



Analisis elemen visual carousel Instagram Griya Luhu dalam edukasi pengelolaan sampah

Angelly Carol Mononutu, Anak Agung Ngurah Bagus Kesuma Yudha, Dewa Gede Purwita

Department of Visual Communication Design, Institut Desain dan Bisnis Bali

(Jl. Tukad Batanghari No.29, Panjer, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali 80225, Indonesia)

*Correspondence author: angellycarol@gmail.com

Received:

01/04/2026

Final Revision:

21/04/2026

Accepted:

26/04/2026



This work is
licensed under a
[CC-BY-NC](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

Abstrak.

Penelitian ini bertujuan menganalisis kontribusi elemen desain komunikasi visual dalam membentuk alur pesan dan kejelasan informasi pada konten carousel Instagram Griya Luhu periode 2024–2025. Penelitian menggunakan pendekatan mixed methods dengan dominasi kualitatif melalui desain embedded, mengintegrasikan tiga kerangka analisis, yakni Visual Grammar Kress dan van Leeuwen, semiotika Roland Barthes, serta prinsip desain komunikasi visual. Analisis dilakukan terhadap enam sampel konten carousel yang diperkuat dengan data survei terhadap 43 responden menggunakan skala Likert 1–5 dengan nilai reliabilitas instrumen $\alpha = 0,723$. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten carousel Griya Luhu menerapkan pola struktural tiga bagian yang konsisten, yakni visual hook, penyajian isi, dan call to action, melalui kombinasi ilustrasi simbolik, fotografi kontekstual, warna kontras, dan hierarki tipografi. Analisis semiotika mengungkap bahwa elemen visual membangun makna konotatif positif terkait tanggung jawab lingkungan dan perilaku ramah lingkungan. Data survei mengonfirmasi tingkat pemahaman audiens yang tinggi dengan grand mean 4,57 dari skala 5 dan 91,5% responden memberikan skor ≥ 4 . Temuan ini menunjukkan bahwa desain komunikasi visual pada media sosial berpotensi menjadi sarana edukasi lingkungan yang terukur dan efektif.

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, Visual Grammar, Semiotika Barthes

Abstract.

This study aims to analyze the contribution of visual communication design elements in shaping message flow and information clarity within Instagram carousel content published by Griya Luhu during the 2024–2025 period. The study employs a mixed methods approach with qualitative dominance using an embedded design, integrating three analytical frameworks: Visual Grammar by Kress and van Leeuwen, Roland Barthes' semiotics, and visual communication design principles. Analysis was conducted on six representative carousel posts, supported by survey data from 43 respondents using a Likert scale (1–5) with an instrument reliability coefficient of $\alpha = 0.723$. Findings reveal that Griya Luhu's carousel content consistently applies a three-part structural pattern comprising a visual hook, body content, and call to action, through a combination of symbolic illustrations, contextual photography, contrasting colors, and typographic hierarchy. Semiotic analysis indicates that visual elements construct positive connotative meanings associated with environmental responsibility and eco-friendly behavior. Survey data confirm a high level of audience comprehension, with a grand mean of 4.57 out of 5 and 91.5% of respondents scoring ≥ 4 . These findings demonstrate that visual communication design on social media has significant potential as a measurable and effective medium for environmental education.

Keywords: Visual Communication Design, Visual Grammar, Barthes Semiotics

Pendahuluann

Permasalahan pengelolaan sampah di Bali telah berkembang menjadi isu lingkungan yang bersifat struktural dan multidimensional. Berdasarkan data Sistem Informasi Pengelolaan Sampah Nasional (SIPSN) Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan tahun 2025, sektor rumah tangga menjadi penyumbang limbah terbesar di wilayah ini dengan proporsi mencapai 58,9 persen (Suryana, 2025). Dominasi sektor domestik tersebut mengindikasikan bahwa upaya pengelolaan sampah perlu difokuskan pada perubahan perilaku masyarakat sebagai produsen utama limbah. Meskipun regulasi berbasis sumber telah diterapkan melalui Peraturan Gubernur Bali Nomor 47 Tahun 2019, implementasi di tingkat praktis masih menghadapi kendala yang signifikan. Kesenjangan antara regulasi dan tindakan nyata ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi teknis mengenai pengelolaan sampah belum efektif dikonversi menjadi pemahaman dan perilaku konkret oleh masyarakat.

Dalam perspektif desain komunikasi visual, keterbatasan tersebut berkaitan erat dengan belum optimalnya pemanfaatan elemen visual dalam menyusun pesan edukasi. Informasi yang bersifat kompleks sering kali disajikan tanpa struktur visual yang memadai sehingga meningkatkan beban kognitif audiens dan menghambat proses pemahaman (Tanudjaja, 2005). Desain komunikasi visual dapat dipahami sebagai praktik pengorganisasian elemen-elemen visual seperti tipografi, warna, ilustrasi, dan tata letak untuk menyampaikan pesan secara sistematis dan efektif kepada audiens yang dituju. Elemen-elemen tersebut tidak hanya berfungsi secara estetis, tetapi juga berperan sebagai mekanisme kognitif yang menjembatani kesenjangan antara kompleksitas informasi dan kapasitas pemahaman audiens (Syaputra & Mahendra, 2023).

Perkembangan teknologi digital telah menggeser pola konsumsi informasi masyarakat ke platform media sosial sebagai kanal utama penyebaran pesan, termasuk pesan lingkungan (Bakti, 2024). Instagram, sebagai salah satu platform dengan pengguna aktif terbesar di Indonesia, menyediakan fitur carousel yang memungkinkan penyajian informasi secara bertahap melalui susunan slide yang terstruktur. Karakteristik multi-frame dari format ini memberikan potensi khusus dalam menyampaikan informasi prosedural secara berurutan dalam bentuk narasi visual yang mengalir sehingga relevan digunakan dalam konteks edukasi pengelolaan sampah yang memerlukan kejelasan alur informasi (Suminto & Setiyoko, 2022). Dalam penelitian ini, yang dimaksud dengan alur penyampaian pesan adalah urutan logis elemen visual antarslide yang mengarahkan pemahaman audiens secara bertahap dari pengenalan topik hingga ajakan bertindak.

Sejumlah penelitian sebelumnya telah menelaah hubungan antara desain visual, media sosial, dan edukasi lingkungan dari berbagai sudut pandang. Pada level strategi komunikasi, Satyavira & Kartika (2024) serta Dzakhirah et al. (2025) menekankan pentingnya penyusunan konten dan partisipasi publik dalam kampanye lingkungan berbasis media sosial. Dari sudut pandang analisis makna visual, Asriyani & Sari (2020) menggunakan pendekatan semiotika pada media konvensional untuk memahami tanda-tanda visual dalam kampanye lingkungan. Sementara itu, Rambe et al. (2025) menegaskan bahwa elemen desain grafis seperti warna, tipografi, dan tata letak berpengaruh terhadap persepsi audiens, dan Agniyati et al. (2022) menunjukkan bahwa media visual statis seperti infografis dan poster mampu meningkatkan pemahaman informasi pada khalayak tertentu.

