaktif, dan variatif dalam mempublikasikan pesan (Suryani, 2015). Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) daring yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. Keberadaan media sosial kini terus merambah kehidupan manusia. Dalam

perkembangannya media sosial bisa dimanfaatkan untuk beragam kepentingan, mulai menjalin pertemanan, kampanye program tertentu (pendidikan, sosial, agama, lingkungan, kesehatan, dan sebagainya), sampai promosi dan pemasaran produk atau jasa tertentu (Suryani, 2015). Mengutip (Setyadi, 2020) media sosial di era seperti sekarang ini dianggap sebagai primadona yang menawarkan berbagai benefit bagi perusahaan. Media sosial yang dikenal saat ini adalah *Facebook*, *Youtube*, *LinkedIn*, *Instagram* dan masih banyak lagi yang lainnya.

*Instagram* adalah sebuah aplikasi sosial yang populer dalam kalangan pengguna telepon pintar (*smartphone*). *Instagram* pertama kali didirikan dan dirancang oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger di San Francisco pada tahun 2010. Nama *Instagram* diambil dari kata “Insta” yang asalnya “Instan” dan “gram” dari kata “telegram”. Jadi *Instagram* merupakan gabungan dari kata Instan-Telegram (Ghazali, 2016). Dari penggunaan kata tersebut dapat diartikan sebagai aplikasi untuk mengirimkan informasi dengan cepat, yakni dalam bentuk foto, video, *motion graphic*, dan lain-lain. *Instagram* memiliki banyak fitur yang bisa dinikmati oleh penggunanya, antara lain (1) *Posting* foto dan video, (2) *Instagram Stories*, (3) *Instagram Ads*, (4) Profil *Instagram* Bisnis.

### Ilustrasi

Ilustrasi adalah sebuah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual dan esensi dari ilustrasi adalah pemikiran, ide dan konsep yang melandasi apa yang ingin dikomunikasikan gambar. Menurut (Perdana & Murwonugroho, 2017) ilustrasi adalah proses penggambaran objek, baik visual maupun audio dan lain-lain. Komunikasi secara visual merupakan suatu komunikasi melalui wujud yang dapat diserap oleh indera pengelihatan.

Menurut (Witabora, 2012) peran ilustrasi bukan hanya sebagai alat pendukung untuk sebuah tulisan, namun ilustrasi memiliki beberapa peran yaitu:

1. Alat informasi: ilustrasi adalah media instruksi yang baik, informasi dapat lebih mudah dicerna ketika disampaikan secara visual.
2. Opini: ilustrasi menjadi media opini pada tema-tema seperti gaya hidup, politik dan isu-isu yang sedang terjadi.
3. Alat untuk bercerita: ilustrasi narasi atau cerita banyak kita temui di buku anak, novel grafis, dan komik. Ilustrasi di sampul buku berfungsi sebagai kemasan dan *point of sale*.
4. Alat persuasi: ilustrasi dapat merepresentasikan sebuah produk atau membangun *brand image* itu sendiri.
5. Identitas: ilustrasi sebagai identitas ini sering ditemukan pada perusahaan atau organisasi dalam merancang *brand image* perusahaan.

### METODOLOGI

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Bogdan dan Taylor dalam (Moloeng, 2007) mendefinisikan penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Penelitian dengan metode pendekatan kualitatif berupa usaha dalam memperoleh data kemudian menganalisis data tersebut yang dapat menggambarkan dan menjawab permasalahan (Tirtadarma, Waspada, & Jasjfi, 2018). Data yang diambil berupa literatur, gambar, dan fakta

yang diamati dari fenomena yang terjadi dan bersinggungan dengan topik yang akan dibahas. Pertimbangan digunakannya deskriptif adalah objek yang dikaji dipaparkan menurut fakta-fakta yang ada yang bertujuan dapat memaparkan serta menguraikan kondisi yang ada.

Penelitian ini juga bersifat studi antar kasus, karena ketiga objek penelitian memiliki persamaan yaitu bergerak pada lembaga formal walaupun bukan pada lembaga yang sama, dan menggunakan gaya konten informal pada akun Instagram perusahaan tersebut. Untuk mendapatkan hasil dari pembahasan, akan dipaparkan laman dari akun-akun objek yang telah disebutkan di atas, dan mendeskripsikan karakter ilustrasi pada konten Instagram masing-masing akun. Dengan metode pembahasan tersebut, menjadikan ketiga objek tersebut dapat menghasilkan jawaban untuk rumusan masalah yang telah disebutkan.

