

Proses Produksi Desain *Feed* Instagram sebagai Media Edukasi dan Komunikasi Publik di @radartv_official

Anisa Nur Azizah¹, Suparman², Rr. Renny Soelistiowaty³

^{1,2,3}IPB University

E-mail: niss.nzh@gmail.com¹

Article History:

Received: 11 Januari 2026

Revised: 21 Januari 2026

Accepted: 25 Januari 2026

Keywords: desain grafis, media sosial, strategi komunikasi visual

Abstract: Perkembangan media digital mendorong media lokal untuk memanfaatkan platform visual seperti Instagram sebagai sarana edukasi dan komunikasi publik. Radar Tasikmalaya TV menjadi salah satu media lokal yang aktif memproduksi desain feed Instagram, namun proses produksinya belum banyak dikaji secara mendalam, terutama terkait konsistensi visual dan efektivitas penyampaian pesan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses produksi desain feed pada akun @radartv_official mencakup tahap pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi, serta mengidentifikasi kendala yang dihadapi dalam praktik. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus melalui wawancara, observasi langsung, serta analisis dokumentasi desain. Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi dilakukan melalui perencanaan pesan berbasis isu aktual, penyusunan konsep visual yang mengacu pada identitas lembaga, serta penerapan elemen warna, tipografi, dan komposisi sesuai teori komunikasi visual. Selain itu, ditemukan bahwa fungsi informasi, korelasi, hiburan, dan mobilisasi dalam teori McQuail tampak dalam setiap tahapan produksi. Kendala utama meliputi ketiadaan brand guideline dan keterbatasan sumber daya manusia sehingga konsistensi visual belum optimal. Temuan penelitian ini penting sebagai dasar penguatan strategi komunikasi visual media lokal, sekaligus memberikan rekomendasi pengembangan standar desain agar penyampaian pesan publik melalui Instagram menjadi lebih efektif.

PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peran fundamental dalam kehidupan manusia karena berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, pembentukan opini, dan memengaruhi perilaku. Perkembangan teknologi informasi mempercepat perubahan pola komunikasi, menghadirkan media digital sebagai ruang pertukaran pesan yang lebih cepat, interaktif, dan bebas batas geografis. Menurut laporan We Are Social (2024), Indonesia memiliki 278,7 juta penduduk dengan 139 juta di

antaranya merupakan pengguna aktif media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat, baik sebagai sumber informasi maupun sebagai ruang ekspresi identitas digital.

Di antara beragam platform, Instagram menempati posisi kedua sebagai media sosial yang paling banyak digunakan, yaitu oleh 85,3% pengguna internet di Indonesia (We Are Social, 2024). Popularitas ini tidak terlepas dari karakter visualnya yang kuat dan fitur-fitur yang memungkinkan penyebaran pesan secara kreatif, informatif, dan persuasif. Dalam konteks komunikasi visual, desain grafis berperan penting dalam memperjelas pesan, meningkatkan daya tarik, serta memperkuat citra lembaga. Studi Mutiarani *et al.* (2023) pada akun Radar Bali menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan secara optimal oleh media lokal untuk menjaga konsistensi visual sekaligus menyampaikan pesan publik secara efektif. Sejalan dengan itu, Alkodri *et al.* (2025) menegaskan bahwa desain grafis merupakan alat strategis dalam menyampaikan pesan, membangun merek, dan menciptakan pengalaman visual yang menarik bagi audiens.

Penelitian terdahulu telah banyak mengkaji efektivitas desain feed Instagram dalam meningkatkan performa komunikasi digital dan promosi organisasi. Imawan dan Pribadi (2022) menemukan bahwa konsistensi desain feed mampu meningkatkan brand awareness dan efektivitas promosi setelah dilakukan perbaikan visual. Sementara itu, Puspitasari (2024) menunjukkan bahwa kualitas elemen visual berpengaruh langsung terhadap impresi, jangkauan, dan interaksi audiens pada akun organisasi pendidikan. Meskipun demikian, kedua penelitian tersebut lebih menitikberatkan pada performa konten dan respons audiens sebagai hasil akhir, bukan pada proses kreatif yang melatarbelakangi terciptanya desain. Dengan demikian, *research gap* terletak pada minimnya kajian yang menyoroti proses produksi desain feed Instagram secara komprehensif, khususnya pada media lokal yang memiliki struktur organisasi dan sumber daya yang berbeda dari media arus utama.