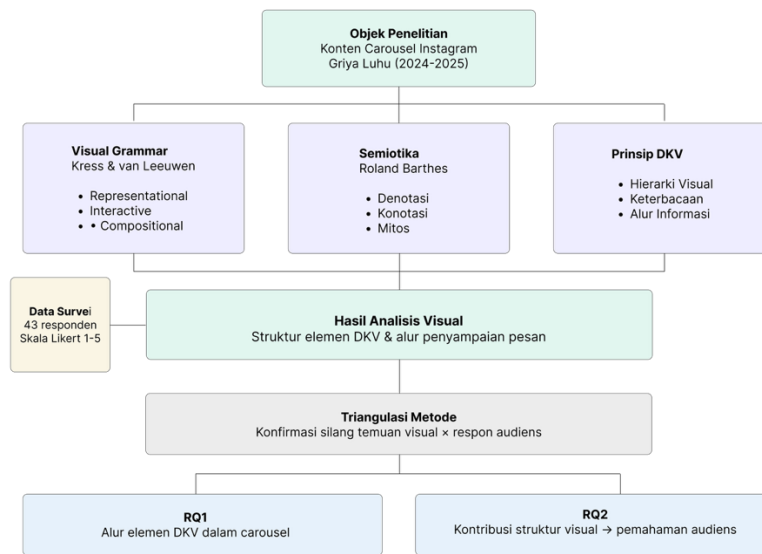
Pada konteks yang lebih spesifik, Fadli & Sazali (2023) menunjukkan bahwa Instagram memiliki peran signifikan sebagai medium kampanye lingkungan yang mampu menghasilkan respons positif dari audiens, sebagaimana tercermin dari tingginya interaksi pada konten-konten lingkungan akun @greenpeaceid. Dari perspektif elemen desain, Yunita (2022) menemukan bahwa nilai estetika visual pada konten Instagram secara langsung memengaruhi respons audiens, mengonfirmasi bahwa kualitas desain bukan sekadar pertimbangan estetis melainkan faktor fungsional dalam komunikasi digital. Lebih lanjut, Irnanda et al. (2025) menunjukkan bahwa format carousel yang dirancang dengan konsep visual yang terstruktur mampu meningkatkan daya tarik konten sekaligus memperkuat pesan yang disampaikan, baik dalam konteks promosi maupun edukasi.

Kajian-kajian tersebut secara kolektif masih meninggalkan celah konseptual yang signifikan. Penelitian yang berfokus pada strategi komunikasi cenderung menempatkan desain visual sebagai bagian dari distribusi pesan secara makro tanpa membedah bagaimana elemen visual itu sendiri mengonstruksi alur pemahaman audiens dari satu frame ke frame berikutnya. Di sisi lain, studi yang mengkaji elemen visual umumnya dilakukan secara parsial atau terbatas pada media statis sehingga belum mampu menjelaskan dinamika penyusunan pesan dalam format multi-frame seperti carousel. Lebih lanjut, belum ada kajian yang secara eksplisit mengintegrasikan analisis struktur visual berurutan dengan pengukuran persepsi audiens dalam konteks edukasi pengelolaan sampah di media sosial. Dengan kata lain, peran elemen desain komunikasi visual sebagai mekanisme yang membentuk cara audiens memproses dan memahami pesan edukasi belum ter jelaskan secara sistematis.

Berdasarkan celah penelitian tersebut, penelitian ini diarahkan untuk menjawab dua pertanyaan utama. Pertama, bagaimana elemen desain komunikasi visual dalam format carousel menyusun alur penyampaian pesan edukasi pengelolaan sampah? Kedua, sejauh mana struktur visual tersebut berkontribusi terhadap pemahaman audiens? Untuk menjawab kedua pertanyaan tersebut, penelitian ini mengambil studi kasus pada akun Instagram Griya Luhu (@griya_luhu), sebuah komunitas pengelolaan sampah berbasis di Bali yang dipilih berdasarkan beberapa pertimbangan. Akun ini menunjukkan konsistensi produksi konten visual edukasi dalam kurun waktu lebih dari tujuh tahun sejak 2017 hingga 2025 dengan total lebih dari 960 unggahan. Kapasitas akun ini dalam mendistribusikan pesan didukung oleh basis audiens yang cukup besar, di mana hingga saat ini jumlah pengikut telah mencapai 4.294 pengguna. Selain itu, format carousel digunakan secara rutin sebagai medium utama penyampaian pesan edukasi.

Penelitian ini bertujuan menganalisis kontribusi elemen desain komunikasi visual dalam membentuk alur pesan dan kejelasan informasi pada konten carousel Instagram Griya Luhu periode 2024 hingga 2025. Kebaruan penelitian ini terletak pada upaya memposisikan desain komunikasi visual tidak hanya sebagai representasi makna, melainkan sebagai mekanisme struktural yang membentuk alur penyampaian pesan dan memandu proses pemahaman audiens secara bertahap dalam format multi-frame. Berbeda dari studi yang menganalisis makna visual pada media tunggal atau mengkaji strategi komunikasi secara makro, penelitian ini secara spesifik menjelaskan bagaimana akumulasi elemen visual antarsilde dalam format carousel membentuk jalur pemahaman yang bersifat progresif, sebuah mekanisme yang belum dioperasionalisasikan dalam kajian desain komunikasi visual sebelumnya.

