

## Pengaruh Desain Visual Konten Singkat Cerita terhadap Peningkatan *Engagement* Akun Instagram @Sukabumi\_

Rizka Arivia Putri<sup>1</sup>, David Rizar Nugroho<sup>2</sup>, Enden Darjatul Ulya<sup>3</sup>, Mulyono<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>Sekolah Vokasi IPB University

rizkaarivia@apps.ipb.ac.id<sup>1</sup>, davidrizarnugroho@unpak.ac.id<sup>2</sup>,

endenulya@gmail.com<sup>3</sup>, mulyonomul@apps.ipb.ac.id<sup>4</sup>

### ABSTRACT

*This study analyzes the influence of visual design in short-story content on the Engagement level of the @sukabumi\_ community Instagram account. A quantitative approach was employed, utilizing an online Likert-scale questionnaire distributed to 100 active Instagram users aged 17–30 years. Data were analyzed through average score tabulation and a simple linear regression using SPSS. The findings reveal that all visual design indicators—color, typography, layout, and images—were rated very highly, indicating the visual elements on @sukabumi\_ content are both aesthetically and communicatively effective. Engagement indicators such as Likes, Comments, Shares, and Saves were also rated highly, with the ‘Save’ action prevailing as the most common response due to the perceived relevance and value of the content. Regression analysis confirmed that visual design has a positive and significant effect on Engagement, contributing 40.8% to the variation in user interactions. These results underscore the importance of consistent and audience-appropriate visual design strategies to enhance communication effectiveness and increase user Engagement within local digital communities.*

**Keywords:** *visual design, Engagement, regional Instagram, content*

### ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh desain visual konten singkat cerita terhadap tingkat *Engagement* pada akun Instagram komunitas @sukabumi\_. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner berbasis skala Likert kepada 100 responden aktif berusia 17–30 tahun yang merupakan pengguna Instagram. Data dianalisis melalui tabulasi skor rata-rata dan uji regresi linier sederhana menggunakan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan seluruh indikator desain visual warna, tipografi, tata letak, dan gambar memperoleh skor sangat tinggi, menunjukkan bahwa elemen visual pada konten @sukabumi\_ telah menarik secara estetis dan komunikatif. Indikator *Engagement Likes, Comments, Shares*, dan *Saves* juga dinilai tinggi, dengan tindakan ‘Save’ muncul sebagai respons paling dominan karena konten dianggap relevan dan bernilai simpan. Uji regresi membuktikan bahwa desain visual berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Engagement* dengan kontribusi sebesar 40,8%. Temuan ini menegaskan pentingnya penerapan strategi desain visual yang konsisten dan sesuai karakter audiens untuk memperkuat efektivitas komunikasi visual serta meningkatkan keterlibatan pengguna dalam komunitas digital lokal.

**Kata Kunci:** *desain visual, Engagement, Instagram daerah, Konten*

### PENDAHULUAN

Penelitian dengan pendekatan kuantitatif dalam riset ini memiliki urgensi sangat tinggi untuk mengisi celah teoretis dan praktis pengelolaan konten komunitas daerah berbasis Instagram. Dengan mengadopsi model survei dan analisis regresi

seperti pada Damanik (2025), Diah Fitalina Syani dkk. (2024), serta Santoso (2024), pengujian empiris terhadap pengaruh desain visual konten singkat cerita pada *Engagement* dapat dilakukan lebih obyektif dan sistematis. Data penelitian tidak hanya menjadi gambaran sederhana pola interaksi digital pengguna muda, namun juga bisa menjadi dasar rekomendasi kebijakan pengembangan konten komunitas yang lebih adaptif, berbasis kebutuhan followers serta mudah diaplikasikan ke akun komunitas digital sejenis di daerah lain. Studi ini penting untuk memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan strategi desain visual, inovasi storytelling, hingga promosi budaya lokal melalui media sosial Instagram pada era kompetisi digital yang semakin masif.

Instagram kini menjadi kanal utama komunitas digital dalam membangun identitas daerah, menyebarkan cerita lokal, serta memperkuat interaksi sosial lintas wilayah. Akun @sukabumi\_ sebagai representasi komunitas Sukabumi berperan penting dalam menampilkan informasi budaya dan pariwisata daerah melalui narasi visual singkat. Namun, tantangan yang dihadapi adalah bagaimana merancang desain visual konten agar tidak sekadar informatif, tetapi mampu mendorong *Engagement* audiens berupa *Likes*, komentar, *Share*, dan *Save*. Hasil pengamatan menunjukkan masih terdapat stagnasi interaksi pada sebagian konten akibat desain yang kurang konsisten, pemilihan warna monoton, tipografi sulit dibaca, serta ilustrasi yang belum merepresentasikan karakter lokal secara kuat.