Keterbatasan kajian tersebut menjadi relevan ketika dikaitkan dengan kondisi empiris Radar Tasikmalaya TV sebagai media lokal yang aktif memanfaatkan Instagram dalam penyebaran informasi dan edukasi publik. Meskipun konten visual diproduksi secara rutin, proses produksinya seringkali menghadapi tantangan seperti ketidakkonsistenan gaya visual, keterbatasan sumber daya desain, serta koordinasi tim yang belum optimal. Kondisi ini berpengaruh pada kontinuitas informasi dan citra lembaga, sehingga diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai bagaimana proses produksi desain feed dijalankan dalam praktik.

Berdasarkan urgensi tersebut, penelitian ini berupaya mengkaji secara menyeluruh proses produksi desain feed Instagram pada akun @radartv_official mulai dari tahap pra-produksi, produksi, hingga pasca-produksi serta dinamika dan hambatan yang muncul sepanjang proses tersebut. Pendekatan ini memberikan gambaran bagaimana strategi kreatif dan keputusan manajerial membentuk kualitas visual dan efektivitas pesan yang disampaikan kepada publik.

Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap literatur komunikasi digital dengan menghadirkan perspektif baru mengenai proses produksi desain visual pada media lokal, topik yang masih jarang dieksplorasi dalam penelitian terdahulu. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi Radar Tasikmalaya TV dan media lokal lainnya untuk meningkatkan profesionalitas desain, konsistensi identitas visual, serta efektivitas komunikasi publik melalui Instagram. Dengan demikian, studi ini dapat menjadi dasar bagi penguatan strategi komunikasi visual pada era digital.

LANDASAN TEORI

Desain Komunikasi Visual

Menurut Royhan dan Ngabekti (2021), desain komunikasi visual dipahami sebagai bentuk desain yang digunakan untuk menyampaikan pesan dan informasi melalui tampilan visual. Tujuannya adalah memengaruhi audiens dengan cara yang persuasif, komunikatif, estetis, fungsional, serta mudah dipahami oleh kelompok sasaran. Menurut Gunay (2021) elemen-elemen desain visual merupakan komponen utama yang membentuk keberhasilan komunikasi visual secara keseluruhan. Setiap elemen memiliki peran yang berbeda namun saling melengkapi dalam menciptakan pesan visual yang efektif dan estetis.

1. Warna (color), yang berfungsi tidak hanya sebagai aspek estetika, tetapi juga sebagai pembawa makna emosional dan simbolik. Warna dapat membangkitkan perasaan tertentu, menarik perhatian audiens, serta memperkuat identitas visual dari pesan yang disampaikan.
2. Tipografi, yaitu penggunaan jenis huruf yang sesuai dengan konteks pesan visual. Tipografi tidak hanya menyampaikan informasi melalui teks, tetapi juga mengekspresikan karakter, gaya, dan nuansa dari komunikasi yang ingin dibangun.
3. Komposisi atau tata letak (*layout*), yang mengatur keseimbangan, proporsi, dan hirarki visual antar elemen. Penataan yang tepat membantu audiens memusatkan perhatian pada informasi utama dan memudahkan pemahaman pesan secara keseluruhan.
4. Gambar dan ilustrasi juga menjadi elemen penting dalam desain visual karena berfungsi untuk memperjelas makna, memperkuat pesan verbal, dan meningkatkan daya tarik visual.

Menurut Thifalia dan Susanti (2021) produksi konten meliputi tiga tahap utama yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi.

Komunikasi Massa

Menurut Kustiawan *et al.* (2022) komunikasi massa dalam pengertian luas adalah proses penyampaian pesan dari satu individu atau lebih kepada khalayak melalui berbagai media, baik cetak, elektronik, maupun digital, dengan tujuan memperoleh respons. Sementara menurut Dermawan *et al.* (2025) komunikasi massa merupakan proses ketika komunikator memanfaatkan media untuk menyebarkan pesan secara luas dan berkesinambungan, dengan tujuan membentuk makna tertentu serta memengaruhi kelompok khalayak yang besar dan beragam melalui berbagai pendekatan. Apapun informasi yang akan disampaikan terhadap khalayak luas dengan menggunakan media massa dalam menyampaikannya disebut komunikasi massa (Tinambunan dan Siahaan 2022).