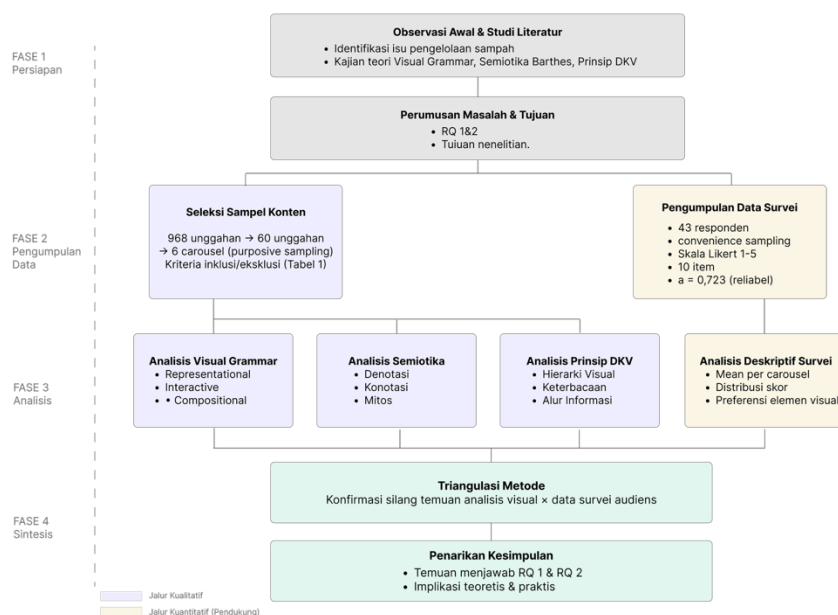
Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *mixed methods* yang mengintegrasikan tiga kerangka analisis, yakni *Visual Grammar* Kress dan van Leeuwen, semiotika Roland Barthes, serta prinsip desain komunikasi visual, yang dikonfirmasi melalui data survei persepsi audiens. Secara teoretis, penelitian ini diharapkan memperluas kajian desain komunikasi visual dengan menawarkan kerangka analisis integratif yang mampu menjelaskan mekanisme pembentukan makna dan pemahaman audiens dalam format konten digital berurutan. Secara praktis, temuan penelitian ini dapat menjadi panduan strategis bagi komunitas dan praktisi lingkungan dalam merancang konten edukasi berbasis media sosial yang lebih efektif melalui penguatan struktur visual yang terukur.



Gambar 1. Kerangka Konseptual
Sumber: Dokumentasi Peneliti.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain embedded, ketika metode kualitatif berperan sebagai pendekatan utama dan data kuantitatif diposisikan sebagai pendukung untuk keperluan triangulasi (Azhari et al., 2023). Dalam desain ini, analisis kualitatif digunakan untuk membedah struktur elemen desain komunikasi visual pada konten carousel, sementara data kuantitatif berupa survei persepsi audiens digunakan untuk mengonfirmasi dan memperkuat temuan analisis visual, bukan sebagai pengukuran independen yang berdiri sendiri. Integrasi kedua pendekatan ini memungkinkan analisis yang tidak hanya bersifat interpretatif, tetapi juga memiliki pijakan empiris mengenai bagaimana struktur visual dipersepsi oleh audiens.



Gambar 2. Bagan Alur Operasional Penelitian
Sumber: Dokumentasi pribadi

Objek dan Populasi Penelitian

Objek penelitian adalah akun Instagram Griya Luhu (@griya_luhu), sebuah komunitas pengelolaan sampah berbasis di Bali yang dipilih karena konsistensinya dalam memproduksi konten visual edukasi pengelolaan sampah secara berkelanjutan sejak tahun 2017. Populasi data mencakup seluruh unggahan akun tersebut sejak tahun 2017 hingga 2025, dengan total lebih dari 960 unggahan dalam berbagai format, meliputi single post, carousel, dan reels. Penelitian difokuskan pada periode 2024–2025 yang dinilai merepresentasikan kematangan visual konten sekaligus relevansinya dengan konteks isu lingkungan yang sedang diteliti.

Teknik Pengambilan Sampel Konten

Penentuan sampel konten dilakukan melalui purposive sampling secara bertahap. Pada tahap pertama, dipilih 60 unggahan yang memenuhi kriteria sebagai konten edukasi pengelolaan sampah. Pada tahap kedua, dilakukan penyaringan menggunakan kriteria inklusi dan eksklusi sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Kriteria Inklusi dan Eksklusi Pemilihan Sampel Konten

	Kriteria	Keterangan
Inklusi	Format <i>carousel</i> (<i>multi slide</i>)	Memungkinkan analisis alur visual berurutan
	Memuat informasi edukatif pengelolaan sampah	Relevan dengan tujuan penelitian
	Elemen visual (ilustrasi/tipografi) sebagai penyampai pesan utama	Objek analisis DKV yang memadai
	Memiliki struktur penyajian informatif atau prosedural	Menunjukkan hirarki pesan yang dapat dianalisis
Eksklusi	Format <i>single post</i> atau <i>reels</i>	Tidak memiliki alur visual <i>multi-frame</i>
	Konten promosi atau pengumuman tanpa muatan edukatif	Di luar lingkup topik penelitian

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Melalui proses penyaringan tersebut, dari total 60 unggahan yang dikaji pada tahap pertama, sebanyak 32 unggahan dieksklusi karena berformat single post, 14 berformat reels, dan 8 merupakan konten promosi atau pengumuman tanpa muatan edukatif yang memadai.

Prosedur Analisis Data Kualitatif

Analisis kualitatif dalam penelitian ini dilakukan melalui prosedur thematic analysis yang diadaptasi secara khusus ke dalam konteks analisis visual dengan mengikuti tiga fase pengkodean sistematis (Rozali, 2022). Tahapan diawali dengan proses open coding, yakni melakukan identifikasi serta kategorisasi awal terhadap seluruh elemen visual yang terdapat pada setiap slide dalam keenam sampel carousel. Elemen-elemen tersebut meliputi penggunaan warna, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan tata letak, ketika setiap elemen diberikan label deskriptif berdasarkan karakteristik visual yang tampak secara eksplisit.

Setelah kategorisasi awal terbentuk, prosedur dilanjutkan ke tahap axial coding yang bertujuan mengelompokkan elemen-elemen tersebut ke dalam dimensi analisis berdasarkan tiga kerangka teoretis utama. Dimensi pertama mencakup representational, interactive, dan compositional meaning yang bersumber dari teori Visual Grammar Kress dan van Leeuwen. Dimensi kedua melibatkan pembedahan makna pada tingkatan denotasi, konotasi, serta mitos berdasarkan semiotika Roland Barthes. Dimensi ketiga berfokus pada prinsip keterbacaan (readability), hierarki visual, dan alur informasi yang ditinjau dari teori desain komunikasi visual.

Pada tahap akhir, dilakukan proses selective coding sebagai bentuk sintesis temuan dari ketiga dimensi analisis tersebut untuk menjawab pertanyaan penelitian secara komprehensif. Fase ini bertujuan untuk merumuskan bagaimana elemen-elemen visual secara integratif membentuk alur penyampaian pesan dan berkontribusi terhadap pemahaman audiens. Seluruh rangkaian proses analisis ini dilakukan secara manual melalui pendekatan interpretatif yang berpijak pada kerangka teori yang telah ditetapkan guna memastikan keabsahan temuan visual.

