

Penerapan Gaya Visual Flat Design Dalam Konten Promosi Buku Eksplorasi Gerak Kameran Pada Media Digital Instagram

Edward Stefandi Triatmaja¹, Huddiansyah²

^{1,2} Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul, Jakarta, Indonesia

Article Info

Article history:

Received Agustus 18, 2025

Revised Agustus 18, 2025

Accepted Agustus 19, 2025

Kata Kunci:

Flat Design,
Konten Promosi,
Media Digital,
Instagram

Keywords:

Flat Design,
Promotion Content,
Digital Media,
Instagram

ABSTRAK

Promosi telah bertransformasi menjadi sebuah promosi digital. Salah satu aplikasi yang sering digunakan untuk promosi adalah Instagram, salah satu gaya desain yang sering digunakan dalam poster digital Instagram adalah flat design. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui, bagaimana proses perancangan poster digital dengan konsep flat design. Metode yang digunakan dalam penelitian adalah studi literatur, mencari berbagai macam teori yang menyusun sebuah komposisi flat design, mulai dari layout, warna, tipografi, dan visual. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa gaya flat design harus memiliki komposisi yang sederhana, dan tidak memiliki banyak elemen visual. Kesimpulan dari penelitian ini adalah gaya flat design banyak digemari oleh para pelaku promosi, karena memiliki sifat keterbacaan yang jelas, mudah diolah informasinya, dan lebih efisien waktu dalam membaca.

ABSTRACT

Promotion had transformed into digital promotion. One of the applications that was frequently used for promotional activities was Instagram, in which flat design was one of the most commonly applied styles in digital posters. The objective of this study was to examine the process of designing digital posters with the flat design concept. The method employed in this research was a literature study, which involved exploring various theories that structured the composition of flat design, including layout, color, typography, and visual elements. The findings of this study indicated that flat design required a simple composition and avoided the use of excessive visual elements. The conclusion of this research was that flat design was widely favored by promotion practitioners because it provided clear readability, allowed information to be easily processed, and was more time-efficient to read.

This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.



Corresponding Author

Edward Stefandi Triatmaja
Fakultas Desain dan Industri Kreatif, Universitas Esa Unggul
Jakarta, Indonesia
Email: triadmaja93@student.esaunggul.ac.id

1. PENDAHULUAN

Sebuah promosi menjadi salah satu cara yang sangat berpengaruh besar untuk mendorong seseorang menjadi konsumtif. Dengan adanya promosi, peningkatan pembelian akan menjadi sebuah cerminan keberhasilan suatu kegiatan promosi [1].

Pada zaman yang serba canggih ini, promosi tidak hanya dilakukan dalam bentuk cetak dan disebarkan secara bentuk fisik. Kegiatan promosi telah bertransformasi menjadi sebuah promosi digital, yang di mana transformasi digital adalah konsep yang mengacu pada pemanfaatan teknologi digital yang telah ada seperti virtual teknologi, *mobile computing*, serta *cloud computing* untuk meningkatkan efisiensi dan produktivitas dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk bisnis, pendidikan, dan pemerintahan [2]. Berbicara dalam efisiensi dan produktivitas, kegiatan promosi lebih banyak dilakukan pada sebuah aplikasi Instagram. Terkait jenis akun, Instagram memberikan dua pilihan, yaitu akun pribadi dan akun bisnis. Fungsi dari akun bisnis memungkinkan perusahaan untuk mempromosikan produk atau jasa serta melacak hasil postingan melalui Instagram Insight, yang membantu pelaku bisnis dalam memahami audiens dan konten yang disukai [3].

Pada post Instagram, hal yang menjadi fokus utama pengguna saat pertama kali adalah gambar yang ada dalam post Instagram dibandingkan dengan membaca caption gambar [4]. Pada hal ini, promosi yang dilakukan pada media Instagram harus dirancang dengan sedemikian rupa agar desain dapat menarik perhatian user dengan sangat cepat dan efisien. Dalam penerapannya, desain post Instagram terbagi menjadi sepuluh gaya desain visual; *Flat Design*, *Material Design*, *Skeuomorphism*, *Neomorphism/Soft UI*, *Pixel Art*, *Cyberpunk*, *Kinetic Typography*, *Vector Art*, *Glitch Art*, *Augmented Reality (AR) Style* [5].