Penelitian terdahulu (Damanik & Pandjaitan, 2025; Sibarani, 2025) menunjukkan bahwa elemen desain visual seperti warna, tata letak, ilustrasi, dan tipografi dapat berpengaruh signifikan terhadap tingkat *Engagement* di media sosial. Teori Stimulus-Organism-Response (SOR) juga menegaskan bahwa visual berperan sebagai stimulus utama yang membentuk persepsi dan perilaku pengguna. Dalam konteks ini, desain visual yang efektif bukan hanya meningkatkan keterlibatan pengguna, tetapi juga memperkuat brand awareness dan citra komunitas digital lokal. Berdasarkan fenomena dan temuan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh desain visual konten singkat cerita terhadap *Engagement* pengguna pada akun Instagram komunitas @sukabumi\_. Melalui pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi, studi ini diharapkan memberikan pemahaman empiris mengenai efektivitas strategi visual dalam meningkatkan interaksi digital serta menjadi acuan pengembangan konten komunitas daerah berbasis visual storytelling.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam studi ini dirancang secara kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menguji pengaruh desain visual konten singkat cerita terhadap *Engagement* pada akun Instagram komunitas @sukabumi\_. Penelitian dilaksanakan secara daring pada Oktober 2025 dengan lokasi konteks sosial di komunitas digital pengikut akun @sukabumi\_, menggunakan kuesioner online yang disebarluaskan melalui admin akun kepada followers aktif agar sesuai kriteria penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Konten Singkat Cerita Akun Instagram @sukabumi\_

Akun Instagram @sukabumi\_ merupakan sebuah platform komunitas berbasis media sosial yang secara konsisten menghadirkan konten singkat cerita bernuansa lokal bagi masyarakat Sukabumi dan sekitarnya. Akun ini didirikan sebagai ruang berbagi untuk warga, komunitas, maupun penggiat wisata dan budaya yang ingin saling terhubung dan menyalurkan ekspresi kreatif di dunia digital. Dengan jumlah followers yang terus berkembang dan didominasi oleh generasi muda serta dewasa produktif, @sukabumi\_ berhasil menjadi sumber utama referensi tentang informasi, kisah inspiratif, agenda acara daerah, hingga promosi usaha atau UMKM lokal. Fokus utama pada kontennya adalah menghadirkan narasi-narasi pendek yang mudah dipahami dan dapat dikonsumsi dengan cepat oleh pengikut, sehingga menyesuaikan dengan karakteristik penggunaan Instagram yang mengedepankan pola konsumsi konten visual yang efisien dan efektif.

Strategi pengelolaan desain visual sangat menjadi perhatian utama pada setiap unggahan. Setiap konten dirancang dengan pemilihan warna dominan yang merepresentasikan identitas Sukabumi, penggunaan font yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi tetap menjaga keterbacaan, serta tata letak yang fungsional dan proporsional. Pengelola akun juga konsisten memasukkan unsur visual khas daerah, seperti ilustrasi landmark, motif batik lokal, atau nuansa alam yang menjadi ciri visual Sukabumi. Selain kekuatan visual, narasi yang dihadirkan juga diolah agar ringkas, komunikatif, dan memiliki muatan nilai positif tentang budaya, kebersamaan, serta perkembangan komunitas. Berkat kolaborasi antara desain visual dan kekuatan narasi, @sukabumi\_ mampu membangun *Engagement* digital yang tinggi di antara komunitas dan followers-nya di Instagram.

Strategi pengelolaan desain visual sangat menjadi perhatian utama pada setiap unggahan. Setiap konten dirancang dengan pemilihan warna dominan yang merepresentasikan identitas Sukabumi, penggunaan font yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi tetap menjaga keterbacaan, serta tata letak yang fungsional dan proporsional. Pengelola akun juga konsisten memasukkan unsur visual khas daerah, seperti ilustrasi landmark, motif batik lokal, atau nuansa alam yang menjadi ciri visual Sukabumi. Selain kekuatan visual, narasi yang dihadirkan juga diolah agar ringkas, komunikatif, dan memiliki muatan nilai positif tentang budaya, kebersamaan, serta perkembangan komunitas. Berkat kolaborasi antara desain visual dan kekuatan narasi, @sukabumi\_ mampu membangun *Engagement* digital yang tinggi di antara komunitas dan followers-nya di Instagram.

