

PERANCANGAN DESAIN FEED INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN INTERAKSI KONTEN DENGAN PENDEKATAN ALGORITMA PLATFORM SEBAGAI VARIABEL MODERASI

Rizky Ramadhan. S¹⁾

¹⁾Universitas Nusa Putra

rizky.ramadhan_dkv22@nusaputra.ac.id

ABSTRAK

Era media sosial kontemporer ditandai oleh dominasi sistem kurasi algoritmik yang secara fundamental mengubah dinamika distribusi dan interaksi konten. Instagram, sebagai platform visual-sentris, menempatkan Desain Komunikasi Visual (DKV) pada posisi strategis, namun efektivitasnya tidak lagi dapat diukur semata-mata dari prinsip estetika konvensional. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan merancang strategi desain visual feed Instagram yang mampu meningkatkan interaksi konten, dengan secara spesifik menguji peran moderasi algoritma platform. Dalam lanskap digital saat ini, ketergantungan interaksi pada sistem algoritma menciptakan kesenjangan antara intensi desain dan performa aktual konten. Penelitian ini mengadopsi paradigma mixed-method dengan desain explanatory sequential. Tahap kuantitatif pertama melibatkan serangkaian eksperimen A/B testing untuk mengukur pengaruh variabel desain feed (X1), filter visual (X2), dan copywriting visual (X3) terhadap metrik interaksi konten (Y). Analisis regresi moderasi dengan SPSS PROCESS macro digunakan untuk menguji bagaimana variabel proksi algoritma (M), seperti waktu posting dan strategi tagar, memoderasi hubungan antara elemen visual dan interaksi. Tahap kualitatif kedua menggunakan analisis konten tematik dan wawancara mendalam untuk mengeksplorasi persepsi audiens dan memberikan konteks pada temuan kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa elemen visual tertentu secara signifikan memengaruhi metrik interaksi spesifik; sebagai contoh, layout carousel berkorelasi positif dengan saves, sementara copywriting visual yang kuat mendorong shares. Lebih krusial lagi, analisis moderasi mengonfirmasi bahwa efektivitas elemen-elemen desain ini secara signifikan diperkuat atau dilemahkan oleh kondisi algoritmik. Temuan ini mengarah pada perancangan prototipe feed adaptif yang mengintegrasikan kohesi visual dengan diversifikasi format dan desain yang sengaja menargetkan sinyal interaksi bernilai tinggi. Manfaat penelitian ini bersifat ganda: secara akademis, menambah literatur empiris mengenai peran moderasi algoritma dalam DKV digital; secara praktis, memberikan panduan strategis berbasis data bagi desainer konten dan pengelola media sosial untuk mengoptimalkan performa visual dalam ekosistem algoritmik yang dinamis.

Kata kunci: desain feed Instagram, filter visual, copywriting visual, interaksi konten, algoritma platform.

ABSTRACT

The contemporary social media era is characterized by the dominance of algorithmic curation systems that fundamentally transform the dynamics of content distribution and interaction. Instagram, as a visual-centric platform, positions Visual Communication Design (VCD) strategically; however, its effectiveness can no longer be measured solely by conventional aesthetic principles. This study aims to analyze and design a visual feed strategy for Instagram that enhances content interaction, specifically by examining the moderating role of the platform's algorithm. In the current digital landscape, the dependence of engagement on algorithmic systems creates a gap between design intention and actual content performance. This research adopts a mixed-method paradigm with an explanatory sequential design. The first

quantitative phase involves a series of A/B testing experiments to measure the influence of feed design variables (X1), visual filters (X2), and visual copywriting (X3) on content interaction metrics (Y). Moderation regression analysis using the SPSS PROCESS macro is employed to test how algorithm proxy variables (M), such as posting time and hashtag strategy, moderate the relationship between visual elements and engagement. The second qualitative phase utilizes thematic content analysis and in-depth interviews to explore audience perceptions and provide contextual understanding of the quantitative findings. The results indicate that certain visual elements significantly affect specific interaction metrics; for instance, carousel layouts positively correlate with saves, while strong visual copywriting encourages shares. More crucially, the moderation analysis confirms that the effectiveness of these design elements is significantly strengthened or weakened by algorithmic conditions. These findings lead to the development of an adaptive feed prototype that integrates visual cohesion with format diversification and design strategies intentionally targeting high-value engagement signals. The contributions of this study are twofold: academically, it enriches the empirical literature on the moderating role of algorithms in digital VCD; practically, it offers data-driven strategic guidelines for content designers and social media managers to optimize visual performance within a dynamic algorithmic ecosystem.

Keywords: *Instagram feed design, visual filters, visual copywriting, content interaction, platform algorithms*

PENDAHULUAN

Lanskap Komunikasi Digital dan Peran Sentral DKV

Dalam ekosistem digital kontemporer yang diwarnai oleh saturasi informasi, peran Desain Komunikasi Visual (DKV) telah mengalami evolusi fundamental. DKV tidak lagi hanya berfungsi sebagai elemen penambah estetika, melainkan telah menjadi instrumen strategis yang krusial untuk efektivitas komunikasi.¹ Platform media sosial, khususnya Instagram, merupakan arena di mana komunikasi berlangsung dalam hitungan detik. Dalam lingkungan yang serba cepat ini, kemampuan untuk menarik perhatian audiens menjadi prasyarat utama keberhasilan penyampaian pesan. Penelitian menunjukkan bahwa otak manusia memproses informasi visual jauh lebih cepat dibandingkan teks, menjadikan strategi visual yang kuat sebagai sebuah keharusan, bukan lagi pilihan.³

Peran strategis DKV dalam konteks ini bersifat multifaset. Pertama, DKV berfungsi sebagai fondasi dalam membangun identitas merek (*brand identity*) yang kohesif dan mudah dikenali di tengah kebisingan digital.⁵ Kedua, melalui penggunaan infografis, ilustrasi, dan tata letak yang efektif, DKV mampu menyederhanakan informasi yang kompleks, membuatnya lebih mudah dicerna oleh audiens.⁶ Ketiga, dan yang paling relevan dengan konteks platform interaktif, DKV secara langsung berkontribusi pada peningkatan Pengalaman Pengguna (*User Experience - UX*).⁵ Sebuah antarmuka yang dirancang dengan baik, yang intuitif dan menyenangkan secara visual, terbukti dapat meningkatkan retensi pengguna dan mendorong tingkat interaksi yang lebih tinggi.⁵ Dengan demikian, keberhasilan kampanye pemasaran digital di platform seperti Instagram kini secara inheren terikat pada kualitas dan implementasi strategis dari aset-aset visual yang ditampilkan.¹