Menurut McQuail (2010), teori fungsi komunikasi massa menjelaskan bahwa media memiliki sejumlah peran utama dalam kehidupan sosial, yakni fungsi informasi, korelasi, kontinuitas, hiburan, dan mobilisasi.

1. Fungsi informasi berhubungan dengan kemampuan media menyediakan data, fakta, dan pengetahuan yang dibutuhkan publik untuk memahami lingkungannya.
2. Fungsi korelasi menekankan bagaimana media menginterpretasikan, mengaitkan, serta mengkoordinasikan berbagai informasi sehingga audiens mampu menafsirkan isu secara lebih terarah.
3. Fungsi kontinuitas merujuk pada peran media dalam mempertahankan nilai, identitas, dan budaya yang hidup dalam masyarakat melalui konsistensi representasi.
4. Fungsi hiburan berfokus pada penyediaan pengalaman yang menyenangkan, menarik, dan emosional sehingga pesan lebih mudah diterima audiens.
5. Fungsi mobilisasi menggambarkan peran media dalam mendorong tindakan kolektif,

membangun dukungan publik, serta menggerakkan masyarakat untuk mengikuti program atau kebijakan tertentu, terutama yang berkaitan dengan kepentingan sosial dan pemerintah.

Dengan demikian, teori ini memberikan kerangka komprehensif untuk memahami bagaimana media tidak hanya sebagai penyampai pesan, tetapi juga sebagai agen yang memengaruhi perilaku dan partisipasi publik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menggambarkan secara mendalam proses produksi desain feed Instagram pada akun @radartv_official. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami konteks kerja nyata tim kreatif Radar Tasikmalaya TV dalam merancang, memproduksi, dan mempublikasikan konten visual sebagai bentuk komunikasi publik. Pengumpulan data dilakukan di lingkungan Radar Tasikmalaya TV, dengan informan yang ditentukan melalui teknik purposive sampling berdasarkan peran dan pengalaman mereka dalam proses produksi desain. Informan utama terdiri atas pemimpin redaksi, desainer grafis, dan editor konten digital. Data diperoleh melalui wawancara semi-terstruktur untuk menggali alur kerja dan pertimbangan kreatif, observasi langsung terhadap aktivitas produksi dari tahap brainstorming hingga publikasi konten, serta studi dokumentasi yang mencakup arsip desain feed, pedoman desain, brief produksi, dan jadwal konten.

Keabsahan data diuji menggunakan triangulasi sumber dengan cara membandingkan informasi dari berbagai informan dan teknik pengumpulan data. Data dianalisis melalui model analisis interaktif Miles dan Huberman yang meliputi kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kondensasi dilakukan untuk menyaring dan memfokuskan informasi penting, penyajian data disusun dalam bentuk narasi untuk mengidentifikasi pola dan hubungan antar-temuan, sedangkan penarikan kesimpulan dilakukan melalui interpretasi berkelanjutan terhadap proses produksi, kendala yang muncul, dan strategi penyelesaiannya. Seluruh proses analisis berlangsung secara simultan dan saling berkaitan sepanjang penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Desain *Feed* Instagram di Akun @Radartv_Official sebagai Media Edukasi dan Komunikasi Publik

Kegiatan produksi desain *feed* Instagram di akun @radartv_official merupakan upaya Radar Tasikmalaya TV dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang efektif. Melalui desain visual yang menarik, pesan edukatif dan informatif dapat disampaikan dengan cara yang lebih kreatif dan mudah dipahami oleh audiens. Proses ini juga menjadi bagian penting dari strategi digital media lokal untuk memperkuat citra profesional dan meningkatkan interaksi dengan masyarakat. Oleh karena itu, setiap konten yang diproduksi dirancang agar sesuai dengan karakter dan tujuan komunikasi lembaga.

Menurut Thifalia dan Susanti (2021) produksi konten meliputi tiga tahap utama yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi. Setiap tahap memiliki peran penting dalam menentukan kualitas dan efektivitas pesan visual yang disampaikan. Selain itu, koordinasi antar anggota tim media sosial menjadi faktor utama agar hasil desain tetap konsisten dan relevan dengan isu yang diangkat. Radar Tasikmalaya TV pun dalam produksi kontennya meliputi ketiga tahap tersebut.