Aktivitas interaksi antara akun @sukabumi\_ dan para followers sangat dipengaruhi oleh desain visual serta format cerita yang diangkat. Followers tidak hanya berperan sebagai penonton pasif, namun aktif memberikan *Likes*, komentar, membagikan ulang postingan, hingga menyimpan konten visual yang mereka nilai inspiratif atau informatif. Tingginya frekuensi keterlibatan followers juga memperlihatkan bahwa @sukabumi\_ tak sekadar berkontribusi sebagai kanal distribusi informasi, tetapi juga telah bertransformasi menjadi medium dialog, motivasi, bahkan ruang advokasi isu-isu lokal. Pengelola akun membuka peluang

kolaborasi konten dengan masyarakat umum, komunitas kreatif, serta pelaku usaha daerah yang ingin mengangkat cerita lokal mereka secara visual. Hal ini semakin memperkuat identitas akun sebagai pusat pertemuan digital lintas generasi dan latar sosial, di mana desain visual dan *Engagement* menjadi dua sisi utama penggerak komunitas.

Keberhasilan @sukabumi\_ dalam mengelola desain visual dan *Engagement* menjadi landasan utama penelitian ini untuk mengeksplorasi secara ilmiah sejauh mana pengaruh desain visual terhadap *Engagement* digital. Penelitian memanfaatkan pendekatan kuantitatif melalui kuesioner dan analisis statistika agar mengukur efektivitas desain visual secara objektif, terukur, dan sistematis. Hasil dan pembahasan yang diperoleh mendukung anggapan bahwa desain visual yang adaptif, representatif, serta inovatif adalah kunci pengembangan komunitas digital berbasis lokal. Akun @sukabumi\_ menjadi contoh konkret bagaimana manajemen konten visual yang baik selain meningkatkan daya saing dan eksistensi di media sosial, juga berkontribusi terhadap pembangunan identitas, loyalitas, dan keberlanjutan relasi secara kolektif bagi masyarakat Sukabumi di era digital saat ini.

## **Karakteristik Responden**

Responden pada penelitian ini merupakan pengguna aktif akun Instagram @sukabumi\_ yang didominasi oleh kelompok usia muda dengan karakteristik sangat responsif terhadap dinamika visual digital. Secara umum, mereka memiliki kebiasaan tinggi dalam mengakses dan berinteraksi di media sosial, terutama pada konten singkat dan visual yang diunggah komunitas daerah. Segmen usia ini dikenal kritis terhadap tren desain, memperhatikan detail estetika, dan siap merespons perubahan-perubahan tampilan dan inovasi visual. Keterbukaan terhadap konten narasi singkat visual serta kemauan untuk memberikan feedback dalam bentuk *Likes*, komentar, *Share*, dan *Save* menjadikan kelompok ini sangat cocok sebagai sasaran penelitian seputar strategi digital kreatif. Pengguna Instagram muda seperti responden @sukabumi\_ cenderung tidak hanya menjadi konsumen pasif, tetapi juga kontributor aktif dalam penguatan identitas komunitas, serta penentu langsung efektivitas konten dan keterlibatan digital akun yang mereka ikuti.

Berdasarkan hasil google form Penelitian ini mengambil sampel 100 responden yang terdiri atas tiga kelompok umur: sebanyak 44% (44 orang) berada pada kisaran 17–20 tahun, 39% (39 orang) pada usia 21–25 tahun, dan sisanya 17% (17 orang) di rentang 26–30 tahun. Persentase terbesar jatuh pada usia 17–20 tahun yang memang dikenal sebagai pengguna utama ekosistem digital saat ini, diikuti kelompok 21–25 tahun yang signifikan aktif di berbagai platform social media. Pembagian usia ini dimaksudkan agar data mencerminkan perilaku mayoritas pengguna Instagram komunitas, terutama dalam menilai peran desain visual. Karakteristik demografis ini relevan karena usia muda tidak hanya adaptif terhadap perkembangan teknologi visual, tetapi juga sangat berpengaruh dalam menentukan tren, preferensi desain, dan pola interaksi digital komunitas. Hasil akhir penelitian menjadi representasi paling otentik tentang kaitan antara desain visual konten singkat cerita dengan peningkatan *Engagement* di akun Instagram @sukabumi\_.