Kondisi ini melahirkan sebuah pemahaman baru: DKV berfungsi sebagai prasyarat fundamental untuk visibilitas algoritmik. Dalam lingkungan digital yang jenuh, perhatian pengguna adalah sumber daya yang paling langka. Komunikasi visual merupakan medium yang paling efisien untuk menangkap sumber daya langka tersebut.³ Oleh karena itu, penerapan DKV yang efektif bukanlah sekadar keunggulan kompetitif, melainkan sebuah tiket masuk esensial agar sebuah konten dapat memasuki arena persaingan. Tanpa daya tarik visual yang kuat, sebuah konten berisiko tinggi untuk diabaikan oleh pengguna pada pandangan pertama. Hal ini akan menghasilkan sinyal interaksi awal yang rendah (atau tidak ada sama sekali), yang kemudian diinterpretasikan oleh algoritma platform sebagai konten yang tidak relevan, sehingga

distribusinya dihentikan. Dengan kata lain, DKV adalah gerbang pertama yang harus dilalui sebuah konten untuk mendapatkan kesempatan dinilai, baik oleh audiens manusia maupun oleh sistem kurasi mesin.

Supremasi Algoritma: Kurasi Konten dan Ekonomi Perhatian

Arsitektur media sosial modern telah mengalami pergeseran paradigmatik yang signifikan, terutama sejak Instagram mengganti *feed* kronologisnya dengan sistem kurasi berbasis algoritma pada tahun 2016.⁷ Langkah ini secara radikal mengubah cara konten didistribusikan, dengan memprioritaskan "relevansi"—sebagaimana diprediksi oleh sistem—di atas urutan waktu. Tujuan utama di balik sistem algoritmik ini adalah untuk memaksimalkan keterlibatan pengguna (*user engagement*), yang diukur melalui berbagai metrik seperti waktu yang dihabiskan di platform, interaksi, dan perhatian. Hal ini dilakukan untuk melayani model bisnis platform yang bergantung pada ekonomi perhatian (*attention economy*).⁸

Dalam ekonomi perhatian ini, kreator konten dan desainer tidak lagi hanya berkomunikasi dengan audiens yang telah mereka bangun. Mereka kini harus bersaing secara aktif untuk mendapatkan "persetujuan" dari algoritma. Penting untuk dipahami bahwa tidak ada "satu algoritma Instagram" yang tunggal. Sebaliknya, Instagram beroperasi melalui serangkaian algoritma, pengklasifikasi, dan proses yang kompleks, di mana setiap sistem dirancang khusus untuk permukaan yang berbeda, seperti Feed, Stories, Reels, dan halaman Explore.¹⁰ Setiap permukaan memiliki "sinyal" peringkatnya sendiri, yang berarti bahwa strategi visual yang berhasil haruslah bersifat multifaset dan sadar-format, mampu beradaptasi dengan tuntutan spesifik dari setiap bagian platform.

Dinamika ini menempatkan algoritma pada posisi yang lebih dari sekadar alat distribusi; ia berfungsi sebagai co-creator yang tak terlihat dan non-manusia. Algoritma secara aktif mengurasi dan memprioritaskan konten berdasarkan prediksi performa interaksi.⁷ Ini berarti sistem tersebut memiliki kekuatan untuk menentukan konten mana yang akan mendapatkan visibilitas luas dan mana yang akan tetap tersembunyi, terlepas dari niat kreator atau kualitas intrinsik karya tersebut. Kemampuan untuk secara selektif memperkuat atau menekan konten mengubah algoritma menjadi kolaborator implisit dalam proses kreatif. Akibatnya, para desainer kini secara tidak langsung merancang karyanya *untuk* dan *bersama* co-creator algoritmik ini. Preferensi sistem—seperti kecenderungan untuk gambar beresolusi tinggi, durasi video tertentu, atau penggunaan audio yang sedang tren—harus dipertimbangkan secara setara dengan prinsip-prinsip desain tradisional yang berpusat pada manusia. Hal ini melahirkan sebuah praktik desain hibrida, di mana audiens targetnya adalah manusia sekaligus mesin.

Permasalahan Penelitian: Kesenjangan antara Intensi Desain dan Performa Algoritmik

Berdasarkan konteks di atas, permasalahan penelitian ini berakar pada adanya kesenjangan yang signifikan antara prinsip-prinsip komunikasi visual yang diajarkan dan dipraktikkan dalam disiplin DKV dengan performa aktual konten visual di platform yang dimoderasi oleh algoritma seperti Instagram. Sebuah karya desain dapat memenuhi semua kriteria keunggulan estetika—komposisi yang seimbang, teori warna yang harmonis, dan konsep yang kuat—namun gagal mencapai tingkat interaksi yang tinggi karena tidak selaras dengan sinyal-sinyal yang dihargai oleh algoritma platform.

Inti dari permasalahan ini adalah efek moderasi dari algoritma. Algoritma tidak hanya menjadi medium, tetapi juga variabel aktif yang memengaruhi hubungan antara input desain dan output interaksi. Untuk menginvestigasi fenomena ini, penelitian ini mengusulkan model konseptual sebagai berikut:

1. Variabel Independen (X): Kualitas perancangan visual yang dipecah menjadi beberapa komponen, yaitu Desain Feed Instagram secara keseluruhan (), penggunaan Filter Visual (), dan implementasi Copywriting Visual ().

2. Variabel Dependen (Y): Tingkat Interaksi Konten, yang diukur melalui metrik kuantitatif seperti jumlah Suka (Likes), Komentar (Comments), Bagikan (Shares), dan Simpan (Saves).
3. Variabel Moderasi (M): Algoritma Platform, yang perannya akan diukur melalui variabel proksi yang merepresentasikan kondisi-kondisi yang diketahui memengaruhi distribusi konten, seperti waktu posting, strategi tagar, dan format konten.

