



## Perancangan Unggahan *Carousel* Sebagai Media Edukasi dan Promosi dalam Instagram *Petshop Azria Vet Care*

### INFO PENULIS

Danu Zulfan Irnanda  
Universitas Pembangunan Negeri "Veteran"  
Jawa Timur  
[210520101255@student.upnjatim.ac.id](mailto:210520101255@student.upnjatim.ac.id)

Aninditya Daniar  
Universitas Pembangunan Negeri "Veteran"  
Jawa Timur  
[aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id)

Aris Sutejo  
Universitas Pembangunan Negeri "Veteran"  
Jawa Timur  
[aris.dkv@upnjatim.ac.id](mailto:aris.dkv@upnjatim.ac.id)

### INFO ARTIKEL

ISSN: 2808-1307  
Vol. 5, No. 3, Desember 2025  
<https://jurnal.ardenjaya.com/index.php/ajsh>

© 2025 Arden Jaya Publisher All rights reserved

### **Saran Penulisan Referensi:**

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.

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk merancang unggahan *carousel* pada platform Instagram sebagai media edukasi dan promosi bagi Azria Vet Care. Latar belakang penelitian ini berangkat dari rendahnya kualitas visual dan konsistensi identitas pada konten promosi sebelumnya, sehingga diperlukan perancangan media yang lebih komunikatif, informatif, dan menarik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik observasi dan wawancara terhadap pemilik Azria Vet Care untuk menggali kebutuhan informasi serta karakteristik audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan unggahan *carousel* dengan konsep visual modern dan ceria mampu meningkatkan daya tarik serta memperkuat citra profesional dan kekeluargaan petshop. Penerapan kombinasi warna biru dan merah muda, tipografi *handwriting* dan *sans-serif*, serta elemen grafis berbentuk benang yang menyerupai hewan berhasil merepresentasikan nilai kepedulian dan kehangatan. Selain berfungsi sebagai media promosi, konten edukatif mengenai pentingnya vaksinasi dan perawatan hewan peliharaan terbukti dapat meningkatkan kesadaran pemilik hewan terhadap kesehatan hewan peliharaannya. Dengan demikian, Instagram *carousel* terbukti efektif sebagai media komunikasi visual yang tidak hanya memperluas jangkauan promosi, tetapi juga mengedukasi audiens secara interaktif.

**Kata kunci:** Desain komunikasi visual, Instagram *carousel*, edukasi, promosi, Azria Vet Care

### Abstract

This study aims to design Instagram carousel posts as educational and promotional media for Azria Vet Care. The research was motivated by the lack of visual consistency and brand identity in the company's previous promotional materials, which limited their communication effectiveness. A qualitative method was applied through observation and interviews with the owner of Azria Vet Care to identify audience characteristics and information needs. The results show that designing carousel posts using a modern and playful visual concept enhances audience engagement and strengthens the brand's professional yet family-oriented image. The use of blue and pink color palettes, combined with handwriting and sans-serif typography, as well as graphic elements shaped like threads forming pets, effectively conveys warmth and compassion. Beyond promotional purposes, the educational content—such as information on the importance of pet vaccination and routine care—successfully raises awareness among pet owners about animal health. Therefore, Instagram carousel posts are proven to be effective visual communication media that not only expand promotional reach but also educate audiences interactively.