## PEMBAHASAN

Kelembagaan formal memiliki suatu struktur yang terumuskan dengan baik, yang menerangkan hubungan-hubungan otoritasnya, kekuasaan, akuntabilitas dan tanggung jawabnya. Struktur yang ada juga menerangkan bagaimana bentuk saluran-saluran melalui apa komunikasi berlangsung. Kemudian menunjukkan tugas-tugas terspesifikasi bagi masing-masing anggotanya. Kelembagaan formal adalah kelembagaan resmi yang sengaja dibentuk pemerintah untuk mendukung program tertentu, didukung dengan surat keputusan institusi. Status, prestise, imbalan, pangkat dan jabatan, serta prasyarat lainnya terurutkan dengan baik dan terkendali. Selain itu kelembagaan formal tahan lama dan beraturan, serta relatif tidak fleksibel. Contoh kelembagaan formal adalah badan-badan pemerintah yang salah satunya bergerak dalam bidang perbankan seperti BTPN yang memiliki produk aplikasi yang bernama jenius dengan akun Instagram @jeniusconnect.



**Gambar 1 Karakter Ilustrasi pada Akun @jeniusconnect. (Sumber: Luthfiya, 2019)**

Pada akun Instagram Jenius, gaya ilustrasi yang digunakan merupakan gaya gambar yang tidak realistik, dinamis, menggunakan bentuk-bentuk sederhana dan

menggunakan teknik vektor dalam menggambarkan karakter tersebut. Perbedaan antara karakter perempuan dan laki-laki terdapat pada baju karakter dan pada bagian mata, karakter perempuan diberikan aksesoris satu helai bulu mata yang lentik sedangkan yang laki-laki tidak. Pemilihan style untuk masing-masing karakter pun mengikuti style anak muda masa kini, dengan memadukan warna-warna yang cerah serta potongan rambut yang modern.

Selain lembaga perbankan, lembaga pendidikan seperti perguruan tinggi contohnya Universitas Trisakti yang memiliki Fakultas Seni Rupa dan Desain (FSRD). FSRD Universitas Trisakti memiliki akun Instagram @fsrdusakti. Karakter ilustrasi pada akun Instagram FSRD Usakti pun memiliki gaya ilustrasi yang dinamis dan tidak realistis, tidak realistis disini membahas pada proporsi tubuh yang tidak mengikuti bentuk tubuh manusia sesungguhnya. Gaya ini membuat kesan lebih dinamis dan menarik. Penggunaan bentuk-bentuk yang sederhana juga diterapkan pada ilustrasi karakter tersebut. Perancang akun Instagram FSRD Usakti (Putri, 2019) pun menciptakan karakter berdasarkan simbol dari nilai-nilai yang ingin disampaikan melalui akun Instagram tersebut yaitu, nilai ekspresif, kreatif, dan fleksibel. Untuk membedakan karakter laki-laki dan perempuan dapat terlihat pada bagian mata dari karakter dan style yang dipadukan. Pada bagian mata karakter perempuan terdapat bulu mata yang lentik yang ditambahkan, lalu style yang digunakan pada setiap karakternya menggunakan baju-baju yang “nyentrik” dan modern, yang menggambarkan mahasiswa-mahasiswi FRSD Usakti.



**Gambar 2 Karakter Ilustrasi pada Akun @fsrdusakti. (Sumber: Luthfiya, 2019)**

Begitu juga dengan karakter ilustrasi pada akun Instagram Docotel. Docotel merupakan salah satu lembaga keuangan perusahaan Docotel bergerak di bidang IT juga merupakan lembaga formal yaitu lembaga teknologi dan informasi. @docotel yang merupakan akun Instagram dari perusahaan Docotel.



**Gambar 3** Karakter Ilustrasi pada Akun @docotel. (Sumber: Luthfiya, 2019)

Masih dengan menggunakan teknik ilustrasi digital atau vektor, menggunakan bentuk-bentuk sederhana, dan gaya ilustrasi pada karakternya tidak realistis atau tidak menyerupai manusia sesungguhnya. Gaya yang dinamis masih diterapkan pula pada ilustrasi dari karakter Docotel, membuatnya terlihat tidak membosankan untuk membaca konten yang akan disampaikan. Pemilihan warna untuk karakternya masih dengan menggunakan warna khas dari Docotel yaitu biru, ungu, dan merah. Untuk membedakan antara karakter laki-laki dengan perempuan, dengan menambahkan aksesoris bulu mata pada karakter perempuan, sedangkan pada laki-laki tidak menggunakan aksesoris. Tidak lupa dengan pemilihan style pada karakternya, baju-baju yang digunakan cenderung lebih formal, baju casual pun beberapa tetap digunakan namun tetap rapih dan modern.