1. Tahap Pra-Produksi

Tahap pra-produksi merupakan proses awal dalam pembuatan desain *feed* Instagram di akun @radartv_official yang berfokus pada perencanaan ide dan konsep sebelum konten diproduksi. Kegiatan dalam tahap ini meliputi beberapa langkah berikut:

a. Perencanaan Konten

Pada tahap ini, tim media sosial menentukan tema, tujuan, dan pesan utama yang akan disampaikan melalui desain *feed*. Perencanaan dilakukan berdasarkan riset isu-isu aktual yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dan isu-isu yang sedang ramai diperbincangkan masyarakat. Contohnya pada bulan Oktober sedang ramai diperbincangkan masyarakat terkait program Makan Bergizi Gratis (MBG) di Kota Tasikmalaya. Adanya isu hangat ini menjadi acuan utama Radar Tasikmalaya TV untuk menentukan fokus konten yang akan dibuat, sehingga desain yang diproduksi tetap relevan, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan informasi masyarakat. Hal ini sejalan dengan fungsi informasi dalam teori McQuail, di mana media bertugas menyajikan isu aktual guna menambah pengetahuan serta memberikan edukasi kepada masyarakat.

Desain grafis yang bersifat informatif biasanya menggunakan naskah yang diambil dari berita yang telah dirilis di website resmi Radar Tasikmalaya TV, kemudian diringkaskan kembali agar lebih padat dan mudah dipahami oleh audiens. Proses peringkasan ini berkaitan dengan fungsi korelasi dalam teori McQuail, di mana tim menerjemahkan isu yang kompleks menjadi visual yang lebih sederhana sehingga pesan dapat diterima dengan jelas oleh audiens. Sementara itu, desain *feed* yang bersifat edukatif memerlukan pencarian ide dan riset mandiri, termasuk pembuatan naskah baru yang disesuaikan dengan topik dan pesan yang ingin disampaikan.

b. Riset dan Pengumpulan Referensi Visual

Tahap berikutnya adalah melakukan riset visual terhadap tren desain grafis, gaya visual media kompetitor, dan karakteristik audiens sasaran. Tujuannya untuk menemukan pendekatan visual yang sesuai dengan identitas Radar Tasikmalaya TV, sekaligus memastikan pesan edukatif dapat dikemas dengan gaya yang menarik dan relevan. Proses ini menjadi penting karena hasil riset visual berfungsi sebagai dasar dalam pemilihan warna, tipografi, dan elemen pendukung agar komunikasi visual berjalan efektif.

c. Penyusunan Konsep

Setelah ide dan referensi terkumpul, tim menyusun konsep kreatif yang mencakup pemilihan warna, tipografi, tata letak, dan tone visual sesuai dengan pesan yang ingin disampaikan. Pada tahap ini juga dilakukan pemilihan foto atau ilustrasi pendukung yang relevan dengan jenis konten baik yang bersumber dari dokumentasi internal Radar Tasikmalaya TV untuk konten berita maupun dari sumber eksternal legal untuk konten edukatif. Warna utama yang digunakan dalam desain biasanya mengacu pada identitas visual Radar Tasikmalaya TV, yaitu dominasi warna biru yang berasal dari logo resmi sebagai bentuk konsistensi brand. Sementara itu, tipografi yang digunakan untuk teks umumnya memakai font *Anton* karena karakter hurufnya yang tegas, jelas, dan mudah dibaca pada tampilan digital.

Menurut Gunay (2021), elemen-elemen visual seperti warna, tipografi, dan komposisi berperan penting dalam menentukan keberhasilan komunikasi visual karena masing-masing berfungsi membentuk persepsi dan makna bagi audiens. Oleh karena itu, keselarasan antar-elemen visual menjadi hal yang sangat diperhatikan dalam tahap penyusunan konsep. Dengan mengacu pada teori komunikasi visual, setiap desain yang diproduksi diarahkan agar memiliki identitas visual yang konsisten, menarik secara estetika, serta mampu menyampaikan pesan edukatif dengan jelas kepada masyarakat.

Kombinasi antara perencanaan pesan yang matang, riset visual yang tepat, dan penerapan elemen desain yang harmonis menjadi dasar terciptanya desain *feed* Instagram yang efektif sebagai media edukasi dan komunikasi publik di akun @radartv_official.