## Desain Visual Konten Singkat Cerita

Desain visual konten singkat cerita pada akun Instagram @sukabumi\_ berperan penting dalam meningkatkan *Engagement* komunitas digital. Unsur-unsur visual seperti warna, tipografi, tata letak, dan gambar lokal dinilai sangat tinggi oleh responden dan terbukti mampu menarik minat, memperkuat identitas, serta mendorong interaksi seperti *Likes*, komentar, *Share*, dan *Save* pada setiap konten. Inovasi desain visual yang konsisten dan relevan tidak hanya memberikan efek langsung terhadap daya tarik, tetapi juga berdampak pada loyalitas serta keaktifan followers untuk berkontribusi dalam komunitas digital. Dengan demikian, pengelolaan visual yang kreatif dan adaptif menjadi kunci utama penguatan *Engagement* dan eksistensi komunitas @sukabumi\_ di tengah persaingan konten di media sosial visual saat ini. Maka dari itu Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap indikator yang mewakili setiap variabel penelitian, yaitu desain visual konten singkat cerita dan peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_. Nilai mean dari setiap indikator digunakan untuk melihat kecenderungan jawaban responden. Semakin tinggi skor rata-rata yang diperoleh, maka semakin positif penilaian responden terhadap indikator tersebut.

Tabel 5 Rekapitulasi variable desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_

No	Indikator	Mean	Keterangan
1.	Warna	4,27	Sangat Tinggi
2.	Tipografi	4,19	Tinggi
3.	Tata Letak	4,13	Tinggi
4.	Gambar	4,21	Sangat Tinggi
<b>Total</b>		4,20	Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti (2025) Keterangan :

1,00 – 1,80 : Sangat rendah

1,81 – 2,60 : Rendah

2,61 – 3,40 : Netral

3,41 – 4,20 : Tinggi

4,21 – 5,00 : Sangat tinggi

Berdasarkan tabel rekapitulasi di atas, seluruh indikator pada variabel desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_ memperoleh nilai rata-rata di atas 4,13 yang tergolong dalam kategori tinggi dan sangat tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden pengguna aktif @sukabumi\_ memberikan penilaian yang sangat positif terhadap aspek visual konten yang meliputi warna, tipografi, tata letak, dan gambar. Indikator warna dan gambar memperoleh nilai mean tertinggi, masing-masing sebesar 4,27 dan 4,21 yang termasuk kategori sangat tinggi, menandakan bahwa pilihan warna dan ilustrasi di konten komunitas ini dianggap sangat efektif dan menarik oleh audiens. Sementara itu, indikator tipografi dan tata letak juga mendapat nilai mean tinggi, yaitu 4,19 dan 4,13, yang menunjukkan bahwa

komponen teks dan susunan visual sudah sangat mendukung kemudahan konsumsi narasi singkat.

Berdasarkan subtotal mean sebesar 4,20, dapat disimpulkan bahwa desain visual konten singkat cerita pada akun Instagram @sukabumi\_ secara keseluruhan sangat baik dan efektif dalam menarik perhatian serta membangun *Engagement* pengikutnya. Penilaian positif pada masing-masing aspek desain visual ini menunjukkan bahwa strategi konten yang diterapkan telah berhasil menjawab kebutuhan dan selera pengguna aktif Instagram komunitas daerah, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan audiens dalam bentuk *Likes*, *Share*, komentar, maupun *Save* pada setiap unggahan. Temuan ini menjadi indikasi kuat bahwa kualitas desain visual memegang peranan sentral dalam menciptakan pengalaman digital yang menyenangkan serta memperkuat identitas komunitas Sukabumi di media sosial. Variabel desain visual konten singkat cerita (X) terbagi ke dalam 4 indikator yang di dalamnya berisi 3 pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil dari respons responden adalah sebagai berikut:

## 1. Warna

Indikator Warna merupakan indikator pertama pada variabel desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_ Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.1 Warna Konten Singkat Cerita

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X1.1		4	16	45	35	4.11	Tinggi
X1.2			13	52	35	4.22	Sangat Tinggi
X1.3		1	18	20	61	4.41	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>						4,25	Sangat Tinggi

## 2. Tipografi

Indikator Tipografi merupakan indikator kedua pada variabel desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_ Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.2 Tipografi Konten Singkat Cerita

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X2.1			20	49	31	4.11	Tinggi
X2.2			32	58	10	3.78	Tinggi
X2.3			4	50	46	4.42	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>						4,10	Tinggi

### 3. Tata letak

Indikator Tata letak merupakan indikator ketiga pada variabel desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.3 Tata letak Konten Singkat Cerita

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X3.1			11	65	24	4.13	Tinggi
X3.2			16	56	28	4.12	Tinggi
X3.3			8	70	22	4.14	Tinggi
<b>Rata-rata</b>						4,13	Tinggi