Kesenjangan ini mengarah pada pertanyaan penelitian sentral yang akan menjadi fokus utama studi ini: *Bagaimana algoritma platform (M) memoderasi hubungan antara elemen-elemen desain visual spesifik (X) dan tingkat interaksi konten (Y)?* Pertanyaan ini mendorong analisis melampaui sekadar hubungan sebab-akibat sederhana (misalnya, "apakah desain yang baik meningkatkan *likes*?") menuju investigasi yang lebih bernuansa mengenai *kondisi-kondisi di mana* sebuah desain visual dapat menjadi efektif dalam ekosistem algoritmik.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori Desain Visual untuk Antarmuka Digital

Untuk memahami pengaruh desain terhadap interaksi, perlu adanya landasan teori yang kuat mengenai prinsip-prinsip dasar desain visual, yang kemudian diadaptasi untuk konteks antarmuka digital yang dinamis seperti *feed* Instagram. Prinsip-prinsip ini, yang mencakup komposisi, teori warna, dan tipografi, berfungsi sebagai fondasi untuk menciptakan komunikasi visual yang efektif dan menarik.¹³ Analisis mendalam terhadap prinsip-prinsip tata letak, seperti yang dikemukakan oleh Tom Lichty, memberikan kerangka kerja yang relevan untuk membedah sebuah desain konten di media sosial.¹⁶

1. Proporsi: Prinsip ini berkaitan dengan hubungan ukuran dan skala antara berbagai elemen dalam sebuah desain. Di Instagram, proporsi antara teks dan gambar, atau antara subjek utama dan ruang negatif, secara signifikan memengaruhi harmoni visual dan kemampuan audiens untuk memfokuskan perhatian pada pesan utama.¹⁶
2. Keseimbangan (Balance): Keseimbangan adalah tentang distribusi bobot visual elemen-elemen desain. Keseimbangan dapat dicapai secara simetris, yang menciptakan kesan formal dan statis, atau asimetris, yang menghasilkan komposisi yang lebih dinamis dan modern. Penerapan keseimbangan yang tepat pada *feed* Instagram dapat menciptakan tampilan yang stabil dan menyenangkan secara estetika, yang mendorong pengguna untuk bertahan lebih lama.¹⁶
3. Kontras: Kontras diciptakan melalui penggunaan elemen-elemen yang berlawanan, seperti warna terang dan gelap, tipografi tebal dan tipis, atau bentuk geometris dan organik. Kontras berfungsi untuk menarik perhatian, menciptakan titik fokus, dan membangun hierarki informasi yang jelas, sehingga audiens dapat dengan cepat mengidentifikasi pesan kunci.¹⁶
4. Irama (*Rhythm*): Irama dalam desain visual dicapai melalui pengulangan elemen-elemen secara teratur, seperti penggunaan warna, bentuk, atau gaya tipografi yang konsisten. Irama menciptakan alur visual yang terorganisir dan memandu mata audiens untuk bergerak melintasi konten atau dari satu postingan ke postingan berikutnya dalam sebuah *feed*.¹⁶
5. Kesatuan (*Unity*): Kesatuan adalah puncak dari penerapan semua prinsip lainnya, di mana semua elemen desain—garis, bentuk, warna, tekstur—berpadu secara harmonis untuk menciptakan sebuah komposisi yang utuh dan kohesif. Dalam konteks *feed* Instagram, kesatuan visual di seluruh postingan sangat penting untuk membangun identitas merek yang kuat dan konsisten.¹³

Penerapan prinsip-prinsip ini secara langsung memengaruhi persepsi pengguna dan, sebagai

hasilnya, dapat berdampak signifikan pada metrik interaksi.¹⁹ Sebagai contoh, penelitian telah menunjukkan bahwa keterbacaan (*readability*) dan kejelasan (*legibility*) tipografi () adalah salah satu faktor paling dominan yang memengaruhi interaksi, karena pesan yang tidak dapat dibaca dengan mudah akan segera diabaikan oleh pengguna.¹⁸

Mekanisme dan Sinyal Algoritma Instagram

Memahami algoritma Instagram memerlukan dekonstruksi mekanisme dan sinyal-sinyal peringkat yang digunakannya untuk mengevaluasi dan mendistribusikan konten. Berdasarkan analisis terkini, algoritma Instagram bukanlah entitas tunggal, melainkan sistem kompleks yang disesuaikan untuk setiap permukaan platform.¹⁰ Sinyal-sinyal utama yang menjadi pertimbangan sistem ini dapat dikategorikan sebagai berikut:

1. Informasi tentang Postingan (Information about the Post): Ini mencakup kualitas teknis konten, seperti resolusi gambar dan orisinalitas (konten yang tidak didaur ulang).²⁰ Selain itu, aktualitas atau timeliness (seberapa baru sebuah postingan) dan kecepatan interaksi (*engagement velocity*), yaitu seberapa cepat sebuah postingan mendapatkan interaksi setelah diunggah, juga merupakan faktor penting.¹¹
2. Informasi tentang Pengunggah (Information about the Poster): Riwayat akun, konsistensi posting, dan persepsi sistem mengenai otoritas akun tersebut dalam topik tertentu juga menjadi pertimbangan.
3. Aktivitas Pengguna (User Activity): Algoritma secara konstan menganalisis perilaku setiap pengguna—postingan apa yang mereka sukai, komentari, simpan, atau bagikan, serta profil siapa yang mereka kunjungi. Data ini digunakan untuk membangun "skor minat" (*score of interest*) yang memprediksi konten apa yang paling relevan untuk pengguna tersebut.²¹
4. Riwayat Interaksi Pengguna (User Interaction History): Kekuatan hubungan antara audiens dan kreator adalah salah satu faktor peringkat paling signifikan. Jika seorang pengguna secara konsisten berinteraksi dengan konten dari akun tertentu, algoritma akan memprioritaskan konten dari akun tersebut di *feed* pengguna di masa depan.¹⁰

Selain sinyal-sinyal tersebut, penting untuk mempertimbangkan adanya bias algoritmik. Sistem ini, meskipun dirancang untuk netral, dapat secara tidak sengaja memprioritaskan jenis konten, gaya visual, atau kreator tertentu, yang berpotensi meminggirkan suara-suara lain. Fenomena ini dapat menciptakan "gelembung filter" (*filter bubbles*) atau "ruang gema" (*echo chambers*), di mana pengguna hanya terpapar pada konten yang mengonfirmasi keyakinan mereka yang sudah ada.⁸ Hal ini menambahkan dimensi etis dan sosial yang kompleks dalam proses perancangan visual.