Dalam penggunaan gaya desain di Instagram, mayoritas perusahaan atau UMKM lebih menyukai gaya *flat design* untuk menjadi sebuah konten promosi, karena visual yang memiliki karakter sederhana, tidak menyertakan atribut tiga dimensi, seperti bayangan, tekstur, *embossing* dan gradien. Fokus *flat design* terletak pada penggunaan warna cerah, tipografi, dan ilustrasi dua dimensi [6]. Hal ini menjadi sebuah alasan, mengapa *flat design* lebih banyak diminati oleh perusahaan atau UMKM sebagai penggunaan visual promosi, agar user lebih cepat menangkap informasi yang diberikan saat hanya melihat gambar saja.

Berdasarkan penjelasan dan pengertian dari *flat design*, gaya *flat design* dianggap lebih efisien dibanding dengan gaya visual lainnya. Hal tersebut yang menjadi sebuah dorongan untuk merancang sebuah konten promosi Instagram untuk buku eksplorasi gerak kameramen menggunakan gaya visual *flat design*. Dengan penggunaan *flat design*, promosi digital dapat diharapkan lebih efisien, lebih produktif, dan dapat menarik banyak perhatian dari warga digital.

Penelitian ini bertujuan untuk merancang poster digital yang akan diposting dan dipromosikan melalui media sosial Instagram. Gaya visual yang akan disajikan, dengan menggunakan visual *flat design*, memanfaatkan bentuk datar sederhana dan gaya desain minimalis. Tujuan utama adalah untuk menyampaikan dan menonjolkan inti isi promosi, serta menonjolkan gambar yang ada dalam post Instagram dibandingkan dengan membaca caption gambar. Dengan pendekatan visual ini, konten promosi dapat diharapkan menjadi lebih menarik, kesan sederhana, efisien, dan mudah dimengerti oleh para user Instagram.

2. METODE

Untuk mengumpulkan data yang akurat terkait penelitian ini, metode kualitatif, yang akan menggunakan satu cara yaitu studi literatur, studi literatur adalah cara yang paling tepat untuk mengumpulkan berbagai macam informasi tentang *flat design*, teori layout, teori warna, visual, serta perancangan yang tepat untuk konten promosi yang menggunakan media sosial Instagram. Literatur akan memiliki bersumber dari buku, jurnal ilmiah, publikasi-publikasi yang terpercaya, yang akan memberikan landasan teoritis untuk perancangan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen dengan gaya visual flat design.

Berikut hasil parafrase yang lebih runtut dan jelas:

1. Flat Design

Flat design merupakan gaya visual yang banyak digunakan oleh ilustrator dalam pembuatan desain grafis. Secara harfiah, kata *flat* berarti datar dan *design* berarti rancangan. Gaya ini menekankan pada prinsip minimalisme (kesederhanaan), kegunaan, serta kerapian. Flat design menggunakan elemen

sederhana dengan warna solid, tipografi bersih, dan meminimalkan penggunaan efek bayangan maupun tekstur berlebihan. Pemilihan warna cerah diharapkan mampu memperjelas penyampaian pesan kepada audiens [5].

2. Layout

Layout secara bahasa berarti tata letak. Dalam desain grafis, layout adalah proses menyusun, mengatur, dan mengombinasikan elemen komunikasi visual seperti teks, gambar, tabel, dan lainnya sehingga menjadi tampilan yang komunikatif, estetis, dan menarik. Menurut Tom Lincy dalam bukunya *Design Principle for Desktop Publishing*, terdapat lima prinsip layout yang baik, yaitu proporsi, keseimbangan, kontras, irama, dan kesatuan [7].