2. Tahap Produksi

Tahap produksi merupakan proses inti dalam pembuatan desain *feed* Instagram di akun @radartv_official, di mana ide dan konsep yang telah disusun pada tahap pra-produksi mulai direalisasikan menjadi bentuk visual. Pada tahap ini, tim media sosial Radar Tasikmalaya TV menggunakan *platform* Canva sebagai alat utama dalam proses perancangan desain. Canva dipilih karena bersifat praktis, mudah digunakan, dan menyediakan berbagai elemen desain seperti font, ikon, serta *template* yang dapat disesuaikan dengan karakter konten.

Dalam proses pembuatan, desain dibuat menggunakan ukuran standar *feed* Instagram, yaitu 1080 x 1080 piksel untuk posting persegi. Format yang digunakan oleh Radar Tasikmalaya TV umumnya berupa *carousel post*, yakni kumpulan beberapa konten yang dapat digeser oleh pengguna untuk membaca informasi secara berurutan. Jumlah slide dalam satu konten biasanya terdiri dari empat hingga enam slide, disesuaikan dengan panjang naskah dan kompleksitas pesan yang ingin disampaikan. Format *carousel* ini dipilih karena lebih interaktif dan efektif untuk menyampaikan informasi atau edukasi secara bertahap.

Setiap elemen desain dirancang dengan memperhatikan prinsip keselarasan visual sebagaimana dijelaskan dalam teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa harmoni antara warna, tipografi, dan komposisi mampu memperkuat makna dan daya tarik pesan (Gunay 2021). Misalnya, warna biru digunakan untuk menegaskan identitas lembaga, sementara pemilihan tipografi *Anton* bertujuan agar pesan lebih mudah dibaca dan tampak modern. Selain itu, pada tahap produksi ini juga tampak penerapan fungsi hiburan sebagaimana dikemukakan oleh McQuail, yakni bagaimana media menghadirkan unsur estetis yang menyenangkan untuk meningkatkan kenyamanan dan ketertarikan audiens. Melalui penggunaan ilustrasi yang menarik, pilihan warna yang segar, serta komposisi visual yang dinamis, desain tidak hanya menyampaikan pesan informatif, tetapi juga memberikan pengalaman visual yang memikat sehingga audiens lebih terdorong untuk membaca dan mengikuti seluruh isi konten.

Desain yang bersifat informatif menampilkan *headline* berita singkat yang diadaptasi dari website resmi Radar Tasikmalaya TV, dilengkapi dengan foto liputan yang relevan dan logo lembaga. Sementara itu, desain edukatif memiliki gaya visual yang lebih kreatif dan fleksibel dengan penambahan ilustrasi atau foto dari sumber legal seperti Freepik, Radar Tasikmalaya TV, maupun lembaga pemerintah terkait.

3. Tahap Pascaproduksi

Tahap pasca-produksi merupakan langkah akhir dalam proses pembuatan desain *feed* Instagram di akun @radartv_official, yang berfokus pada evaluasi dan publikasi hasil desain. Setelah seluruh slide selesai dibuat dan direvisi, tim media sosial melakukan evaluasi internal terlebih dahulu sebelum desain dipublikasikan. Evaluasi ini mencakup pemeriksaan ulang kesesuaian antara isi naskah dan visual, ketepatan warna, konsistensi tipografi, serta kelengkapan elemen identitas seperti logo Radar Tasikmalaya TV. Tujuannya adalah memastikan bahwa desain yang akan dipublikasikan telah sesuai dengan standar estetika dan pesan komunikasi lembaga. Pada tahap ini, tampak pula peran fungsi mobilisasi sebagaimana dijelaskan oleh McQuail, yaitu kemampuan media untuk menggerakkan masyarakat melalui penyampaian informasi yang akurat dan kredibel. Hal tersebut terlihat ketika Radar Tasikmalaya TV secara konsisten menyuarakan isu-isu pemerintah seperti program Makan Bergizi Gratis (MBG), dimana konten yang diproduksi tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mendorong audiens memahami serta mendukung kebijakan tersebut.