Dalam mengevaluasi interaksi, algoritma tidak memperlakukan semua tindakan secara setara. Terdapat sebuah hierarki implisit dalam sinyal interaksi yang mencerminkan tingkat niat dan nilai yang diatribusikan oleh pengguna. Sebuah 'suka' (*like*) adalah bentuk interaksi dengan usaha rendah, sering kali merupakan tindakan refleksif. Sebuah 'komentar' memerlukan usaha kognitif yang lebih besar. Namun, tindakan 'membagikan' (*share*) dan 'menyimpan' (*save*) menandakan tingkat niat pengguna yang tertinggi.²⁵ 'Membagikan' berarti pengguna menganggap konten tersebut cukup berharga untuk menjadi bagian dari identitas digital mereka atau untuk dibagikan kepada jaringan mereka. 'Menyimpan' menunjukkan bahwa konten tersebut memiliki nilai utilitas pribadi yang tinggi, sesuatu yang ingin dikunjungi kembali oleh pengguna di masa depan. Oleh karena itu, strategi visual yang canggih tidak seharusnya hanya menargetkan "interaksi" secara umum, tetapi harus dirancang secara spesifik untuk memancing sinyal interaksi bernilai tinggi yang paling relevan dengan tujuan konten tersebut. Sebagai contoh, sebuah carousel infografis yang padat informasi dirancang untuk 'disimpan', sementara sebuah meme yang relevan secara kultural atau pernyataan visual yang provokatif dirancang untuk 'dibagikan' dan 'dikomentari'. Pilihan desain—mulai dari tata letak hingga *copywriting* visual—harus disesuaikan untuk memicu sinyal algoritmik yang diinginkan.

Semiotika Visual dan Copywriting

Setiap elemen dalam sebuah postingan Instagram—mulai dari gambar, warna, hingga teks—berfungsi sebagai tanda (*sign*) yang mengkomunikasikan makna melampaui bentuk literalnya. Teori semiotika memberikan kerangka kerja untuk membedah bagaimana tanda-tanda visual ini bekerja. Sebuah postingan dapat dianalisis pada dua tingkat: makna denotatif, yaitu apa yang secara harfiah terlihat dalam gambar (misalnya, seorang wanita tersenyum memegang produk), dan makna konotatif, yaitu asosiasi budaya dan emosional yang ditimbulkannya (misalnya, kebahagiaan, kesehatan, kecantikan alami).²⁷

Dalam konteks ini, konsep "*copywriting* visual" menjadi sangat relevan. *Copywriting* visual didefinisikan sebagai integrasi strategis antara teks dan citra, di mana kedua elemen tersebut tidak bekerja secara terpisah, melainkan bersinergi untuk menyampaikan satu pesan persuasif yang utuh.³ Pilihan jenis huruf (*font*), ukuran, warna, dan penempatan teks pada sebuah gambar bukanlah sekadar keputusan dekoratif. Setiap pilihan tersebut membawa muatan makna tersendiri dan memengaruhi bagaimana pesan keseluruhan diterima oleh audiens. Misalnya, penggunaan *font* serif dapat membangkitkan kesan klasik dan profesional, sementara *font* sans-serif yang tebal dapat memberikan kesan modern dan tegas.¹⁶

Hubungan semiotik antara teks dan gambar ini secara langsung memengaruhi persepsi audiens dan dapat digunakan untuk memicu respons emosional yang spesifik, yang pada gilirannya mendorong berbagai bentuk interaksi.²⁸ Sebuah *copywriting* visual yang efektif mampu menangkap perhatian, menyampaikan pesan dengan cepat, dan membujuk audiens untuk melakukan tindakan—baik itu menyukai, berkomentar, atau membagikan konten tersebut.

Psikologi Perilaku Pengguna di Media Sosial

Perilaku pengguna di Instagram didorong oleh serangkaian faktor psikologis yang kompleks. Interaksi tidak terjadi dalam ruang hampa; ia dipengaruhi oleh persepsi estetika, kebutuhan akan validasi sosial, dan motivasi pencarian informasi.³⁰ Sebuah *feed* yang memiliki konsistensi visual yang tinggi, misalnya, dapat membangun rasa percaya dan keakraban pada sebuah merek, yang pada akhirnya menumbuhkan loyalitas pengikut dan mendorong interaksi yang berkelanjutan.¹

Di sisi lain, platform ini juga menjadi arena bagi perbandingan sosial. Paparan terhadap citra-citra yang teridealisasi dapat memengaruhi persepsi diri pengguna, sebuah faktor yang secara tidak langsung dapat membentuk pola interaksi mereka.³⁰ Pengguna mungkin lebih cenderung berinteraksi dengan konten yang aspirasional atau, sebaliknya, dengan konten yang terasa lebih otentik dan relevan dengan kehidupan mereka.

Selain itu, penelitian juga telah mengidentifikasi hubungan antara intensitas penggunaan Instagram dengan perilaku konsumtif. Presentasi produk yang menarik secara visual dapat secara efektif memicu keinginan untuk membeli, menunjukkan bagaimana strategi desain visual dapat secara langsung memengaruhi perilaku di luar platform.³² Memahami motivasi psikologis ini—baik itu pencarian inspirasi, koneksi sosial, atau informasi produk—sangat penting bagi desainer untuk dapat menciptakan konten visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga beresonansi secara emosional dan fungsional dengan kebutuhan audiens.

METODE PENELITIAN

Penelitian Mixed-Method

Untuk menjawab pertanyaan penelitian yang kompleks dan multifaset, studi ini mengadopsi paradigma penelitian metode campuran (*mixed-method*) dengan desain sekuensial eksplanatoris (*Explanatory Sequential Design*).³⁴ Pendekatan dua fase ini dipilih karena kemampuannya untuk menggabungkan kekuatan generalisasi data kuantitatif dengan kedalaman pemahaman dari data kualitatif.

1. **Fase 1 (Kuantitatif):** Tahap pertama akan berfokus pada pengumpulan dan analisis data kuantitatif. Sebuah eksperimen daring akan dirancang untuk menguji hubungan statistik antara variabel- variabel visual (X), metrik interaksi (Y), dan efek moderasi dari algoritma (M). Prioritas pada fase ini adalah untuk mencapai objektivitas, mengidentifikasi pola kausal, dan memastikan temuan dapat digeneralisasi.
2. **Fase 2 (Kualitatif):** Setelah analisis kuantitatif selesai, tahap kedua akan melibatkan analisis kualitatif yang mendalam. Data kualitatif akan digunakan untuk menjelaskan, menginterpretasikan, dan memberikan konteks pada temuan statistik dari Fase 1. Fase ini bertujuan untuk menggali jawaban atas pertanyaan "mengapa" di balik pola-pola yang teramati.

Keunggulan utama dari desain ini adalah kemampuannya untuk memberikan pemahaman yang lebih komprehensif dan bernuansa dibandingkan jika hanya menggunakan satu metode saja. Data kuantitatif akan mengidentifikasi *apa* yang terjadi (misalnya, filter A menghasilkan *likes* lebih tinggi daripada filter B), sementara data kualitatif akan menjelaskan *bagaimana* dan *mengapa* hal itu terjadi (misalnya, pengguna mempersepsikan filter A sebagai lebih "otentik" dan "hangat").³⁴ Integrasi kedua jenis data ini akan menghasilkan kesimpulan yang lebih kuat dan dapat dipertanggungjawabkan.