3. Warna

Warna merupakan elemen visual yang memberikan nilai estetika sekaligus membedakan bentuk fisik suatu objek. Ragam warna dibagi menjadi warna primer, sekunder, tersier, dan kuartier. Teori Brewster mengelompokkan warna dalam bentuk lingkaran warna. Warna primer adalah merah, biru, dan kuning. Warna sekunder terbentuk dari campuran dua warna primer, misalnya merah dan biru menghasilkan ungu. Warna tersier diperoleh dari campuran warna primer dengan sekunder, misalnya biru dengan ungu menjadi biru-ungu. Sedangkan warna kuartier berasal dari pencampuran dua warna tersier, misalnya biru tersier dengan kuning tersier menghasilkan cokelat hijau [8].

4. Visual

Visual mencakup segala sesuatu yang dapat dilihat. Konsep visual dapat dijelaskan melalui rangsangan yang diterima indera penglihatan. Namun, melihat tidak selalu berarti memahami. Agar penglihatan menghasilkan pemahaman, otak perlu mengolah apa yang dilihat dengan menghubungkannya pada pengetahuan yang sudah ada sebelumnya [9].

5. Tipografi

Tipografi adalah seni, ilmu, sekaligus teknik dalam menyusun huruf atau teks agar mudah dibaca, maknanya tersampaikan, serta memiliki nilai estetika. Secara umum, tipografi mencakup pemilihan dan penataan huruf serta distribusinya pada media tertentu, sehingga teks tidak hanya dapat dipahami dengan nyaman oleh pembaca tetapi juga memberikan kesan visual tertentu [10].

6. Perancangan

Perancangan merupakan proses merumuskan konsep atau ide baru, maupun memodifikasi ide yang sudah ada dengan pendekatan baru, guna memenuhi kebutuhan manusia. Menurut para ahli, perancangan adalah proses mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan menggunakan berbagai teknik, serta melibatkan deskripsi arsitektur, detail komponen, dan keterbatasan yang mungkin muncul selama pelaksanaannya [11].

7. Promosi

Promosi adalah kegiatan penyampaian informasi mengenai produk kepada masyarakat secara efektif dan efisien dengan tujuan mendorong terjadinya transaksi jual beli. Dalam dunia bisnis, promosi menjadi bagian dari strategi pemasaran yang penting di tengah persaingan. Melalui promosi, perusahaan berusaha memberikan informasi mengenai manfaat barang atau jasa yang ditawarkan, baik melalui iklan, promosi penjualan, publisitas, penjualan personal, maupun pemasaran langsung [12].

8. Media

Sosial

Media sosial adalah platform daring yang memudahkan penggunaanya dalam berkomunikasi dan berinteraksi. Media ini menggunakan teknologi berbasis web yang memungkinkan terjadinya dialog interaktif, sehingga komunikasi tidak bersifat satu arah. Selain itu, media sosial juga berfungsi sebagai sarana berbagi informasi serta dokumentasi kegiatan secara lebih mudah dan luas [13].

9. Instagram

Instagram merupakan aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna mengambil gambar, melakukan penyuntingan digital, lalu membagikannya di berbagai jejaring sosial termasuk

Instagram itu sendiri. Salah satu ciri khas Instagram adalah format foto persegi, menyerupai hasil kamera Kodak Instamatic dan Polaroid [13].

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Setelah melakukan riset melalui studi literatur, tahap selanjutnya adalah bagaimana cara untuk menciptakan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen pada media digital Instagram dengan gaya visual *flat design*. Hasil dan pembahasan akan mencakup seluruh alur dari perancangan desain, dan hasil akhir dari karya yang telah selesai dirancang, yang akan dibagi menjadi tujuh bagian.

3.1. Perancangan

3.1.1. Penggunaan gaya visual *flat design*

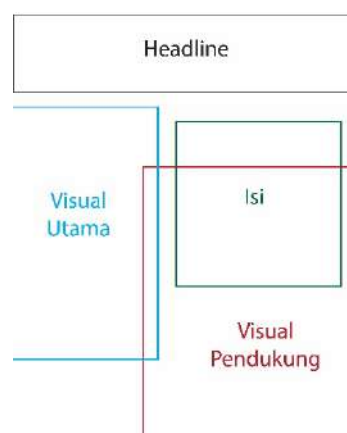
Langkah pertama yang penulis lakukan dalam perancangan adalah dengan memilih contoh gaya visual *flat design* yang cocok untuk diaplikasikan ke dalam media sosial Instagram, dalam hal ini penulis mendapatkan contoh gaya *flat design* dengan pola-pola sederhana, dengan menampilkan pola bangun datar sederhana, penggunaan warna yang sedikit, visual yang tidak terlalu ramai, dan komposisi layout yang seimbang.