Setelah desain dinyatakan layak, file akhir diekspor dari Canva dalam format JPEG atau PNG. Tim juga memastikan urutan slide sudah benar agar informasi mengalir secara runtut dan

mudah dipahami audiens. Sebelum diunggah, dilakukan pengecekan tambahan pada caption, hashtag, serta pencantuman sumber data atau foto, terutama untuk konten edukatif dan informatif agar terjaga keakuratan dan kredibilitasnya. Pada konten edukasi, fungsi mobilisasi diwujudkan melalui penyisipan ajakan atau *call-to-action* (CTA) pada caption, seperti mengimbau audiens untuk mengikuti anjuran atau membagikan informasi. Dengan demikian, konten tidak hanya menyampaikan pengetahuan, tetapi juga diarahkan untuk membangkitkan partisipasi publik sehingga pesan yang disampaikan mampu menghasilkan respons nyata sesuai tujuan komunikasi massa.

Kendala yang Dihadapi dalam Proses Produksi Desain *Feed* Instagram @Radartv_Official

1. Tidak Ada *Template* dan Panduan Desain (*Brand Guideline*)

Radar Tasikmalaya TV menghadapi kendala besar berupa belum adanya *template* desain baku dan pedoman desain resmi (*brand guideline*) sebagai acuan utama dalam pembuatan konten *feed* Instagram. Ketidadaan standar visual tersebut menyebabkan setiap desainer mengembangkan gaya desain yang berbeda-beda, baik dari segi tata letak, ukuran dan jenis tipografi, komposisi elemen, posisi logo, maupun penggunaan warna. Kondisi ini tidak hanya menghasilkan tampilan *feed* yang tidak seragam, tetapi juga melemahkan konsistensi identitas visual lembaga karena warna biru khas Radar Tasikmalaya TV tidak selalu digunakan secara proporsional. Akibatnya, konten menjadi sulit dikenali sebagai milik lembaga oleh audiens dan citra profesional media lokal tersebut menjadi kurang kuat.

Ketidakadaan pedoman visual juga berdampak signifikan pada efektivitas alur kerja, karena setiap desain harus dibangun dari awal tanpa acuan format tetap. Hal ini memperlambat proses produksi, terutama ketika volume konten meningkat atau tenggat waktu unggahan cukup ketat. Selain itu, tidak adanya *guideline* menghambat proses standarisasi kualitas visual, sehingga konten yang dihasilkan tidak selalu konsisten dari segi estetika maupun struktur informasi. Padahal, *brand guideline* berfungsi penting untuk menjaga keselarasan visual lintas desainer, mempercepat proses kreatif, dan memperkuat identitas lembaga dalam jangka panjang. Oleh karena itu, kebutuhan akan *template* dan pedoman desain bukan hanya solusi teknis, tetapi juga strategi penting dalam memperkuat positioning Radar Tasikmalaya TV sebagai media yang kredibel, profesional, dan mudah dikenali publik.

2. Keterbatasan Sumber Daya Manusia (SDM)

Kendala lain yang sangat berpengaruh adalah keterbatasan sumber daya manusia yang memiliki kompetensi khusus di bidang desain grafis dan komunikasi visual. Radar Tasikmalaya TV tidak memiliki tenaga kreatif yang bekerja secara khusus dan penuh waktu untuk divisi desain dan media sosial, sehingga beberapa pegawai harus merangkap tugas yang seharusnya ditangani oleh tim terpisah. Kondisi ini meningkatkan beban kerja individu, menurunkan efisiensi, dan membuat kualitas desain tidak dapat dikembangkan secara maksimal. Dalam situasi tertentu, terutama pada momen pemberitaan tinggi atau adanya program pemerintah yang harus segera disebarkan, keterbatasan SDM menjadi hambatan besar dalam menjaga ritme produksi konten.

Selain itu, sebagian anggota tim masih dalam tahap pembelajaran dalam menggunakan aplikasi desain seperti Canva, sehingga kemampuan teknis antar anggota belum merata. Hal ini menyebabkan hasil desain seringkali tidak konsisten dari segi kualitas, pemilihan elemen visual kurang optimal, serta membutuhkan waktu produksi yang lebih lama. Keterbatasan kemampuan teknis ini juga berdampak pada koordinasi antar anggota tim, khususnya ketika desain harus direvisi dalam waktu cepat atau ketika terjadi miskomunikasi terkait konsep yang telah disepakati. Dalam jangka panjang, keterbatasan SDM tidak hanya memengaruhi kualitas visual, tetapi juga