**Keywords:** Visual communication design, Instagram carousel, education, promotion, Azria Vet Care.

### A. Pendahuluan

Hewan Peliharaan merupakan hewan yang jinak yang dirawat oleh manusia untuk dijadikan teman sehari-hari, anggota keluarga, atau untuk tujuan tertentu seperti menjaga keamanan. Dalam perawatannya, majikan harus memperhatikan jenis makanan, obat, atau bahkan kesehatan dan kebersihan hewan peliharaan tersebut, sehingga kesejahteraan hidup hewan peliharaan tersebut tetap terjaga. Mengingat banyaknya manfaat yang dapat diberikan hewan peliharaan kepada manusia, sangat penting untuk memperhatikan kesehatan mereka setiap saat (Zhao dkk., 2024). Oleh karena itu, dalam memenuhi kebutuhan-kebutuhan tersebut, petshop diperlukan, terutama petshop yang memiliki layanan kesehatan. *Petshop* adalah toko yang menjual berbagai kebutuhan untuk hewan peliharaan, seperti makanan, kandang, mainan, dan obat-obatan. Selain itu, beberapa *petshop* juga menyediakan layanan tambahan seperti *grooming*, pemeriksaan kesehatan dasar, hingga jasa penitipan hewan, *petshop* yang menyediakan layanan kesehatan ini biasa disebut dengan *vetshop* atau *vet care*. Tujuan utama dari *petshop* adalah memudahkan pemilik hewan peliharaan dalam mendapatkan produk dan layanan yang dibutuhkan untuk merawat hewan mereka dengan baik. Kesejahteraan hewan peliharaan juga menjadi poin penting yang perlu diperhatikan dalam merawatnya. Dengan pelayanan kesehatan dan kebutuhan gizi yang cukup, kesejahteraan hewan dapat tercukupi dan hewan peliharaan dapat berumur panjang.

*Azria Vet Care* merupakan salah satu *petshop* di Lamongan yang menyediakan sektor barang dan jasa untuk hewan peliharaan. *Azria Vet Care* berdiri sejak tahun 2017, didirikan oleh drh. Nurinda AK selaku pemilik dari *petshop*. *Petshop* ini berlokasi di Jl. Veteran No.76, Kec. Lamongan, Kabupaten Lamongan.

Media promosi merupakan alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa agar dapat lebih dikenal oleh masyarakat luas (Jannah dkk., 2022). Tujuannya adalah untuk memperkenalkan, menarik minat, membujuk, dan pada akhirnya mendorong tindakan pembelian atau interaksi dengan suatu bisnis. Berdasarkan jenis medianya media promosi terbagi menjadi dua media promosi tradisional dan digital. Untuk mendukung operasional dan promosi, *Azria Vet Care* selain aktif dalam promosi media cetak mereka juga aktif memanfaatkan *digital marketing*. Media promosi berperan sebagai sarana yang digunakan dalam mendukung kegiatan promosi oleh suatu perusahaan dan pengenalan mengenai suatu produk ke masyarakat luas yang bertujuan menarik minat beli calon konsumen terkait produk yang dipromosikan (Jannah dkk., 2022). Melalui platform online, mereka rutin memberikan informasi, sosialisasi, serta edukasi kepada masyarakat mengenai perawatan hewan peliharaan. Perusahaan yang mampu memanfaatkan teknologi secara efektif akan lebih mampu membangun citra yang kuat dan meningkatkan kepercayaan pelanggan (Rahajoe dkk., 2023).

Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat mengambil, menyaring, dan mengunggah foto dan video yang memungkinkan penggunaannya berbagi melalui jejaring sosial (Ari Shandy & Pramudyo, 2023). Menurut (Ari Shandy & Pramudyo, 2023) Instagram memiliki peran penting dalam membangun literasi digital dan kepercayaan informasi di kalangan pengguna karena kemampuannya menampilkan konten visual yang menarik dan kredibel. Dalam konteks promosi

digital, unggahan carousel menjadi salah satu fitur strategis di Instagram. Carousel adalah format unggahan yang memungkinkan pengguna menampilkan beberapa gambar atau video dalam satu postingan yang dapat digeser secara horizontal. Format ini memungkinkan penyajian informasi yang berurutan dan mendalam tanpa harus memecah konten ke dalam beberapa posting terpisah. Menurut Haq & Haryati Instagram carousel memungkinkan pengguna untuk berbagi beberapa gambar atau video dalam satu unggahan, menjadikannya alat yang kuat untuk mendongeng dan menyampaikan narasi yang lebih kaya serta mendetail (Haq & Haryanti, t.t.)