Gambar 1. Contoh Gaya Visual Flat Design

3.2.2 Penggunaan Layout

Dalam perancangan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen, penulis menggunakan karakter layout axial. Yang akan menekankan visual dari isi konten tersebut. Layout akan didukung dengan ukuran layout 1080x1350 piksel, sesuai dengan ukuran layout Instagram terbaru.



Gambar 2. Penerapan Layout Axial

Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

3.3.3 Penggunaan Warna

Dalam perancangan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen, penulis menggunakan tiga warna; pink coral, hitam, dan *light grey*. Adapun dari ketiga warna tersebut, memiliki masing-masing karakter dan tujuan tersendiri. Pink coral dengan karakter warna *soft*, yang akan memberikan kesan visual yang nyaman bagi para pengguna Instagram saat melihat promosi tersebut. Hitam dengan karakter warna *bold*, yang akan memberikan kontras kuat terhadap warna pink coral dan *light grey*. Lalu *light grey*, dengan karakter warna *soft*, yang akan menjadi warna dasar dan yang akan menjadi pengikat antara warna pink coral dengan hitam.

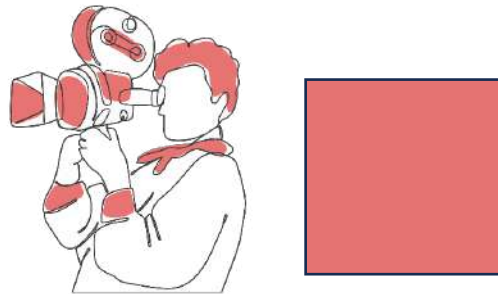


Gambar 3. Warna Dalam Perancangan Isi Konten Promosi

Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

3.3.4 Penggunaan Visual

Dalam perancangan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen, visual yang akan digunakan dalam menambahkan dan memperkuat isi konten promosi adalah berjenis 2d. Sudah jelas, 2d adalah visual yang memang diperuntukan pada visual dengan gaya *flat design*.



Gambar 4. Visual Dalam Perancangan Isi Konten Promosi

Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

3.3.5 Tipografi

Dalam perancangan isi konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen, tipografi yang akan digunakan dalam isi konten promosi adalah *Myriad Variable Concept Bold*, dengan ukuran 200pt untuk *Headline*, lalu untuk isi *body*, menggunakan *Myriad Variable Concept Bold*, dengan ukuran 50pt.



Gambar 5. Tipografi Dalam Perancangan Isi Konten Promosi

Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

3.3.6 Perancangan

Hasil dari perancangan akhir dari konten promosi buku eksplorasi gerak kameramen yang menggunakan gaya visual *flat design*, terlihat seperti berikut.



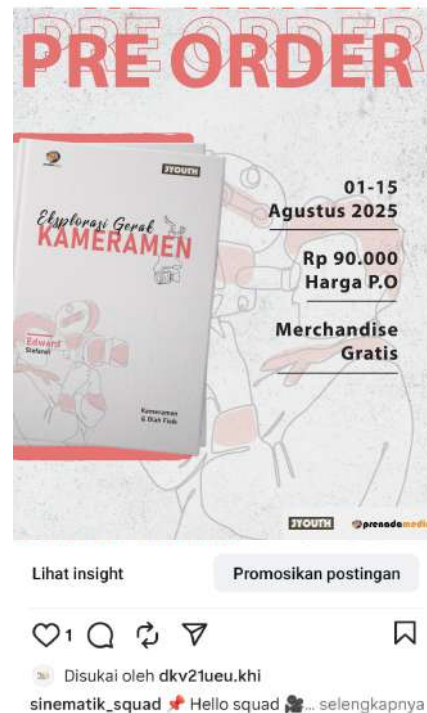
Gambar 6. Hasil Akhir Perancangan Konten Promosi Dengan *Flat Design*

Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

Hasil perancangan, akan menampilkan informasi singkat tentang pre order buku, visual dari buku tersebut, harga, tawaran menarik lainnya. Sebuah informasi yang sangat singkat, agar para user dapat dengan mudah memahami isi konten tersebut dengan waktu yang sangat singkat.