Instrumen dan Pengumpulan Data Survei

Sebagai data pendukung untuk mengonfirmasi temuan analisis visual, penelitian ini melibatkan 43 responden yang dipilih melalui teknik convenience sampling. Partisipan merupakan pengguna aktif media sosial dengan latar belakang mahasiswa dan pekerja yang berada pada rentang usia 17 hingga 49 tahun dengan rerata usia 22,9 tahun. Secara geografis, komposisi responden terdiri dari 26 individu yang berdomisili di Bali dan 17 individu di luar Bali. Dari total tersebut, terdapat keseimbangan antara responden yang telah familier dengan konten Griya Luhu sebelumnya (22 orang) dan yang belum pernah berinteraksi dengan akun tersebut (21 orang) sehingga data yang diperoleh dinilai mampu merepresentasikan persepsi pengguna umum maupun audiens spesifik.

Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner berbasis skala Likert (1–5) yang mencakup dua kelompok indikator utama. Kelompok pertama mengukur tingkat pemahaman audiens terhadap masing-masing konten carousel melalui enam item pernyataan, sementara kelompok kedua menggali persepsi audiens terhadap pengaruh elemen desain visual yang mencakup penggunaan warna, preferensi ilustrasi, serta perbandingan penyajian informasi visual versus naratif melalui empat item tambahan. Instrumen ini dirancang untuk menangkap kecenderungan persepsi audiens terhadap kejelasan alur informasi yang telah dibedah pada tahap analisis kualitatif.

Guna memastikan konsistensi alat ukur, dilakukan pengujian reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha pada enam item pemahaman. Berdasarkan hasil pengolahan data, diperoleh nilai $\alpha = 0,723$ yang menurut kriteria Forester et al. (2024) dikategorikan sebagai reliabilitas yang mencukupi (sufficient reliability) karena telah melampaui ambang batas nilai 0,70. Meskipun instrumen dinyatakan reliabel, penggunaan teknik convenience sampling tetap diakui sebagai keterbatasan dalam aspek representativitas populasi. Oleh karena itu, temuan dari data survei ini diposisikan sebagai konfirmasi kecenderungan persepsi (tendency confirmation) guna memperkuat validitas triangulasi, dan bukan dimaksudkan sebagai dasar generalisasi statistik bagi populasi media sosial secara luas.

Triangulasi dan Keabsahan Data

Untuk menjaga keabsahan temuan, penelitian ini menerapkan triangulasi metode dengan membandingkan hasil analisis visual menggunakan ketiga kerangka teori dengan data respons audiens dari survei. Triangulasi dilakukan secara eksplisit pada tahap pembahasan dengan menunjukkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara temuan analisis visual dan kecenderungan persepsi audiens. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya bersifat interpretatif secara visual, tetapi juga memiliki konfirmasi empiris mengenai bagaimana struktur pesan tersebut diterima dalam konteks nyata konsumsi konten digital.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil analisis terhadap enam konten *carousel* edukasi pengelolaan sampah pada akun Instagram Griya Luhu periode 2024–2025, yang diorganisasikan dalam tiga sub-bagian: (1) analisis elemen desain komunikasi visual konten periode 2024, (2) analisis elemen desain komunikasi visual konten periode 2025, dan (3) integrasi temuan visual dengan data survei audiens melalui triangulasi metode. Struktur penyajian ini dirancang untuk menjawab kedua pertanyaan penelitian secara berurutan dan terintegrasi.

Analisis Konten *Carousel* Periode 2024

Analisis terhadap tiga konten *carousel* periode 2024 menunjukkan pola struktur visual yang konsisten di setiap sampel, yakni terdiri dari tiga segmen berurutan: *visual hook* pada *slide* pembuka, penyajian isi informasi pada *slide* tengah, dan *call to action* pada *slide* penutup. Pola tiga-bagian ini mengindikasikan bahwa format *carousel* pada periode ini beroperasi sebagai sistem komunikasi visual bertahap yang mengatur alur pemahaman audiens secara sadar dan terencana.



Gambar 3. Sampel Konten *Carousel* Periode 2024
 Sumber: Instagram @Griya Luhu (2024)

Tabel 2. Mikro Analisis Postingan *Carousel* 2024

No	Elemen	Deskripsi	Visual Grammar	Semiotika	Prinsip DKV	Implikasi
1	Headline Opening	Teks utama berukuran besar di bagian atas slide pertama	<i>Saliency</i> tinggi; posisi atas sebagai <i>entry point</i> naratif	Denotasi: topik utama. Konotasi: urgensi dan relevansi isu	Hierarki visual kuat; kontras tinggi	Audiens langsung memahami konteks topik sejak <i>slide</i> pertama
2	Sub-headline	Teks penjelasan lanjutan di bawah <i>headline</i>	<i>Framing</i> dan <i>layering</i> informasi; membentuk kedalaman pesan	Konotasi: kesinambungan informasi; penanda ada lanjutan	Kontras warna; <i>grouping</i> teks	Memperjelas konteks tanpa menambah beban kognitif berlebih
3	Ilustrasi	Visual objek sehari-hari terkait pengelolaan sampah rumah, tempat sampah	<i>Representational meaning</i> naratif; merepresentasikan aktivitas domestik yang familiar	Denotasi: objek. Konotasi: kebiasaan hidup. Mitos: kebersihan sebagai tanggung jawab kolektif	<i>Visual storytelling</i> ; keseimbangan komposisi	Membangun pemahaman konkret melalui asosiasi visual yang sudah dikenal audiens
4	Headline Closing	"Edukasi dan Aksi" sebagai penanda bagian akhir	<i>Saliency</i> sebagai penutup alur informasi	Menandakan tahap lanjutan (aksi)	Konsistensi hierarki	Menegaskan transisi dari informasi ke tindakan
5	Numbered List	Angka 1 dan 2 sebagai penanda poin	<i>Sequential structure</i> , alur baca linear	Simbol urutan tindakan	<i>Repetition, alignment</i>	Membantu audiens mengikuti langkah secara sistematis
6	Foto Dokumentasi	Foto aktivitas masyarakat mengelola sampah	<i>Representational meaning (real context)</i>	Indeks realitas, bukti sosial	Kontras visual (foto dan ilustrasi)	Meningkatkan kredibilitas dan kedekatan konteks
7	Copy CTA	Ajakan "Bagikan tips ini..."	<i>Information value (end-focus)</i>	Simbol partisipasi sosial	Penekanan warna dan posisi	Mendorong keterlibatan audiens
8	Headline Body 1	"Kurangi Penggunaan Plastik"	<i>Saliency + thematic chunking</i>	Menandakan kategori tindakan	Hirarki visual	Membagi informasi menjadi unit yang mudah dipahami
9	Ikon + Teks Pendukung	Ilustrasi tas, tumbler, dll + teks pendek	<i>Representational + interactive meaning</i>	Simbol perilaku ramah lingkungan	Konsistensi visual, <i>grouping</i>	Mempermudah <i>decoding</i> informasi secara cepat
10	Headline Body 2	"Mulai dari Memilah Sampah"	<i>Saliency</i> sebagai sub-topik	Penanda kategori tindakan lanjutan	Konsistensi tipografi	Membantu alur berpikir berurutan
11	Step Instructions	Poin 1-3 berupa instruksi	<i>Sequential meaning, reading path</i> jelas	Simbol prosedur	<i>Alignment, repetition</i>	Memudahkan audiens mengikuti langkah secara praktis
12	Visual Tempat Sampah	Ikon tempat sampah berwarna berbeda	<i>Representational meaning (klasifikasi visual)</i>	Simbol kategori sampah	Warna sebagai kode kategori	Membantu diferensiasi jenis sampah secara instan