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang media poster yang efektif sebagai sarana edukasi sekaligus promosi bagi Azria Vet Care. Poster ini diharapkan dapat menyampaikan informasi seputar kesehatan hewan peliharaan secara informatif dan menarik, sekaligus memperkenalkan layanan serta identitas Azria Vet Care kepada masyarakat secara lebih luas baik diterapkan pada media online dan cetak. Melalui pendekatan visual yang tepat, media ini bertujuan untuk meningkatkan kesadaran pemilik hewan akan pentingnya perawatan kesehatan hewan, serta memperkuat citra Azria Vet Care sebagai klinik hewan yang profesional, terpercaya, dan mudah diakses oleh masyarakat.

## B. Metodologi

Penelitian Ini menggunakan metode kualitatif, Penelitian kualitatif adalah penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek alamiah, dimana peneliti merupakan instrumen kunci (Sugiyono : 2005 dalam (Fattah, 2023)). Dalam perancangan unggahan carousel ini, data yang diperoleh ini melalui metode wawancara dan observasi langsung terhadap unggahan-unggahan pada sosial media Azria Vet Care.

### 1. Wawancara

Wawancara dilakukan bersama dengan drh. Nurinda AK selaku pemilik petshop Azria *Vet Care*, wawancara dilakukan secara luring pada tanggal 28 September 2024 dengan datang ke *petshop* secara langsung. Wawancara ini bertujuan untuk mendapatkan informasi mengenai *petshop* seperti visi dan misi *petshop*, karakteristik yang ingin dibangun oleh *petshop*, dan target audien, informasi tersebut nantinya akan diolah menjadi landasan untuk membuat perancangan unggahan *carousel* pada instagram Azria Vet Care.

### 2. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengidentifikasi masalah yang terdapat pada unggahan *Carousel* pada instagram *petshop* Azria *Vet Care*. Observasi dilakukan dengan mengamati dan mengkaji poster yang ada pada Instagram sekaligus media cetak di Azria Vet Care. Dengan mengamati hal tersebut, didapatkan bahwa poster promosi Azria Vet Care masih memiliki visual yang kurang baik dalam menerapkan identitas visualnya maupun dalam mempromosikan *petshop*.

## C. Hasil dan Pembahasan

### Pengumpulan Data

Dalam menjalankan tahapan pembuatan, keberadaan data yang valid dan terbukti akurat sangatlah penting. Oleh karena itu, untuk memperoleh data yang sah dan tepat, dilakukan teknik pengumpulan data dengan langkah-langkah sebagai berikut:

#### 1. Target Audien

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara diperoleh demografi target audien sebagai berikut:

- Usia : 20 – 35 tahun keatas
- Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan (unisex)
- Kelas Ekonomi : Kebawah, Menengah, Menengah keatas
- Sasaran : Pegawai, Mahasiswa/pelajar, Karyawan Swasta

Dengan psikografis target audien perancangan unggahan carousel Instagram petshop Azria *Vet Care* adalah orang-orang yang membutuhkan pelayanan kesehatan pada hewan peliharaan mereka serta kebutuhan primer lain yang dibutuhkan.

#### 2. Keyword

Penentuan keyword dilakukan dengan menganalisis hasil wawancara serta observasi yang telah dilakukan, dengan data-data yang telah diperoleh tersebut akan diolah lagi dan