Fase	Pertanyaan Penelitian	Aktivitas	Sumber Data	Teknik Analisis
Fase 1: Kuantitatif	Bagaimana elemen visual (X) dan algoritma (M) memengaruhi interaksi (Y)?	Eksperimen A/B Testing Daring	Instagram Insights API (Likes, Comments, Saves, Reach)	Statistik Deskriptif, Uji-t, Regresi Moderasi (SPSS PROCESS Macro)
Fase 2: Kualitatif	Mengapa elemen visual tertentu lebih efektif dalam mendorong interaksi?	Analisis Konten & Wawancara Mendalam	Postingan Eksperimen (Visual), Transkrip Wawancara	Analisis Konten Tematik, Analisis Semiotika
Integrasi	Bagaimana persepsi kualitatif audiens menjelaskan hasil statistik dari eksperimen?	Perbandingan dan Sintesis Temuan	Hasil Analisis Kuantitatif dan Kualitatif	Narasi Eksplanatoris, Pengembangan Prototipe

Table 1. Desain Penelitian Mixed-Method (Explanatory Sequential)

Tahap Kuantitatif: Eksperimen Desain dan Analisis Moderasi

1. Desain Eksperimental (A/B Testing)

Metodologi inti dari fase kuantitatif adalah eksperimen terkontrol yang menggunakan protokol A/B testing (atau pengujian multivariat) untuk mengisolasi dampak kausal dari setiap variabel visual independen terhadap interaksi.³⁶

Prosedur:

Sebuah akun Instagram eksperimental akan dibuat dan digunakan untuk menjalankan semua pengujian. Konten akan dipublikasikan secara terjadwal, di mana audiens akan secara acak terpapar pada versi-versi postingan yang berbeda. Dalam setiap pengujian, hanya satu elemen visual yang akan diubah, sementara semua variabel lainnya (gambar dasar, teks caption, waktu posting, dll.) akan dijaga tetap konstan untuk memastikan validitas internal.³⁶

Variabel yang Akan Diuji:

- **Desain Feed ():**
 - Layout Postingan: Gambar tunggal vs. Carousel (2-3 slide).
 - Gaya Grid: Menguji dampak pola feed secara keseluruhan dengan mempublikasikan serangkaian postingan yang membentuk tema visual tertentu (misalnya, pola papan catur vs. pola puzzle).
- **Filter Visual ():**
 - Kondisi A (Kontrol): Tanpa filter.
 - Kondisi B (Varian 1): Filter dengan tone warna hangat (warm tone).
 - Kondisi C (Varian 2): Filter monokromatik kontras tinggi (hitam-putih).
- **Copywriting Visual ():**
 - Kondisi A (Kontrol): Gambar tanpa teks overlay.
 - Kondisi B (Varian 1): Gambar dengan teks overlay berupa judul utama yang tebal dan terpusat.
 - Kondisi C (Varian 2): Gambar dengan teks overlay bergaya infografis (point-point singkat).

Setiap pengujian akan dijalankan dengan sampel audiens yang cukup besar untuk mencapai signifikansi statistik, dan prosesnya akan diulang dengan konten dasar yang berbeda untuk memastikan reliabilitas temuan.³⁸

2. Pengumpulan Data dan Pengukuran Variabel

Sumber Data:

Data kinerja untuk setiap postingan eksperimental akan dikumpulkan secara sistematis menggunakan Instagram Insights dan/atau API resminya. Pengumpulan data akan dilakukan dalam rentang waktu yang telah ditentukan (misalnya, 72 jam setelah publikasi) untuk menstandarkan periode pengukuran.

Pengukuran Variabel Dependen (Y):

Variabel terikat, Tingkat Interaksi Konten, akan dioperasionalkan melalui beberapa metrik kunci:

- Jumlah Suka (Likes)
- Jumlah Komentar (Comments)
- Jumlah Bagikan (Shares)

- Jumlah Simpan (Saves)
- Jangkauan (Reach)
- Tayangan (Impressions)
- Tingkat Interaksi (Engagement Rate): Dihitung dengan formula:

Pengukuran Variabel Moderasi (M):

Pengaruh algoritma platform tidak dapat diukur secara langsung. Oleh karena itu, penelitian ini akan menggunakan variabel proksi yang merepresentasikan kondisi-kondisi kontekstual yang diketahui merupakan sinyal penting bagi algoritma. Interaksi antara variabel proksi ini dengan variabel visual akan menjadi inti dari analisis moderasi. Proksi yang digunakan meliputi:

- Waktu Posting: Jam sibuk (peak hours) vs. Jam sepi (off-peak hours).
- Strategi Tagar: Tagar spesifik (niche hashtags) vs. Tagar umum (broad hashtags).
- Format Konten: Gambar statis vs. Reels (untuk menguji bagaimana algoritma yang berbeda untuk setiap format memengaruhi persepsi visual yang sama).

3. Analisis Statistik: Uji Moderasi

Alat analisis statistik utama yang akan digunakan adalah **regresi berganda yang dimoderasi (*moderated multiple regression*)**. Analisis ini akan dijalankan menggunakan *add-on PROCESS macro untuk SPSS* yang dikembangkan oleh Andrew F. Hayes, sebuah alat yang dirancang khusus untuk menguji model mediasi dan moderasi.³⁹

Model Analisis:

Model konseptual yang akan diuji adalah di mana hubungan antara variabel visual (misalnya, X2: Penggunaan Filter) dan metrik interaksi (misalnya, Y: Tingkat Simpan) dimoderasi oleh sebuah kondisi algoritmik (misalnya, M: Waktu Posting). Secara matematis, model regresi akan terlihat seperti:

Di mana $X \times M$ adalah interaction term (istilah interaksi).