Sumber: Dokumentasi Pribadi

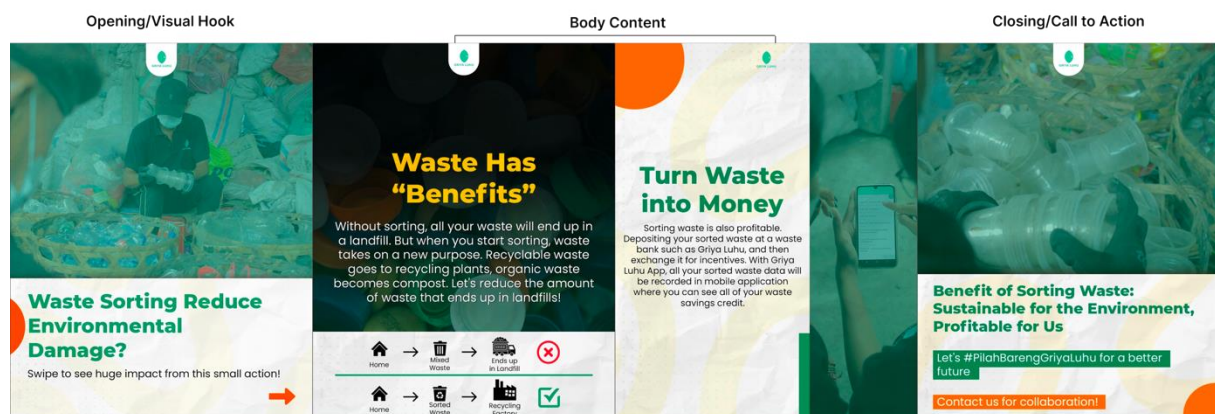
Dari perspektif *Visual Grammar*, ketiga dimensi makna visual termanifestasi secara konsisten pada konten periode 2024. *Representational meaning* dibangun melalui ilustrasi dan ikon yang merepresentasikan proses pemilahan sampah secara konkret, memungkinkan audiens mengenali objek dan tahapan prosedural yang disampaikan. *Interactive meaning* terbentuk melalui penggunaan sudut pandang *eye-level* yang menciptakan kesetaraan posisi antara penyampai pesan dan audiens, sebuah strategi yang berkontribusi pada peningkatan keterlibatan emosional terhadap isi pesan. *Compositional meaning* tercermin pada penataan elemen yang linear antarslide serta penggunaan kontras warna yang membentuk alur baca intuitif dari kiri ke kanan dan dari atas ke bawah.

Dari perspektif semiotika Roland Barthes, elemen visual pada konten 2024 tidak hanya bekerja pada tingkat denotatif yakni merepresentasikan objek dan tindakan secara harfiah, tetapi juga mengonstruksi lapisan konotatif yang lebih dalam. Penggunaan warna hijau yang konsisten, misalnya, membangun konotasi keberlanjutan dan tanggung jawab lingkungan, sebagaimana terlihat pada nomor 2 dan 9 (Gambar 3) yang menggunakan warna hijau sebagai latar dominan dengan kontras teks putih. Pada tingkat mitos, komposisi visual secara keseluruhan memperkuat narasi bahwa pengelolaan sampah adalah tindakan yang mudah, konkret, dan merupakan bagian dari identitas warga Bali yang bertanggung jawab. Temuan ini sejalan dengan kajian Patriansah et al. (2022) yang menunjukkan bahwa kerangka semiotika Barthes secara efektif mengungkap lapisan denotasi dan konotasi dalam pesan visual kampanye lingkungan, sekaligus memperluas studi Asriyani & Sari (2020) dengan menunjukkan bahwa format multi-frame carousel menghasilkan akumulasi makna konotatif yang lebih berlapis dibandingkan media visual statis karena setiap slide membangun lapisan makna secara progresif hingga membentuk narasi simbolik yang utuh.

Dilihat dari prinsip desain komunikasi visual, tiga faktor penentu efektivitas penyampaian pesan teridentifikasi pada konten 2024: hierarki visual yang tegas melalui variasi ukuran dan bobot tipografi, keterbacaan yang tinggi melalui kontras warna antara teks dan latar, serta alur informasi yang sistematis melalui urutan *slide* yang terstruktur. Kombinasi ketiga faktor ini mendukung temuan Rambe et al. (2025) bahwa elemen desain grafis secara langsung memengaruhi persepsi dan pemahaman audiens terhadap konten.

Analisis Konten *Carousel* Periode 2025

Konten *carousel* periode 2025 menampilkan pergeseran desain yang signifikan dibandingkan periode sebelumnya. Secara visual, desain bertransformasi ke arah yang lebih *clean* dengan pemanfaatan *white space* yang optimal, penggunaan warna primer hijau dan oranye secara konsisten, serta pengurangan elemen dekoratif yang tidak esensial. Pada carousel yang dianalisis Gambar 4, keempat *slide* menyampaikan narasi edukatif tentang manfaat ekonomis pemilahan sampah melalui ekosistem Griya Luhu, dengan bahasa pengantar berbahasa Inggris yang menunjukkan orientasi audiens yang lebih luas.



Gambar 4. Postingan *Carousel* 2025
Sumber: Instagram @Griya Luhu (2025)