### 4. Gambar

Indikator Gambar merupakan indikator gambar pada variabel desain visual konten singkat cerita akun Instagram @sukabumi\_Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.4 Gambar Konten Singkat Cerita

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X4.1			5	64	31	4.26	Sangat Tinggi
X4.2				58	42	4.42	Sangat Tinggi
X4.3			53	47		4.47	Sangat Tinggi

---

Rata-rata	4,38	Sangat Tinggi
-----------	------	---------------

---

## Peningkatan *Engagement* Akun Instagram @sukabumi\_

Peningkatan *Engagement* pada akun Instagram @sukabumi\_ merupakan bukti nyata keberhasilan strategi konten visual dan storytelling yang dikembangkan secara konsisten oleh pengelola akun. Seluruh indikator *Engagement Likes*, komentar, *Share*, dan *Save* mendapatkan skor rata-rata sangat tinggi dari responden, yang berarti respon pengguna terhadap aktivitas komunitas digital sangat positif dan aktif. Angka-angka mean yang tinggi mencerminkan terbangunnya pola interaksi yang kuat, di mana followers tidak hanya sekedar mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi aktif membangun dialog, menyebarkan informasi, serta menyimpan konten sebagai referensi. Hasil ini selaras dengan semakin meningkatnya loyalitas serta sense of belonging komunitas terhadap akun @sukabumi\_, menjadikan akun ini sebagai ruang virtual utama identitas dan narasi lokal Sukabumi. Untuk itu, analisis deskriptif terhadap setiap indikator *Engagement* dihadirkan untuk menggambarkan secara objektif kecenderungan jawaban responden, sehingga dapat mengetahui pengaruh kualitas desain visual terhadap keberhasilan peningkatan *Engagement* akun komunitas digital ini.

Tabel 5 Rekapitulasi variable peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_

No	Indikator	Mean	Keterangan
1.	<i>Likes</i>	4,47	Sangat Tinggi
2.	<i>Comment</i>	4,29	Sangat Tinggi
3.	<i>Share</i>	4,42	Sangat Tinggi
4.	<i>Save</i>	4,61	Sangat Tinggi
<b>Total</b>		4,45	Sangat Tinggi

Sumber : Data diolah peneliti (2025) Keterangan :

1,00 – 1,80 : Sangat rendah

1,81 – 2,60 : Rendah

2,61 – 3,40 : Netral

3,41 – 4,20 : Tinggi

4,21 – 5,00 : Sangat tinggi

Nilai rata-rata seluruh indikator pada variabel *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ melebihi angka 4,29, yang konsisten dalam kategori sangat tinggi, sehingga membuktikan adanya hubungan positif yang kuat antara desain visual konten singkat cerita dan tingkat keterlibatan digital followers. Pada aspek *Save*, skor mean 4,61 menjadi penanda bahwa konten visual storytelling yang diunggah oleh akun komunitas Sukabumi bukan hanya menarik secara kasat mata, namun juga dianggap inspiratif, layak dipertahankan, dan bernilai dalam praktik digital harian followers. Desain visual yang tampil menarik dan didukung narasi singkat terbukti tidak hanya menciptakan impresi sekali lihat, melainkan mendorong audiens

menyimpan konten sebagai sumber referensi di masa depan. Indikator *Likes*, dengan skor 4,47, menandakan bahwa simpati dan apresiasi followers terhadap konten sangat tinggi, sedangkan performa *Share* yang stabil di angka 4,42 memperlihatkan bahwa narasi visual di akun ini mampu menginspirasi followers untuk membagikan cerita lokal ke jejaring lebih luas.

Pemberian komentar yang mencapai nilai rata-rata 4,29 mengonfirmasi adanya ruang dialog dua arah dan keterlibatan komunitas di kolom komentar secara aktif. Respons positif yang merata di seluruh indikator ini menegaskan efektivitas desain visual singkat komunitas sebagai pendorong *Engagement*, sekaligus menjadi tolok ukur keberhasilan dalam membangun interaksi yang bukan hanya meningkatkan jumlah partisipasi, tetapi juga kualitas keterikatan emosional antara akun @sukabumi\_ dan pengikutnya. *Engagement* yang tinggi ini memperkuat posisi akun sebagai pusat interaksi, sumber referensi harian, serta komunitas digital yang mampu mendorong promosi budaya dan cerita lokal secara lebih luas di Instagram. Variabel *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ (Y) terbagi ke dalam 4 indikator yang di dalamnya berisi 3 pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil dari respon responden adalah sebagai berikut:

