

ABSTRAK

ANALISIS DESAIN KOMUNIKASI VISUAL POSTINGAN INSTAGRAM DAN DAMPAKNYA PADA PREFERENSI GENERASI Z DALAM MEMILIH KUE *TART* UNIK (STUDI PADA AKUN INSTAGRAM @SINDYCAKE01)

Oleh

Nabilla Praba Chandrakanti

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk komunikasi dan bisnis sehingga pelaku UMKM diharuskan dapat berpikir kreatif dan inovatif. Instagram menjadi salah satu *platform digital* populer yang digunakan pelaku UMKM untuk mempromosikan produk secara visual. UMKM @sindycake01 secara aktif menampilkan konten kue *tart* dengan desain kreatif dan estetik sebagai bagian dari strategi promosi berbasis visual. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi elemen visual yang digunakan dalam desain kue *tart* @sindycake01 serta memahami bagaimana Generasi Z memaknai desain tersebut sebagai preferensi konsumsi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan wawancara dengan enam informan yang merupakan pengikut akun @sindycake01 yang tergolong Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa desain komunikasi visual berdasarkan Teori Gestalt: prinsip *figure-ground* didapatkan melalui kontras warna dan bentuk, prinsip *similarity* berdasarkan desain yang realistis menciptakan kedekatan emosional, dan prinsip *proximity* menciptakan kesan harmonis dan terorganisir melalui kedekatan antar elemen. Hal ini menunjukkan bahwa visualisasi konten berperan penting dalam membentuk preferensi Generasi Z, terutama pada desain kue yang memerhatikan prinsip-prinsip Teori Gestalt seperti kue bertema anime dan mi ayam. Adanya kombinasi antara pendekatan desain yang kuat dan relevansi terhadap minat informan menjadi kunci utama dalam membentuk preferensi visual dan keputusan pemilihan suatu produk

Kata kunci: Desain Komunikasi Visual, Instagram, Generasi Z, Instagram, Kue *Tart* Unik, Preferensi

ABSTRACT

***Analysis of Visual Communication Design on Instagram Posts and Its Impact
on Generation Z's Preference in Choosing Unique Tart Cakes
(A Study on the Instagram Account @sindycake01)***

By

Nabilla Praba Chandrakanti

Technological advancements have brought changes to various aspects of life, including communication and business, prompting UMKM actors to think creatively and innovatively. Instagram has become one of the most popular digital platforms used by UMKMs to visually promote their products. The UMKM @sindycake01 actively showcases tart cakes with creative and aesthetic designs as part of a visual-based promotional strategy. This study aims to analyze the representation of visual elements used in the tart cake designs of @sindycake01 and to understand how Generation Z interprets these designs as part of their consumption preferences. This research uses a qualitative approach. Data collection techniques include observation, documentation, literature review, and interviews with six informants who are followers of the @sindycake01 account and categorized as Generation Z. The results show that visual communication design based on Gestalt Theory is reflected through the figure-ground principle using color and shape contrast, the similarity principle through realistic designs that create emotional closeness, and the proximity principle through the arrangement of elements that generates a harmonious and organized impression. It shows that visual content plays an important role in shaping Generation Z's preferences, especially in cake designs that apply Gestalt principles, such as anime-themed and chicken noodle cakes. The combination of a strong design approach and relevance to the informants' interests is the key to forming visual preferences and influencing product selection decisions.

Keywords: *Generation Z, Instagram, Preference, Unique Tart Cake, Visual Communication Design*