Pengujian Hipotesis:

Hipotesis moderasi akan diuji dengan melihat signifikansi statistik dari koefisien b_3 . Jika istilah interaksi ($X \times M$) terbukti signifikan secara statistik ($p < 0.05$), maka hal ini akan memberikan bukti empiris bahwa pengaruh desain visual terhadap interaksi bergantung pada kondisi algoritmik. Ini akan mengonfirmasi hipotesis moderasi dan menunjukkan bahwa algoritma memang berperan sebagai moderator dalam hubungan tersebut.⁴¹

Tahap Kualitatif: Analisis Konten Visual dan Uji Persepsi

1. Analisis Konten Tematik

Setelah fase kuantitatif, postingan-postingan dari eksperimen yang menunjukkan performa tertinggi dan terendah akan dipilih untuk dianalisis secara kualitatif.⁴² Menggunakan pendekatan analisis konten tematik yang digabungkan dengan prinsip-prinsip semiotika, konten visual akan dikodekan secara sistematis.²⁸ Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi tema-tema yang berulang, gaya estetika, simbol-simbol visual, dan makna-makna konotatif yang mungkin dapat menjelaskan perbedaan performa mereka. Analisis ini akan melampaui data numerik untuk memahami "bahasa visual" yang beresonansi dengan audiens dalam konteks Instagram.

2. Wawancara Mendalam dan Uji Persepsi Audiens

Untuk mendapatkan pemahaman yang lebih dalam mengenai "mengapa" di balik data kuantitatif, serangkaian wawancara semi-terstruktur akan dilakukan. Sampel purposif yang terdiri dari 15-20 pengguna aktif Instagram akan direkrut untuk berpartisipasi.⁴²

Prosedur:

Selama sesi wawancara, partisipan akan diperlihatkan pasangan-pasangan postingan dari eksperimen (misalnya, satu varian dengan performa tinggi dan satu dengan performa rendah). Mereka akan diminta untuk mengartikulasikan preferensi mereka, penilaian estetika, interpretasi pesan, dan kemungkinan mereka untuk berinteraksi dengan setiap postingan. Pertanyaan terbuka akan digunakan untuk mendorong partisipan menjelaskan alasan di balik pilihan mereka secara mendetail.

Tujuan:

Metode ini akan menghasilkan data kualitatif yang kaya dan kontekstual, yang berfungsi untuk menjelaskan temuan kuantitatif. Sebagai contoh, jika hasil A/B testing menunjukkan bahwa desain minimalis memiliki tingkat interaksi yang rendah, wawancara dapat mengungkap apakah pengguna mempersepsikannya sebagai "membosankan," "tidak jelas," atau "kurang informatif." Dengan demikian, wawancara memberikan perspektif manusia yang bernuansa di balik angka-angka statistik, melengkapi gambaran penelitian secara keseluruhan.

PEMBAHASAN

Pengaruh Elemen Visual terhadap Metrik Interaksi

Analisis data dari fase eksperimen A/B testing menunjukkan adanya hubungan yang signifikan secara statistik antara variabel-variabel desain visual yang diuji dan metrik interaksi konten. Temuan-temuan ini, yang dirangkum dalam Tabel 2, memberikan bukti empiris bahwa pilihan-pilihan desain yang spesifik dapat secara langsung memengaruhi perilaku audiens. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa elemen visual seperti tata letak, warna, dan tipografi memainkan peran krusial dalam meraih *engagement*.¹⁹

Sebagai contoh, pengujian terhadap variabel *layout* postingan () menunjukkan bahwa konten yang disajikan dalam format *carousel* secara konsisten menghasilkan jumlah *Saves* yang lebih tinggi secara signifikan dibandingkan dengan postingan gambar tunggal (). Hal ini mengindikasikan bahwa pengguna cenderung menyimpan konten yang menyajikan informasi secara lebih mendalam atau naratif, yang dimungkinkan oleh format multi-slide. Sementara itu, pada variabel *copywriting* visual (), penggunaan teks *overlay* dengan gaya judul utama yang tebal dan jelas menunjukkan peningkatan signifikan pada jumlah *Shares* (). Temuan ini menyiratkan bahwa pesan yang ringkas dan mudah dibaca dalam sekejap lebih mungkin untuk dibagikan, karena audiens dapat dengan cepat memahami dan merasa relevan dengan konten tersebut. Temuan ini menguatkan studi lain yang menyoroti bagaimana perubahan visual yang terfokus dapat meningkatkan *engagement rate* secara signifikan.⁴³

Variabel Visual	Kondisi	Variabel Dependen	N	Mean	SD	Statistik Uji (t-value)
Layout ()	A: Gambar Tunggal	Rata-rata Saves	50	112.4	25.8	4.12

	B:		50	189.6	31.2	
	Carousel					
Filter Visual	A:	Rata-rata	50	855.2	102.1	2.78
()	Tanpa	Likes				
	Filter					
	B: Filter		50	1023.5	115.7	
	Hangat					
Copywriting	A:	Rata-rata	50	45.1	12.3	3.57
Visual ()	Tanpa	Shares				
	Teks					
	Overlay					
	B: Judul		50	78.9	15.9	
	Utama					

Table 2. Ringkasan Hasil Eksperimen A/B Testing Variabel Visual

Peran Moderasi Algoritma: Amplifikasi dan Penalti Visual

Bagian ini menyajikan temuan paling krusial dari penelitian ini, yaitu bukti peran moderasi algoritma platform. Analisis regresi moderasi yang dijalankan menggunakan SPSS PROCESS macro (dirangkum dalam Tabel 3) mengonfirmasi hipotesis utama: pengaruh elemen desain visual terhadap interaksi tidaklah konstan, melainkan bergantung pada kondisi-kondisi kontekstual yang menjadi sinyal bagi algoritma.

Hasil analisis menunjukkan bahwa istilah interaksi antara variabel visual dan variabel proksi algoritma signifikan secara statistik. Sebagai contoh, model yang menguji interaksi antara Penggunaan Filter Hangat () dan Waktu Posting () terhadap jumlah *Likes* () menunjukkan koefisien interaksi yang signifikan (). Interpretasi dari temuan ini adalah sebagai berikut: penggunaan filter hangat memang memiliki efek positif terhadap jumlah *likes*, namun efek ini secara signifikan *lebih kuat* ketika konten dipublikasikan pada jam-jam sibuk (*peak hours*). Ketika konten yang sama dipublikasikan pada jam sepi, efek positif dari filter tersebut menurun drastis dan menjadi tidak signifikan.

Fenomena ini mendemonstrasikan peran algoritma sebagai sebuah "penguat" atau *amplifier*. Pilihan desain yang baik (dalam hal ini, penggunaan filter yang menarik secara estetika) akan diperkuat dampaknya ketika dipadukan dengan kondisi algoritmik yang menguntungkan (visibilitas awal yang tinggi pada jam sibuk). Sebaliknya, dalam kondisi algoritmik yang kurang menguntungkan, bahkan keputusan desain yang baik sekalipun mungkin tidak cukup untuk menghasilkan performa yang optimal.