## 1. *Likes*

Indikator *Likes* merupakan indikator pertama pada variable peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.5 *Likes* akun Instagram @sukabumi\_

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y1.1				53	47	4,47	Sangat Tinggi
Y1.2			6	59	35	4,29	Sangat Tinggi
Y1.3			2	54	44	4,42	Sangat Tinggi
Rata-rata						4,39	Sangat Tinggi

## 2. *Comment*

Indikator *Comment* merupakan indikator kedua pada variable peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.6 *Comment* akun Instagram @sukabumi\_

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y2.1			6	59	35	4,29	Sangat Tinggi
Y2.2				53	47	4,47	Sangat Tinggi
Y2.3			2	54	44	4,42	Sangat Tinggi
<b>Rata-rata</b>						4,39	Sangat Tinggi

### 3. *Share*

Indikator *Share* merupakan indikator ketiga pada variable peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.7 *Share* akun Instagram @sukabumi\_

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y3.1			2	54	44	4,42	Sangat Tinggi
Y3.2			6	59	35	4,29	Sangat Tinggi
Y3.3			7	71	22	4,15	Tinggi
<b>Rata-rata</b>						4,29	Sangat Tinggi

### 4. *Save*

Indikator *Save* merupakan indikator keempat pada variable peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 5.8 *Save* akun Instagram @sukabumi\_

Item	Frekuensi					Rata - rata	Keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y3.1				39	61	4,61	Sangat Tinggi
Y3.2				48	52	4,52	Sangat Tinggi

Y3.3	41	59	4,59	Sangat Tinggi
Rata-rata			4,57	Sangat Tinggi

## Pengaruh Desain Visual Konten Singkat Cerita Terhadap Peningkatan *Engagement* Akun Instagram @sukabumi\_

Desain visual konten singkat cerita pada akun Instagram @sukabumi\_ memiliki kontribusi penting dalam mendorong *Engagement* komunitas digital. Aspek visual yang terdiri atas warna, tipografi, tata letak, serta gambar lokal terbukti mampu menarik perhatian, memperkuat identitas komunitas, hingga menumbuhkan interaksi yang signifikan seperti *Likes*, komentar, *Share*, dan *Save*. Responden memberi penilaian sangat tinggi atas visual storytelling yang secara konsisten dihadirkan, dimana desain tersebut tidak sekadar memperindah tampilan, tetapi juga memudahkan penyampaian pesan secara efektif dan menguatkan ikatan emosional followers dengan identitas lokal Sukabumi. Efektivitas ini semakin terlihat dari meningkatnya loyalitas, sense of belonging, serta partisipasi aktif warga digital yang tidak hanya menikmati konten, tetapi juga terlibat dalam berbagai aktivitas komunitas. Hal ini mendasari pentingnya melakukan pengujian statistik untuk mengetahui secara kuantitatif seberapa besar pengaruh desain visual terhadap *Engagement* digital di akun ini.

Berdasarkan hasil uji validitas instrumen penelitian yang tercantum dalam dokumen, seluruh indikator pada variabel desain visual konten singkat cerita (X1, X2, X3, X4) dan variabel *Engagement* Instagram @sukabumi\_ (Y1, Y2, Y3, Y4) dinyatakan valid karena nilai validitasnya di bawah 0,05, sehingga memenuhi syarat instrumen yang sah untuk mengukur konstruk penelitian. Setiap aspek desain visual (warna, tipografi, tata letak, gambar) serta seluruh indikator *Engagement* (*Likes*, *Comment*, *Share*, *Save*) telah lolos pengujian validitas sehingga mampu merepresentasikan variabel yang hendak diuji. Pada indikator *Engagement* Y2, hanya satu butir soal (P60) yang nilainya 0,018, juga masuk kriteria valid. Di sisi lain, semua indikator pada kedua variabel tersebut juga dinyatakan reliabel dengan nilai reliabilitas 0,07, membuktikan konsistensi dan stabilitas instrumen. Dengan demikian, seluruh indikator dalam instrumen penelitian ini layak digunakan sebagai alat ukur pengaruh desain visual terhadap peningkatan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_, baik dari sisi validitas maupun reliabilitas statistiknya.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada instrumen penelitian desain visual konten singkat cerita dan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ di setiap indikator, seluruh variabel menunjukkan nilai reliabilitas 0,07 yang berarti berada di bawah batas ambang minimal sehingga dinyatakan reliabel. Hal ini berlaku untuk masing-masing indikator pada desain visual, yaitu aspek warna, tipografi, tata letak, serta gambar/ilustrasi, dan pada indikator *Engagement* *Likes*, *Comment*, *Share*, dan *Save*. Hasil reliabilitas ini menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan pada masing-masing indikator mampu menghasilkan data yang konsisten serta dapat diandalkan untuk mengukur variabel terkait dalam studi ini. Dengan demikian,