Tabel 3. Mikro Analisis Elemen Desain Konten *Carousel* 2025

Elemen	Deskripsi	Visual Grammar	Semiotika	Prinsip DKV	Implikasi
Visual Hook Fotografi	Slide pertama menggunakan foto aktivitas pemilahan sampah dengan overlay teks <i>headline</i> berwarna hijau-oranye	<i>Saliency</i> tinggi melalui kontras foto vs. teks; fotografi sebagai <i>anchor</i> realitas	Denotasi: aktivitas pemilahan. Konotasi: urgensi nyata. Mitos: sampah sebagai sumber daya, bukan beban	Hierarki visual kuat; foto sebagai latar mengatur fokus ke <i>headline</i>	Slide pertama langsung membangun relevansi emosional sebelum informasi detail disampaikan
Headline "Waste Has Benefits"	Teks besar berwarna kuning-oranye dengan tanda kutip sebagai penekanan retorik, latar hitam gelap	<i>Saliency</i> maksimal; posisi tengah sebagai pusat gravitasi visual	Denotasi: judul informasi. Konotasi: pembalikan persepsi negatif tentang sampah. Mitos: sampah berpotensi bernilai	Kontras warna ekstrem (kuning diatas hitam); tipografi <i>bold</i> sebagai hierarki utama	Memancing rasa ingin tahu melalui framing paradoks sebelum penjelasan diberikan
Diagram Alur Ikonik	Diagram dua jalur: (a) sampah campur → TPA dengan tanda X, (b) sampah terpilah → pabrik daur ulang dengan tanda ✓; menggunakan ikon rumah, tempat sampah, truk, dan simbol	<i>Representational meaning</i> konseptual; struktur komparatif membangun kontras makna secara visual	Denotasi: dua pilihan tindakan. Konotasi: benar vs. salah; bertanggung jawab vs. tidak. Mitos: pemilahan = pilihan rasional warga modern	<i>Alignment</i> horizontal; warna kontras (merah X vs. hijau ✓) sebagai kode evaluatif	Audiens memahami konsekuensi tindakan tanpa perlu membaca narasi panjang; pemahaman terbentuk melalui perbandingan visual
Slide Aplikasi Digital	Aplikasi Digital Foto tangan memegang <i>smartphone</i> menampilkan aplikasi Griya Luhu dengan teks penjelasan di samping	<i>Interactive meaning</i> ; foto orang dalam konteks nyata menciptakan identifikasi audiens	Denotasi: antarmuka aplikasi. Konotasi: kemudahan akses; modernitas. Mitos: teknologi sebagai jembatan menuju perilaku ramah lingkungan	Keseimbangan foto-teks; <i>white space</i> membantu fokus pada elemen kunci	Memvisualisasikan langkah konkret yang dapat segera dilakukan audiens setelah membaca konten
Closing Slide dengan Dua CTA	Slide penutup menampilkan dua ajakan bertindak: teks hashtag #PilahBarengGriyaLuhu dan tombol "Contact us for collaboration" dengan warna oranye	<i>Saliency</i> ganda; dua tingkat keterlibatan audiens: partisipasi individu dan kemitraan institusional	Konotasi: komunitas dan kolaborasi. Mitos: gerakan lingkungan sebagai identitas kolektif yang terbuka	Hierarki dua-lapis; <i>orange</i> sebagai warna <i>action</i> mengikuti psikologi warna	Menawarkan dua jalur keterlibatan yang berbeda sehingga memperluas jangkauan respons audiens
Sistem Warna Hijau-Orange	Warna Hijau-Orange Palet warna konsisten di seluruh <i>slide</i> : hijau sebagai warna primer identitas, oranye sebagai aksen <i>call to action</i>	<i>Compositional meaning</i> ; konsistensi warna membangun ritme visual antarslide	Konotasi hijau: alam, keberlanjutan, harapan. Konotasi oranye: energi, urgensi, aksi	Konsistensi <i>branding</i> ; warna sebagai navigasi visual dan penanda identitas akun	Audiens membangun asosiasi warna dengan konten bahkan sebelum membaca teks; memperkuat <i>brand recall</i> Griya Luhu
White Space Terstruktur	Ruang kosong yang disengaja di sekitar elemen teks dan ikon, terutama pada <i>slide</i> 3	<i>Compositional meaning</i> ; <i>white space</i> sebagai elemen aktif yang mengatur hierarki	Tidak membawa makna denotatif eksplisit; secara konotatif membangun kesan profesional dan terstruktur	Prinsip kedekatan (<i>proximity</i>) dan pemisahan (<i>separation</i>); mengurangi <i>cognitive load</i>	Desain yang "bernapas" memudahkan audiens memproses setiap elemen tanpa kejenuhan visual

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Pergeseran desain dari 2024 ke 2025 mencerminkan adaptasi strategis terhadap tren *minimalist design* di media sosial, yang bertujuan mengurangi beban kognitif audiens dengan rentang perhatian yang semakin pendek. Pada tingkat *representational meaning*, konten 2025 bergerak dari ilustrasi simbolik ke diagram konseptual dan fotografi dokumenter yang lebih kuat secara bukti pergeseran yang mengindikasikan penguatan strategi persuasi berbasis realitas. Pada tingkat *compositional meaning*, penggunaan *white space* yang lebih terstruktur menghasilkan hierarki visual yang lebih intuitif dibandingkan periode sebelumnya.

Secara komparatif, kedua periode menunjukkan konsistensi dalam pola struktural tiga-bagian (*hook* → isi → *call to action*), tetapi berbeda dalam strategi eksekusi visualnya. Konten 2024 mengandalkan ilustrasi ikonik dan daftar prosedural yang cocok untuk audiens yang membutuhkan panduan langkah demi langkah, sementara konten 2025 menggunakan diagram komparatif dan fotografi kontekstual yang lebih efektif dalam membangun argumen persuasif berbasis konsekuensi. Perbedaan strategi ini menunjukkan bahwa Griya Luhu secara adaptif menyesuaikan pendekatan visual dengan perkembangan literasi visual audiensnya.

Integrasi Temuan: Data Survei dan Triangulasi

Untuk menjawab pertanyaan penelitian kedua mengenai kontribusi struktur visual terhadap pemahaman audiens, bagian ini menyajikan hasil survei terhadap 43 responden secara lengkap, diikuti oleh triangulasi dengan temuan analisis visual.

Tingkat Pemahaman Audiens per Konten

Tabel 4 menyajikan distribusi skor pemahaman responden terhadap keenam sampel *carousel* secara lengkap.

Tabel 4. Distribusi Skor Pemahaman Audiens per Sampel Konten (n = 43)

Periode	Sampel	5	4	3	≤2	Mean	Std	Skor ≥4 (%)
2024	<i>Carousel 1</i>	31	11	1	0	4,70	0,51	97,7%
	<i>Carousel 2</i>	32	9	2	0	4,70	0,56	95,3%
	<i>Carousel 3</i>	23	13	6	1	4,33	0,89	83,7%
2025	<i>Carousel 4</i>	34	4	3	2	4,63	0,82	88,4%
	<i>Carousel 5</i>	30	11	2	0	4,65	0,57	95,3%
	<i>Carousel 6</i>	25	13	4	1	4,42	0,85	88,4%
	Keseluruhan	175	61	18	4	4,57	0,72	91,5%

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Secara keseluruhan, *grand mean* pemahaman audiens terhadap keenam sampel mencapai 4,57 dari skala 5, dengan 91,5% responden memberikan skor ≥4 yang mengindikasikan tingkat pemahaman tinggi. Tidak ditemukan perbedaan signifikan antara rata-rata pemahaman konten 2024 (M = 4,57) dan konten 2025 (M = 4,57), yang menunjukkan bahwa meskipun terjadi pergeseran strategi visual antara dua periode, kedua pendekatan desain mampu mempertahankan efektivitas pemahaman pada level yang setara. Temuan ini mengindikasikan bahwa konsistensi pola struktural tiga-bagian yang dipertahankan di kedua periode merupakan faktor penentu yang lebih dominan dibandingkan perubahan gaya visual dalam mendukung pemahaman audiens.