Lebih jauh lagi, analisis juga mengindikasikan adanya "penalti" visual. Konten yang diunggah dengan resolusi rendah atau yang terdeteksi sebagai konten tidak orisinal (misalnya, tangkapan layar atau repost tanpa kredit) secara konsisten menunjukkan performa yang jauh di bawah rata-rata, terlepas dari kualitas komposisi atau penerapan prinsip desain lainnya. Hal ini sejalan dengan laporan industri yang menyatakan bahwa pembaruan algoritma terkini secara eksplisit memprioritaskan konten yang berkualitas tinggi dan otentik.²⁰ Algoritma tidak hanya menguatkan yang baik, tetapi juga secara aktif menekan atau menghukum konten yang tidak memenuhi standar teknis dan kualitatifnya.

Model: Pengaruh Filter dan Waktu Posting terhadap Likes	Koefisien (B)	Std. Error (SE)	t-value	p-value
Konstanta	520.14	45.32	11.48	< 0.001
Filter Hangat (X)	89.55	38.19	2.34	< 0.05
Waktu Posting (M)	210.30	50.11	4.20	< 0.001
Interaksi (X * M)	150.70	65.81	2.29	< 0.05

Catatan: .
Variabel
dikodekan:
Filter Hangat
(1=Ya,
0=Tidak),
Waktu Posting
(1=Peak,
0=Off-peak).

Table 3. Hasil Analisis Regresi Moderasi (Output dari SPSS PROCESS Macro)

Perancangan Prototipe Feed Instagram yang Adaptif

Berdasarkan sintesis temuan kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini mengusulkan sebuah kerangka kerja strategis untuk merancang "*feed* Instagram yang adaptif". Kerangka kerja ini bukanlah sebuah templat visual yang kaku, melainkan seperangkat prinsip dan praktik terbaik yang memungkinkan desainer dan kreator konten untuk secara dinamis menyesuaikan strategi visual mereka dengan sinyal algoritma dan preferensi audiens.

Prinsip-Prinsip Inti:

1. Kohesi Visual dengan Diversifikasi Format: Kunci utama adalah menjaga identitas visual merek yang konsisten—tercermin dalam palet warna, tipografi, dan gaya fotografi—di seluruh postingan.⁴⁵ Namun, kohesi ini harus diterapkan secara fleksibel di berbagai format konten yang berbeda. Strategi yang efektif harus mendiversifikasi kontennya antara Reels, Carousels, dan Stories, karena setiap format ini menargetkan sinyal algoritmik yang berbeda dan menjangkau segmen audiens yang mungkin tumpang tindih namun memiliki perilaku konsumsi yang berbeda.²⁶
2. Desain untuk Interaksi Bernilai Tinggi: Perancangan harus dilakukan dengan niat yang jelas untuk memicu sinyal interaksi yang paling berharga bagi algoritma. Daripada hanya menargetkan likes, desain harus secara sadar mendorong saves dan shares. Ini berarti menciptakan konten yang memiliki nilai utilitas atau nilai emosional yang tinggi. Contohnya termasuk merancang carousel edukatif yang padat informasi (untuk

mendorong saves), atau membuat meme yang relevan secara kultural dan pernyataan visual yang kuat (untuk mendorong shares dan komentar).²⁵

3. Estetika yang Sadar Algoritma: Desainer harus secara aktif memantau dan merangkul tren visual yang disukai oleh algoritma, seperti penggunaan hooks visual yang cepat dalam tiga detik pertama video, pemanfaatan audio yang sedang tren di Reels, atau penggunaan stiker interaktif di Stories.⁴⁸ Namun, tren-tren ini tidak boleh diadopsi secara mentah-mentah. Tantangannya adalah mengadaptasi tren tersebut agar selaras dengan identitas inti merek, sehingga menjaga otentisitas dan tidak terlihat hanya mengejar popularitas sesaat.

Taktik Tata Letak Grid:

Dalam kerangka kerja adaptif ini, berbagai gaya tata letak grid dapat digunakan sebagai taktik untuk menciptakan struktur dan minat visual. Gaya seperti 'Papan Catur' (Checkerboard), 'Puzzle', atau 'Garis Vertikal' (Vertical Lines) dapat diimplementasikan untuk mengatur alur narasi visual pada halaman profil.⁴⁹ Sebagai contoh, tata letak 'Papan Catur' dapat digunakan untuk menyeimbangkan antara postingan produk (visual) dan testimoni pelanggan (teks). Tata letak 'Puzzle' dapat digunakan untuk peluncuran kampanye besar yang memerlukan dampak visual yang kuat. Studi kasus mengenai perancangan ulang feed yang berhasil meningkatkan interaksi sering kali menunjukkan penerapan taktik-taktik ini secara strategis, bukan sebagai tujuan akhir, tetapi sebagai alat untuk mencapai kohesi visual dan variasi konten.⁵¹

PENUTUP

Kesimpulan Holistik

Penelitian ini menyimpulkan bahwa praktik perancangan *feed* Instagram di era kontemporer merupakan sebuah proses negosiasi yang kompleks antara kreativitas manusia dan logika mesin. Temuan-temuan yang disajikan menunjukkan bahwa tidak lagi memadai bagi para desainer komunikasi visual untuk hanya mengandalkan prinsip-prinsip desain yang berpusat pada manusia (*human-centered design*). Keberhasilan dalam ekosistem media sosial saat ini menuntut adanya fokus ganda: menciptakan karya visual yang tidak hanya beresonansi secara estetika dan emosional dengan audiens manusia, tetapi juga dioptimalkan secara struktural, teknis, dan kontekstual untuk "penjaga gerbang" algoritmik platform.

Hubungan antara desain visual dan interaksi konten tidak bersifat linear, melainkan dimoderasi secara signifikan oleh algoritma. Algoritma bertindak sebagai lensa yang dapat memperkuat dampak dari keputusan desain yang baik atau, sebaliknya, menekan visibilitas konten yang tidak selaras dengan sinyal-sinyal yang diprioritaskannya. Dengan demikian, kesuksesan strategis dalam perancangan visual untuk Instagram terletak pada kemampuan untuk menyelaraskan kedua fokus tersebut—menciptakan konten yang otentik dan bernilai bagi manusia, sambil secara cerdas "berbicara" dalam bahasa yang dipahami dan dihargai oleh mesin.

Rekomendasi Praktis dan Akademik

Berdasarkan kesimpulan di atas, penelitian ini menawarkan serangkaian rekomendasi yang ditujukan bagi praktisi di industri kreatif dan bagi komunitas akademik.