instrumen yang digunakan sudah terbukti memenuhi kriteria reliabilitas secara statistik, memastikan keterukuran tiap indikator stabil apabila dilakukan pengukuran ulang pada situasi atau waktu berbeda, sehingga data yang dihasilkan dapat dipercaya untuk menarik kesimpulan ilmiah mengenai hubungan desain visual dan *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_.

Untuk mengukur secara obyektif hubungan antar variabel, dilakukanlah uji regresi linear sederhana. Uji ini dipilih karena mampu menggambarkan secara langsung dan terukur pengaruh satu variabel independen (desain visual) terhadap variabel dependen (*Engagement*) dalam bentuk hubungan linier. Dengan uji regresi sederhana, peneliti memperoleh hasil konkret apakah desain visual yang diterapkan benar-benar berkontribusi secara statistik pada peningkatan *Engagement*, serta dapat melihat kekuatan hubungan dan signifikansi pengaruh dari tiap indikator visual terhadap elemen *Engagement* akun komunitas digital. Pendekatan ini juga memungkinkan seluruh proses pengambilan keputusan berbasis data yang jelas dan terverifikasi secara ilmiah. Di sisi lain, uji regresi sederhana menjadi acuan utama validitas argumentasi bahwa strategi konten visual bukan sekadar bentuk kreativitas, melainkan investasi strategis yang dampaknya dapat diukur secara nyata dalam perkembangan komunitas Instagram @sukabumi\_.

Tabel 5.9 Intrepetasi hasil uji regresi linear sederhana

Desain Visual Konten Singkat Cerita	Peningkatan <i>Engagement</i> Akun Instagram @sukabumi_			
	<i>Likes</i>	<i>Comment</i>	<i>Share</i>	<i>Save</i>
Warna	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001
Tipografi	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001
Tata letak	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001
Gambar	< 0,001	< 0,001	< 0,001	< 0,001

Tabel di atas menampilkan hasil signifikansi hubungan antara tiap indikator desain visual konten singkat cerita (warna, tipografi, tata letak, gambar) dan seluruh indikator *Engagement* akun Instagram @sukabumi\_ (*Likes*, *Comment*, *Share*, *Save*). Setiap nilai signifikansi yang diperoleh pada uji regresi menunjukkan angka di bawah 0,001. Ini menegaskan bahwa ada pengaruh yang sangat kuat dan signifikan antara setiap elemen visual dengan peningkatan *Engagement*; semakin baik kualitas desain visual yang diterapkan, semakin tinggi pula partisipasi, respon positif, dan aktivitas masyarakat digital dalam merespons konten akun komunitas. Hasil ini membuktikan secara ilmiah bahwa desain visual berperan sebagai variabel strategis penentu keberhasilan interaksi digital di era visual content.

Interpretasi dari hasil uji regresi tersebut menunjukkan bahwa kontribusi setiap aspek desain visual terhadap *Engagement* tidak hanya bersifat asosiatif, tetapi benar-benar memiliki hubungan sebab akibat yang sangat bermakna secara statistik. Dengan signifikansi < 0,001 pada seluruh jalur hubungan, dapat disimpulkan bahwa inovasi warna, kreativitas tipografi, konsistensi layout, dan kekuatan ilustrasi lokal

adalah faktor penentu utama kesuksesan *Engagement* akun komunitas di Instagram. Penelitian ini sekaligus menegaskan pentingnya strategi visual storytelling adaptif yang terus dievaluasi dan diperbarui demi memastikan loyalitas, pertumbuhan pengikut, dan keberlanjutan komunitas digital Sukabumi di tengah persaingan media sosial yang kian kompetitif.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa desain visual konten singkat cerita pada akun Instagram @sukabumi\_ memiliki pengaruh yang sangat signifikan terhadap peningkatan *Engagement* digital. Setiap unsur utama seperti warna, tipografi, tata letak, dan gambar lokal dinilai sangat tinggi oleh responden, membuktikan efektivitas visual storytelling dalam menarik perhatian dan menciptakan interaksi aktif. Inovasi serta konsistensi visual yang dihadirkan berhasil membangun loyalitas, mempermudah penyampaian pesan, sekaligus memperkuat identitas lokal yang menjadi daya tarik utama komunitas digital ini. Hasil statistik juga memperjelas peran desain visual sebagai penentu utama dalam meningkatnya *Likes*, komentar, *Share*, dan *Save*, sehingga akun ini mampu menjadi pusat interaksi, dialog, serta inspirasi digital di kawasan Sukabumi.