Gambar 5. Postingan Carousel 3 (2024)
 Sumber: Instagram @Griya_Luhu (2024)

Gambar 5 merupakan *Carousel 3* yang menunjukkan nilai pemahaman terendah (M = 4,33) dengan variabilitas tertinggi (Std = 0,89), yang konsisten dengan temuan analisis visual bahwa slide tersebut memuat informasi yang lebih padat dan kompleks dibandingkan sampel lainnya.

Kompleksitas pada *Carousel 3* disebabkan oleh kepadatan teks prosedural dan hierarki informasi yang berlapis. Berbeda dengan sampel lainnya, *carousel* ini memuat rujukan hukum yang spesifik (Pergub Bali No. 47 Tahun 2019) dan menjabarkan lima kategori pemilahan sampah sekaligus dalam satu slide. Penggunaan poin-poin daftar yang panjang pada slide 5 dan 6 memaksa audiens untuk melakukan proses dekode informasi yang lebih berat (informasi teknis-regulasi), yang secara visual mengaburkan call-to-action sederhana dibandingkan sampel *Carousel 1* dan *2* yang lebih fokus pada satu pesan tunggal. Sebaliknya, *Carousel 1* dan *2* (2024) mencatat skor tertinggi ($M = 4,70$ keduanya) dengan variabilitas terendah, yang berkorelasi dengan penggunaan headline yang kuat, ilustrasi yang familiar, dan struktur pesan yang paling sederhana di antara keenam sampel.

Persepsi Audiens Terhadap Elemen Desain Visual

Di luar pengukuran pemahaman per konten, survei juga mengukur persepsi audiens terhadap elemen-elemen desain visual secara umum. Hasil disajikan pada Tabel 5 berikut.

Tabel 5. Persepsi Audiens terhadap Elemen Desain Visual ($n = 43$)

Indikator	Temuan	Presentase
Pengaruh desain visual terhadap pemahaman	4,65/5	90,7% responden memberi skor ≥ 4
Warna Berpengaruh terhadap informasi	42 Responden Menjawab "ya"	97,7%
Preferensi Ilustrasi: Vektor vs Foto Real	Vektor : 28 Responden	65,1%
Preferensi Penyajian: Kombinasi Gambar dan Narasi	38 Responden Menjawab "Setuju"	88,4%

Sumber: Dokumentasi Pribadi

Data menunjukkan bahwa 97,7% responden menyatakan penggunaan warna sangat berpengaruh terhadap kualitas informasi yang disampaikan, sementara 88,4% menyatakan lebih mudah memahami konten edukasi yang menggunakan kombinasi ilustrasi gambar dan narasi dibandingkan hanya teks. Temuan ini sejalan dengan penggunaan warna kontras dan ilustrasi simbolik yang konsisten pada konten Griya Luhu di kedua periode, dan mengonfirmasi temuan Rambe et al. (2025) bahwa elemen desain grafis secara langsung memengaruhi persepsi audiens. Preferensi 65,1% responden terhadap ilustrasi vektor juga konsisten dengan dominasi penggunaan ilustrasi ikonik pada konten 2024, yang mencatat skor pemahaman tertinggi di antara semua sampel.

Triangulasi Konfirmasi Silang Temuan Visual dan Data Survei

Triangulasi antara hasil analisis visual dan data survei menunjukkan konsistensi yang tinggi pada tiga titik konfirmasi berikut. Pertama, analisis *Visual Grammar* mengidentifikasi bahwa *compositional meaning* melalui hierarki visual yang tegas merupakan faktor penentu utama alur baca pada konten *carousel*. Temuan ini dikonfirmasi oleh data survei: *Carousel 1* dan *2* yang memiliki hierarki visual paling tegas dengan *headline* besar dan ilustrasi yang tidak padat mencatat tingkat pemahaman tertinggi ($M = 4,70$), sementara *Carousel 3* yang memiliki kepadatan informasi lebih tinggi mencatat skor terendah ($M = 4,33$). Kedua, analisis semiotika mengidentifikasi bahwa penggunaan warna hijau secara konsisten membangun konotasi positif yang memperkuat penerimaan pesan. Temuan ini dikonfirmasi oleh 97,7% responden yang menyatakan warna sangat berpengaruh terhadap kualitas informasi, dan 90,7% yang memberi skor ≥ 4 untuk pertanyaan mengenai pengaruh desain visual terhadap pemahaman ($M = 4,65$). Ketiga, analisis prinsip DKV mengidentifikasi bahwa kombinasi ilustrasi ikonik dan teks pendek lebih efektif dalam menyederhanakan informasi prosedural dibandingkan narasi teks panjang. Temuan ini dikonfirmasi secara langsung oleh preferensi 88,4% responden terhadap penyajian berbasis ilustrasi Kombinasi gambar dan narasi dibandingkan hanya teks, serta preferensi 65,1% terhadap ilustrasi vektor yang mendominasi konten 2024.

Konsistensi ketiga titik konfirmasi ini menunjukkan bahwa struktur elemen desain komunikasi visual pada konten *carousel* Griya Luhu tidak hanya dapat dianalisis secara interpretatif melalui

kerangka teori, tetapi juga terbukti berkontribusi nyata terhadap tingkat pemahaman audiens dalam konteks konsumsi konten digital. Dengan demikian, penelitian ini berhasil menjawab kedua pertanyaan penelitian secara terintegrasi: elemen DKV dalam format *carousel* menyusun alur pesan melalui pola struktural tiga-bagian yang konsisten dengan memanfaatkan *saliency*, *sequential structure*, dan kode warna sebagai navigasi visual (1); dan struktur visual tersebut berkontribusi terhadap pemahaman audiens sebagaimana dikonfirmasi oleh *grand mean* 4,57 dan tingkat pemahaman ≥ 4 pada 91,5% penilaian responden (2).

Secara teoretis, temuan ini melengkapi kajian sebelumnya dengan menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan makna dalam format *carousel* bersifat kumulatif makna tidak terbentuk dari satu *slide* secara terpisah, melainkan dari akumulasi elemen visual antarsilde yang membentuk narasi visual yang utuh. Ini merupakan karakteristik yang tidak dapat dijelaskan oleh studi pada media visual statis seperti poster atau infografis (Agniyati et al., 2022), dan menjadi kontribusi konseptual spesifik dari penelitian ini. Secara praktis, pola struktural yang teridentifikasi dapat menjadi panduan operasional bagi komunitas lingkungan dan praktisi desain dalam menyusun konten edukasi yang efektif di platform media sosial.