membatasi inovasi dan pengembangan strategi komunikasi digital Radar Tasikmalaya TV secara keseluruhan.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses produksi desain feed Instagram @radartv_official terdiri dari tiga tahap utama yakni pra-produksi, produksi, dan pascaproduksi yang masing-masing berperan dalam membentuk kualitas pesan visual yang disampaikan kepada masyarakat. Pada tahap pra-produksi, tim memilih isu aktual dan menyusun konsep visual berdasarkan riset, sejalan dengan fungsi informasi dan korelasi dalam teori McQuail yang menekankan bagaimana media menyediakan pengetahuan serta menginterpretasikan isu kompleks agar mudah dipahami publik. Tahap produksi memperlihatkan bagaimana elemen visual seperti warna biru identitas, tipografi Anton, dan format carousel digunakan untuk memperkuat makna pesan sekaligus menghadirkan unsur estetika yang mencerminkan fungsi hiburan menurut McQuail. Sementara itu, tahap pascaproduksi menegaskan fungsi mobilisasi, di mana konten tidak hanya memberikan edukasi tetapi juga mendorong masyarakat untuk memahami dan mendukung isu publik tertentu. Penelitian ini juga menemukan adanya kendala berupa ketiadaan brand guideline dan keterbatasan SDM, yang menyebabkan ketidakkonsistenan visual dan kurang optimalnya kualitas desain yang diproduksi.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan agar Radar Tasikmalaya TV menyusun brand guideline yang komprehensif mencakup standar warna, tipografi, tata letak, dan format desain untuk memastikan konsistensi identitas visual serta mempercepat proses produksi di masa mendatang. Penguatan kompetensi SDM melalui pelatihan desain grafis dan manajemen konten digital juga diperlukan agar hasil desain lebih optimal dan sesuai dengan prinsip komunikasi visual. Selain itu, evaluasi berkala terhadap performa konten penting dilakukan untuk menilai sejauh mana fungsi komunikasi massa terutama informasi, hiburan, dan mobilisasi berjalan efektif dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat. Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk mengeksplorasi hubungan antara kualitas estetika visual dan respons audiens, atau membandingkan strategi desain antar media lokal guna memperkaya kajian komunikasi visual dalam konteks media digital daerah.

DAFTAR REFERENSI

- Alkodri, A. A., Andrika, Y., Mayasari, M. S., Saftari, M., & Adiwinoto, B. (2025). -Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreativitas Siswa Kerja Lapangan Menggunakan Software Adobe Illustrator Cc 2020. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)*, 6(01).
- Dermawan, D., Putri, B., Rahayu, H. D., & Purwanti, E. (2025). Studi Kualitatif Tentang Implementasi Teori Komunikasi Massa Dalam Kehidupan Mahasiswa Era Digital. *Jurnal Intelek Dan Cendekiawan Nusantara*, 2(3), 2067-2080.
- Günay, M. (2021). Design in visual communication. *Art and Design Review*, 9(2), 109–122.
- Imawan, Y. A., & Pribadi, J. D. (2022). Pembuatan desain feed Instagram sebagai media promosi untuk meningkatkan brand awareness pada Falahfood. id. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 25-30.
- Kustiawan, W., Siregar, F. K., Alwiyah, S., Lubis, R. A., Gaja, F. Z., & Pakpahan, N. S. (2022). Komunikasi massa. *Journal Analytica Islamica*, 11(1), 134-142.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Mutiarani, R. A., Putra, P. S. U., Salsabil, M. R., Safri, M. I., & Wahyudi, W. (2023). Analysis Of

-
- Design Rules Application On Instagram Feed Radar Bali. *Journal of Aesthetics, Design, and Art Management*, 3(1), 15-19.
- Puspitasari, F. (2024). Analisis Desain Konten Visual Terhadap Performa Instagram Universitas Utpadaka Swastika@ utpas. ac. id. *Creativa Scientia*, 1(2), 45-62.
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA: Journal of Advertising and Visual Communication*, 2(1), 86-95.
- Thifalia, N., & Susanti, S. (2021). Produksi Konten Visual dan Audiovisual Media Sosial Lembaga Sensor Film. *Jurnal Common*, 5(1), 39-55.
- Tinambunan, T. M. (2022). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Komunikasi Massa Dikalangan Pelajar. *Jurnal Mutakallimin: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1).
- We Are Social. (2024). Digital Global Overview Report Report. [diakses 2025 Okt 27], Tersedia pada <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>