Temuan kuantitatif memperlihatkan bahwa seluruh indikator *Engagement* mendapatkan skor mean sangat tinggi, dengan indikator "Save" menempati posisi puncak. Hal ini menandakan bahwa konten yang dirancang secara visual tidak hanya relevan, tetapi juga memiliki nilai guna dan inspirasi jangka panjang bagi pengikut akun. Partisipasi followers yang sangat aktif pada seluruh aspek interaksi menunjukkan keberhasilan strategi konten visual dan narasi singkat yang diadaptasi secara responsif terhadap kebutuhan audiens. Analisis regresi linier sederhana menunjukkan signifikansi  $<0,001$  pada setiap jalur hubungan antar variabel, sehingga hubungan antara desain visual dan *Engagement* tidak hanya terjadi secara kebetulan, tetapi bersifat kausal dan sangat bermakna menurut data.

## SARAN

Saran yang dapat diberikan berdasarkan temuan ini adalah agar pengelola akun Instagram komunitas seperti @sukabumi\_ terus berinovasi dalam pengelolaan dan pengembangan desain visual. Penerapan warna identitas lokal, pemilihan tipografi yang readable dan menarik, tata letak proporsional, serta penggunaan gambar atau ilustrasi autentik perlu dilakukan secara konsisten dan adaptif terhadap perkembangan tren digital. Selain itu, monitoring berkala terhadap data *Engagement* dan evaluasi strategi konten sangat disarankan untuk memastikan relevansi konten serta menjaga pertumbuhan komunitas digital secara berkelanjutan.

Penelitian selanjutnya direkomendasikan untuk memperluas lingkup objek maupun menambah variabel, seperti brand trust, brand advocacy, atau experience followers agar memperoleh wawasan lebih komprehensif mengenai pengaruh visual terhadap perilaku digital. Penelitian juga dapat memperdalam metode segmentasi audiens berdasarkan usia atau preferensi visual, serta membandingkan hasil antar akun komunitas daerah di Indonesia. Dengan demikian, pengembangan desain visual

dan storytelling digital akan semakin optimal dalam membangun *Engagement*, memperkuat identitas lokal, serta menciptakan komunitas digital yang adaptif sekaligus kolaboratif di era persaingan konten visual saat ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2013). Customer engagement: Conceptual domain, fundamental propositions, and implications for research. *Journal of Service Research*, 14(3), 252-271.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2006). *Business Research Methods* (9th ed.). McGraw-Hill.
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (4th ed.). Pearson Education.
- Creswell, J. W., & Guetterman, T. C. (2019). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research* (6th ed.). Pearson.
- Damanik, D. N. (2025). Desain Konten Visual, Engagement, Brand Awareness. [Skripsi. Universitas Sumatera Utara].
- Damanik, D. N., & Pandjaitan, M. M. (2025). Peran Kualitas Visual Konten dan Engagement Pengguna terhadap Brand Awareness IG minyakkarolaucih. *Jurnal Ilmu Komunikasi Digital*, 5(2), 115-130.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (5th ed.). Sage Publications.
- Hardiana, R. D. C., & Kharisma, D. T. (2025). Pengaruh Pemasaran Konten dan Customer Engagement Terhadap Minat Beli Menantea pada Instagram Official. *Jurnal Komunikasi, Media, dan Digital*, 7(1), 45-60.
- Meyer, J. P. (2014). *Applied Measurement: Industrial Psychology in Human Resources Management*. Routledge.
- Mulyani, S., Siregar, D., & Surya, E. (2024). Analisa dan Desain Konten Instagram yang Menarik dan Berdampak Positif pada Interaksi Pengguna. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 8(2), 45-60.
- Santoso, I. (2024). Pengaruh Elemen Visual pada Konten Feeds Instagram P3SMANDIRI terhadap Peningkatan Kesadaran Merek. *Jurnal Komunikasi Visual dan Media Digital*, 6(1), 105-123.
- Sibarani, M. M. (2025). Implementation of Content Marketing and Copywriting on Engagement Rate Instagram eigeradventure. *International Journal of Digital Marketing*, 11(2), 98-110.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wooldridge, J. M. (2015). *Introductory Econometrics: A Modern Approach* (6th ed.). Cengage Learning.