Simpulan

Penelitian ini berhasil menjawab kedua pertanyaan penelitian secara terintegrasi melalui pembuktian bahwa elemen desain komunikasi visual dalam format *carousel* Instagram Griya Luhu menyusun alur penyampaian pesan melalui pola struktural tiga bagian yang konsisten. Pola tersebut meliputi *visual hook* pada bagian awal penyajian isi pada bagian tengah serta *call to action* sebagai penutup yang dioperasionalkan melalui *saliency* dan *sequential structure* disertai penggunaan kode warna sebagai navigasi visual antarsilde. Struktur ini membentuk narasi visual yang bersifat kumulatif di mana pemahaman audiens tidak terbentuk dari satu *slide* secara terpisah melainkan hasil dari akumulasi elemen visual yang disusun secara berurutan. Temuan ini menjadi kontribusi konseptual utama dalam penelitian ini karena karakteristik kumulatif tersebut merupakan aspek pembeda yang tidak ditemukan pada kajian media visual statis lainnya.

Kontribusi struktur visual terhadap pemahaman audiens dikonfirmasi secara empiris melalui data survei yang menunjukkan nilai *grand mean* sebesar 4,57 dari skala 5 dengan mayoritas responden memberikan penilaian pada tingkat pemahaman yang tinggi. Fakta tidak ditemukannya perbedaan signifikan antara tingkat pemahaman pada konten periode 2024 dan 2025 mengindikasikan bahwa konsistensi pola struktural jauh lebih menentukan efektivitas komunikasi dibandingkan perubahan gaya visual yang terjadi di antara kedua periode tersebut. Secara praktis identifikasi pola struktural ini dapat menjadi panduan operasional bagi komunitas maupun praktisi lingkungan dalam merancang konten edukasi di media sosial agar pesan yang disampaikan lebih terukur dan mudah dipahami.

Meskipun memberikan temuan yang signifikan, penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada cakupan objek yang hanya terfokus pada satu akun serta metode pengukuran survei yang bersifat persepsi sesaat tanpa mengukur perubahan perilaku secara nyata. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jangkauan kajian secara komparatif pada beberapa akun edukasi lingkungan yang berbeda serta mulai mengintegrasikan pengukuran perubahan perilaku audiens sebagai dampak jangka panjang dari paparan konten edukatif digital.

Referensi

Agniyati, F., Wahyuni, T. R., & Utomo, S. R. H. (2022). Media kampanye menjaga lingkungan melalui media visual infografis statis (Studi Kasus Desa Karang Tengah). *Jurnal Dasarupa: Desain dan Seni Rupa*, 1(3), 14–22. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v1i3.115>

- Asriyani, W., & Sari, Y. P. (2020). Analisis semiotik poster ramah lingkungan di Kelurahan Mintaragen Kota Tegal. *Sasando: Jurnal Bahasa, Sastra Indonesia, dan Pengajarannya*, 3(1), 390–400. <https://doi.org/10.24905/sasando.v3i1.104>
- Azhari, D. S., Afif, Z., Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). Penelitian mixed method research untuk disertasi. *Journal of Social Science Research*, 3(2), 8010–8025.
- Bakti, I. (2024). Peran media dosial dalam meningkatkan kepedulian terhadap isu lingkungan. *Indonesian Research Journal on Education Web Jurnal Indonesian Research Journal on Education*, 4(4), 3198–3205.
- Dzakirah, A., Burhanuddin, B., & Burhani, A.-M. A. I. (2025). Strategi pembuatan konten edukatif di Instagram @rekamnusantara dalam peningkatan kesadaran lingkungan. *Jurnal Informatika Dan Teknologi Pendidikan*, 5(2), 113–123. <https://doi.org/10.59395/jitp.v5i2.133>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran media sosial Instagram @greenpeaceid sebagai media kampanye dalam menjaga lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(2), 209–222. <https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i2.32>
- Forester, B. J., Khater, A. I. A., Afgani, M. W., & Isnaini, M. (2024). Penelitian kuantitatif: uji reliabilitas. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(3).
- Irnanda, D. Z., Daniar, A., & Sutejo, A. (2025). Perancangan unggahan carousel sebagai media edukasi dan promosi dalam Instagram Petshop Azria Vet Care. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 5(3), 3716–3724. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v5i3.1781>
- Patriansah, M., Sapitri, R., & Prasetya, D. (2022). Semiotika Roland Barthes dalam iklan Rinso “Yuk, mulai bijak plastik.” *Jurnal Narada*, 9(3), 287–306. <https://doi.org/10.2241/narada.2022.v9.i3.004>.
- Rambe, S. A., Lestari, S., Siregar, S., Kardi, S., & Tambunan, M. T. (2025). Peran desain grafis dalam meningkatkan daya tarik konten media sosial. *Insight Journal*, 1(2), 82–90. <https://journal.ynam.or.id/index.php/insight>
- Rozali, Y. A. (2022). Penggunaan analisis konten dan analisis tematik. *Forum Ilmiah*, 19(1), 68–76. www.researchgate.net
- Satyavira, J. U., & Kartika, T. (2024). Strategi komunikasi pembangunan dalam pemanfaatan media sosial Instagram oleh @Giliecotrust sebagai media kampanye zero waste. *Arus Jurnal Sosial dan Humaniora*, 4(3), 1553–1562. <https://doi.org/10.57250/ajsh.v4i3.680>
- Suminto, M. A., & Setiyoko, N. (2022). Headline dan layout aplikatif dalam trend perancangan desain carousel pada konten sosial media (studi pada Instagram, Facebook, dan LinkedIn). *Seminar Nasional Desain (SNADES) 2022: Desain Kolaborasi Interdisipliner di Era Digital*, 104–113. <https://repository.upnjatim.ac.id/id/eprint/9977>
- Suryana, A. (2025, April 15). Pacalang, penjaga harmoni yang kini mengawal lingkungan bali dari krisis sampah. SIPSN - Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan.
- Syaputra, A. A., & Mahendra, A. I. (2023). Penerapan prinsip desain komunikasi visual pada Instagram @kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564–1582.
- Tanudjaja, B. B. (2005). Aplikasi prinsip gestalt pada media desain komunikasi visual. *NIRMANA*, 7(1), 56–66. <https://doi.org/10.9744/nirmana.7.1.56-66>
- Yunita, G. (2022). Pengaruh desain komunikasi visual estetika dalam daya beli konsumen di media sosial. *Jurnal Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa*, 4(2), 1–5. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v4i2.138>