Perbandingan	Jenius	FSRD Usakti	Docotel
Karakteristik Manusia	Memiliki mata besar, bentuk kaki dan tangan ramping	Memiliki bentuk mata yang normal, bentuk tubuh lebih proporsional	Memiliki bentuk mata dan tubuh yang proporsional
Penggunaan Warna	Colorfull	Warna spesifik	Warna Brand Image

### **SIMPULAN & REKOMENDASI**

Kesimpulan yang didapat adalah bahwa gaya ilustrasi yang digunakan dalam sosial media Instagram perusahaan Jenius, FSRD Usakti, dan Docotel memiliki persamaan yaitu sama-sama menggunakan gaya ilustrasi vektor atau biasa disebut digital. Dengan menggunakan elemen-elemen sederhana membuat karakter ilustrasi terlihat simpel dan tegas. Gaya ilustrasi berupa vektor memang pada era modern ini banyak digunakan, karena bentuknya yang simpel sehingga terlihat lebih modern dan lebih fleksibel untuk disesuaikan dengan konteks yang

berbeda-beda. *Image* modern ini sesuai dengan *image* yang merepresentasikan masing-masing perusahaan yang tentunya berkesinambungan dengan target market setiap perusahaan yaitu mereka yang “melek” sekaligus terkoneksi secara digital dengan mobilitas tinggi, segmen tersebut berkisaran umur 17 - 40 tahun baik perempuan maupun laki-laki.

Namun karakter ilustrasi dari Jenius, FSRD Usakti dan Docotel memiliki karakteristik yang berbeda. Karakter pada Jenius memiliki bentuk mata yang lebih besar, dengan bentuk tangan dan kaki yang lebih ramping, dan penggunaan warnanya pun beragam. Berbeda dengan karakter pada FSRD Usakti memiliki bentuk mata yang normal atau kenderung kecil, dengan bentuk tubuh atau tangan dan kaki yang lebih proporsional, dan tetap menggunakan beragam warna untuk merepresentasikan perusahaan itu sendiri. Begitu pula dengan karakter pada Docotel, yaitu memiliki bentuk mata dan tubuh yang lebih proporsional namun penggunaan warna tidak begitu banyak, sesuai dengan warna yang dijadikan *brand image* Docotel itu sendiri yaitu biru, ungu, dan merah.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan gaya karakter ilustrasi yang sama membantu ketiga perusahaan tersebut bersaing dengan perusahaan yang serupa, dengan kata lain Jenius dengan Lembaga Keuangan lainnya, FSRD Usakti dengan Lembaga Pendidikan, dan Docotel dengan Lembaga Teknologi Informasi. Terlihat berbeda tentu membuat ketiga perusahaan tersebut lebih terlihat jika dibandingkan dengan perusahaan serupa lainnya, yang membuat promosi perusahaan lebih tertuju pada target market masing-masing. Dengan membangun *image* yang informal pada media sosial lembaga formal, perusahaan Jenius, FSRD Usakti, dan Docotel tentu tidak melupakan karakter dari masing-masing perusahaan, sehingga terlihat lebih meyakinkan walupun tidak menggunakan *image* formal pada akun media sosial masing-masing perusahaan.

## **DAFTAR PUSTAKA**

Docotel.com. About Us. <https://www.docotel.com/company#company-section>  
Fsrd.trisakti.ac.id. Sejarah Singkat. <http://fsrd.trisakti.ac.id/tentang-fsrd/sejarah-singkat>

Perdana, K. A., & Murwonugroho, W. (2017). Gaya Ilustrasi Indies (Studi Perbandingan Poster Film Tiga Dara Versi Orisinal Dan Restorasi). 185–200.

Podfeeder.com. (2019, 10 Mei). Mengenal Lebih Dalam Mengenai Facebook. <http://www.podfeeder.com/teknologi/mengenal-lebih-dalam-mengenai-facebook/>

Putri, F. N. A. (2019). Perancangan Media Promosi Fakultas Seni Rupa dan Desain Melalui Media Sosial Instagram: Studi Kasus Akun Instagram @fsrdusakti. 1–104.

Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7.

Setyadi, D. K. (2020). Peran Twitter Dalam Digital Customer Relation Management Di Industri Perbankan. *Journal Communication Spectrum*, 9(2). <https://doi.org/10.36782/jcs.v9i2.1952>

Suryani, I. (2015). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Media Pemasaran Produk dan Potensi Indonesia dalam Upaya Mendukung ASEAN Community 2015 (Studi Social Media Marketing Pada Twitter Kemenparekraf RI dan Facebook Disparbud Provinsi Jawa Barat). *Jurnal Komunikasi*, 8(April 2014), 123–138.

Tirtadarma, E., Waspada, A. E. B., & Jasjfi, E. F. (2018). Kajian Peranan Desain UX (Pengalaman Pengguna) - UI (Antar Muka Pengguna) Mobile Application Kategori Transportasi Online terhadap Gaya Hidup Bertransportasi Masyarakat Urban. *Jurnal Seni Dan Reka Rancang: Jurnal Ilmiah Magister Desain*, 1(1), 181207. <https://doi.org/10.25105/jsrr.v1i1.4046>

Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>