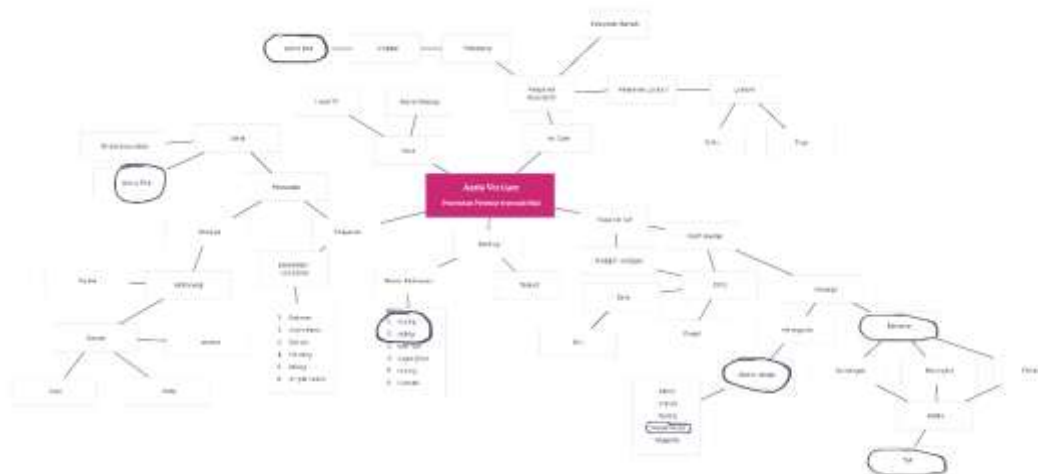
diolah menjadi bentuk keyword atau kata kunci dalam perancangan ini. Dan keyword yang didapat yakni Pelayanan Petshop Sepenuh Hati.



Melalui keyword yang didapat, dapat diketahui fokus utamanya adalah pelayanan pada petshop. Pelayanan yang dimaksud disini adalah sebuah kegiatan yang dilakukan oleh karyawan petshop, kemudian pada petshop akan diberikan visual yang ikonik dengan petshop yakni kucing dan anjing, keputusan dalam mengambil ikon kucing dan anjing didapat dari data wawancara dengan pemilik petshop yang memberikan data bahwa hewan yang sering dibawa ke petshop Azria Vet Care adalah kucing dan anjing, meskipun terdapat juga beberapa hewan lain seperti sugar glider dan burung, dan berdasarkan hasil observasi kucing dan anjing sering dijadikan elemen pada petshop seperti pada petshop Habitat Satwa dan Kawan Hewan. Kemudian makna sepenuh hati secara konotatif berarti bersungguh-sungguh (Kemendikbud, 2016) yang dimana ini memiliki arti profesionalitas petshop dalam memberikan pelayanan. Selain itu, dari data wawancara pemilik petshop mengharapkan untuk memberikan unsur keluarga didalamnya yang dapat memberikan rasa nyaman, aman dan hangat.

3. Brainstorming

Dengan keyword yang telah didapat, tahap selanjutnya adalah pengembangan ide untuk konsep visual yang akan digunakan dalam perancangan berdasarkan keyword yang telah dipilih. Disini digunakan mindmapping sebagai landasan dalam mengolah keyword menjadi konsep visual unggahan. Mind mapping sendiri tertama dalam komunikasi visual, berfungsi sebagai penjabaran kreativitas untuk menemukan visual yang ingin direpresentasikan. Mind mapping sendiri dapat didefinisikan sebagai hasil visual dari konsep/ide dan hubungan yang ada diantaranya (Davies dalam (Melini dkk, 2023).



Gambar 4. Brainstroming ide konsep visual

Dapat diketahui representasi visual yang didapat dari mind mapping diatas adalah antara lain sebagai berikut:

- a. Warna pink sebagai warna yang menggambarkan kehangatan dan kesehatan yang merepresentasikan sifat dari petshop Azria Vet Care.
- b. Warna biru digunakan sebagai representasi profesionalitas dan kredibilitas petshop Azria Vet Care, sehingga dapat memberi kesan dapat dipercaya.