3.3.7 Pengaplikasian

Hasil akhir dari seluruh perancangan, yang kemudian diaplikasikan ke dalam media sosial Instagram untuk promosi buku eksplorasi gerak kameramen.



Gambar 7. Pengaplikasian Isi Konten Promosi *Flat Design* Pada Aplikasi Instagram
Sumber: Edward Stefandi Triatmaja 2025

4. KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari perancangan konten promosi eksplorasi gerak kameramen dengan gaya visual *flat design*, adalah gaya visual *flat design* sangat cocok digunakan, dan memang yang paling cocok untuk diterapkan ke dalam sebuah konten promosi digital, yang juga akan disebar luaskan melalui aplikasi media sosial Instagram.

Dalam perancangannya, *flat design* akan menonjolkan inti isi dari promosi tersebut. Dengan komposisi kesederhanaan layout, mulai dari elemen visual yang digunakan berjenis 2d, lalu sedikitnya elemen visual tambahan seperti tipografi, dan sebagainya. Hal ini dimaksudkan agar para pengguna Instagram dapat dengan mudah untuk mencerna informasi, serta lebih efisien waktu dalam melihat promosi tersebut

REFERENSI

- [1] Ali, K. 2017. *Pengaruh Promosi dan Atribut Produk Terhadap Keputusan Nasabah Dalam Memilih Tabungan Ekasave Pada Bank Eka*. 9(1), 36-44.
- [2] Astuti, S., Putri, B., Agustini., F & Khair, I. 2024. *Pentingnya Penerapan Digital Marketing Dalam Proses Memajukan UMKM Di Daerah Jakarta Selatan*. 2(4), 48-56.
- [3] Gumelar, R. 2014. *Layout Majalah Sebuah Cerminan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan dan Aneka Yes*. 2(3), 51-57.
- [4] Haidar., Naura & Martadi. 2021. *Analisis Konten Visual Post Instagram Riliv Dalam Membentuk Customer Engagement*. 2(2), 121-134.
- [5] Iswanto, R. 2023. *Perancangan Buku Ajar Tipografi*. 23(2), 123-129.
- [6] Joni, R., & Devitra. 2019. *Analisis dan Perancang Sistem Pendukung Keputusan Pemilihan Karyawan Terbaik Pada PT. Wahyu Perdana Persada Dengan Metode Simple Addtive Weighting (SAW)*. 4(3), 255-265.
- [7] Ningrum, P., Lilian., Ratnasari., & Eva. 2023. *Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022*. 1(1), 394-403.
- [8] Putra, F., & Ayuswantana, A. 2023. *Flat Design Sebagai Gaya Visual Perancangan Asset Bangunan Pada Web "Peta Interaktif"*. 1(6), 178-187.
- [9] Prajarini, D., & Sayogo, D. 2021. *Pengaruh Desain Post Instagram Terhadap Minat Pembelian*

- Produk UMKM Kedai Kopi di Kabupaten Sleman.* 7(1), 187-199.
- [10] Prasetyo, E. 2006. *Peran Ilustrasi Visual Dalam Pembelajaran.* 2(2), 167-174.
- [11] Rahmawati, A., Diana, & Yuniarti. 2023. *Efektivitas Metode Pencampuran Warna Melalui Media Video Animasi Berbasis Powerpoint Terhadap Kemampuan Mengenal Warna Sekunder di TK Sirajuddin Pontianak Barat.* 9(1), 61-70.
- [12] Sayekti, L. 2025. *Study Fenomologi : Pemanfaatan Konten Instagram Sebagai Efek TrenMedia Promosi Shopee Affiliate.* 15(1), 64-76.
- [13] Yusuf, F., et al. 2023. *Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi, Informasi dan Dokumentasi: Pendidikan di Majelis Taklim Annur Sejahtera.* 2(1), 1-8.