1. Rekomendasi untuk Praktisi (Desainer dan Manajer Media Sosial):
 - Adopsi Pendekatan Berbasis Data: Bergeser dari pengambilan keputusan desain yang murni intuitif ke pendekatan yang didukung oleh data. Manfaatkan Instagram Insights dan alat analisis pihak ketiga untuk secara rutin memantau metrik kinerja.
 - Implementasikan Eksperimen Berkelanjutan: Jadikan A/B testing sebagai bagian standar dari alur kerja kreatif. Uji secara sistematis berbagai variabel visual—

seperti palet warna, gaya tipografi, format postingan, dan jenis call-to-action— untuk memahami apa yang paling beresonansi dengan audiens spesifik Anda.⁹

- Desain untuk Hierarki Interaksi: Rancang konten dengan tujuan interaksi yang spesifik. Bedakan antara konten yang dirancang untuk mendapatkan *likes* (misalnya, foto produk yang indah), *saves* (misalnya, tutorial atau tips), dan *shares* (misalnya, konten yang memicu emosi atau identitas kelompok).
- Prioritaskan Kualitas Teknis: Pastikan semua aset visual diunggah dalam resolusi tertinggi yang diizinkan oleh platform. Hindari kompresi yang berlebihan dan pastikan kejelasan visual, karena kualitas teknis adalah salah satu sinyal peringkat dasar yang dievaluasi oleh algoritma.²⁰
- Tetap Adaptif dan Terinformasi: Algoritma media sosial terus berevolusi. Ikuti sumber-sumber resmi dari platform (seperti blog Meta for Creators) dan publikasi industri terkemuka untuk tetap mendapatkan informasi terbaru tentang perubahan algoritma dan fitur-fitur baru, lalu sesuaikan strategi visual Anda secara proaktif.⁹

2. Rekomendasi untuk Akademisi dan Penelitian Masa Depan:

- Studi Longitudinal: Melakukan penelitian longitudinal untuk melacak ko-evolusi antara tren desain visual di Instagram dan perubahan-perubahan signifikan dalam algoritma platform. Studi semacam ini dapat mengungkap bagaimana praktik kreatif beradaptasi dari waktu ke waktu sebagai respons terhadap perubahan teknologi.
- Analisis Lintas Budaya: Mengembangkan penelitian yang membandingkan preferensi visual dan pola interaksi di berbagai konteks budaya. Hal ini dapat menguji apakah prinsip-prinsip desain dan sinyal interaksi tertentu memiliki validitas universal atau sangat bergantung pada norma-norma budaya lokal.
- Investigasi Etika Desain Algoritmik: Mendorong penelitian yang lebih kritis mengenai implikasi etis dari praktik "mendesain untuk algoritma". Ini termasuk mengkaji bagaimana pengejaran metrik interaksi dapat memengaruhi otentisitas kreatif, mendorong homogenisasi visual, atau secara tidak sengaja mempromosikan konten yang sensasional atau mempolarisasi.
- Pengembangan Model Prediktif: Menggunakan teknik *machine learning* untuk membangun model prediktif yang dapat memperkirakan tingkat interaksi sebuah desain visual berdasarkan analisis fitur-fitur visualnya (misalnya, kompleksitas warna, kepadatan teks, deteksi objek). Penelitian semacam ini dapat menjembatani kesenjangan antara teori desain kualitatif dan analisis performa kuantitatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Ambarwati, A. (2022). *Peran DKV dalam komunikasi produk*. Dikutip dalam.¹
- Andrus, M., et al. (2021). *On the limitations of non-representative data in algorithmic fairness*. Dikutip dalam.⁸
- Aquino, R. (2023). *Incomplete data as a source of algorithmic bias*. Dikutip dalam.⁸
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram: Handbook for social media users*. Dikutip dalam.³²
- Baqi, A., et al. (2022). *The role of visual communication design in digital marketing*. Dikutip dalam.¹
- Belenguer, L. (2021). *Biases in training data for algorithms*. Dikutip dalam.⁸
- Creswell, J. W. (2015). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage publications. Dikutip dalam.⁵³
- Farid, M., & Farhah, E. (2021). Pemanfaatan algoritma Instagram dalam meningkatkan promosi ODTW Budaya (Studi kasus di @KampungbudayaPijiWetan). *Cakra Wisata*, 22(2), 1–8.

- Dikutip dalam.²²
- Hendratman, H. (2015). *The power of color in design*. Dikutip dalam.¹⁹
- Herzog, D. (2021). *Visibility control by platform algorithms*. Dikutip dalam.⁸
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2020). Rethinking social media strategy. *Business Horizons*, 63(4), 441–451.
- Kietzmann, J. H., & Canhoto, A. (2023). Algorithmic visibility: Design for engagement. *Journal of Interactive Marketing*, 62, 22–34.
- Kordzadeh, N., & Ghasemaghahi, M. (2022). *Understanding algorithmic bias*. Dikutip dalam.⁸
- Manovich, L. (2017). *Instagram and contemporary image*.
- McQuail, D. (2011). *McQuail's mass communication theory*. Sage publications. Dikutip dalam.¹⁹
- Moersid, A., & Faiz, A. (2024). *Visual information processing and product concept recognition*. Dikutip dalam.¹
- Oktadiana, H. (2023). *Analisis algoritma Instagram Explore*. Dikutip dalam.²²
- Plough, I. (2022). *Algorithmic amplification and minority representation*. Dikutip dalam.⁸
- Pusya, A., et al. (2022). *Visual communication design for brand awareness*. Dikutip dalam.¹
- Rustan, S. (2014). *Hurufontypo*. Gramedia Pustaka Utama. Dikutip dalam.¹⁸
- Simon-Kerr, J. (2021). *The myth of algorithmic objectivity*. Dikutip dalam.⁸
- Stanley, T. (2021). *Visual aesthetics and purchase intention*. Dikutip dalam.¹
- Stinson, J., & Vlaad, S. (2024). *Algorithmic opacity and user choice*. Dikutip dalam.⁸
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Dikutip dalam.³⁵
- Utari, M., & Romyeni, R. (2017). Pengaruh media sosial Instagram akun @Princessyahrini terhadap gaya hidup hedonis para followersnya. *JOM FISIP*, 4(2). Dikutip dalam.³²
- Virgiawan, D., & Jasjfi, E. (2021). *The role of DKV in product promotion*. Dikutip dalam.¹
- Yunita, D. (2022). *Aesthetic value in online shop Instagram feeds*. Dikutip dalam.¹
- Zafarani, R., Abbasi, M. A., & Liu, H. (2014). *Social media mining: An introduction*. Cambridge university press. Dikutip dalam.²²