- c. Hati sebagai elemen visual yang menggambarkan “sepenuh hati” dalam keyword petshop.
- d. Kemudian kucing dan anjing merepresentasikan ikonitas dari sebuah petshop yang sekaligus juga berdasarkan data wawancara kucing dan anjing merupakan daftar hewan yang paling sering mengunjungi petshop Azria Vet Care.
- e. Kemudian benang sebagai representasi dari ikatan keluarga yang dijunjung tinggi oleh Azria Vet Care.

## Hasil penelitian

Perancangan unggahan *carousel* dibuat menggunakan konsep modern dan playful sehingga akan minim menggunakan elemen grafis dan menggunakan bentuk elemen grafis yang lembut sehingga dapat merepresentasikan identitas petshop sebagai petshop yang menjunjung tinggi kekeluargaan namun tetap profesional.

### 1. Perancangan Ide Visual

Dalam Perancangan poster edukasi terdapat beberapa aspek utama yang menjadi dasar, yakni konsep desain, warna, tipografi dan elemen fotografi sebagai elemen tambahan untuk memberikan informasi dengan lebih jelas.

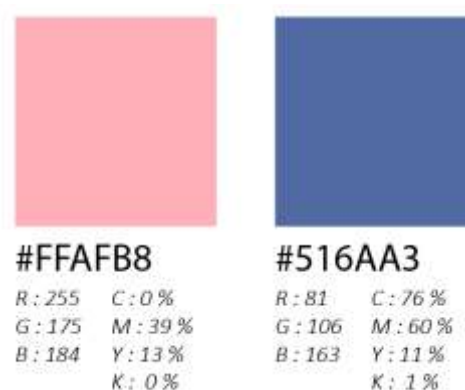
#### a.) Konsep Desain

Desain unggahan *carousel* menggunakan konsep modern dan ceria. Konsep ceria dipilih agar tampilan poster lebih ramah dan menarik perhatian. serta dapat mencerminkan identitas petshop yang menjunjung tinggi kekeluargaan yang dimana menurut data yang didapat di lapangan hal ini dimaksudkan sebagai lingkungan pada tempat kerja yang nyaman dan menganggap semua yang ada dalam petshop Azria Vet Care merupakan keluarga termasuk juga hewan peliharaan yang sedang dirawat. Konsep modern juga dipilih agar visual Azria Vet Care lebih relevan dengan tren saat ini serta dapat memberikan kesan profesional dan mudah untuk dipahami oleh audien terutama pengunjung Azria Vet Care.

#### b.) Materi Edukasi

Materi edukasi yang digunakan diperoleh melalui hasil observasi terhadap konten yang telah diunggah di media sosial Azria Vet Care. Dari hasil pengamatan tersebut, materi kemudian disusun ulang agar lebih menarik dan mudah dipahami oleh audiens. Proses pengemasan dilakukan dengan menyesuaikan gaya bahasa yang lebih bersahabat, komunikatif, dan sesuai dengan karakter target audiens Azria Vet Care, sehingga pesan edukatif yang disampaikan tidak hanya informatif tetapi juga terasa dekat dan relevan bagi para pecinta hewan peliharaan.

#### c.) Warna



Gambar 1. Warna Unggahan Carousel

Dalam Perancangan desain Poster ini, warna yang digunakan adalah biru dengan kode warna #516AA3 dan Merah muda dengan kode warna #FFAFB8. Warna Merah muda diambil dari warna yang ada pada logo Azria Vet Care dengan sedikit penyesuaian *tone* warna agar dapat di aplikasikan ke dalam media lain, warna merah muda juga termasuk dalam warna hangat yang menurut (Kahfi, 2021) dapat memberikan citra visual yang hangat. Selain itu, menurut rustan dalam (Rustan, 2013) warna merah muda memiliki makna kesehatan.

## d.) Tipografi

**TRASHHAND**

A B ( D E F G H I ) K L M N  
 O P Q R S T U V X Y Z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ & ( )  
 - \_ = ? / ' " , . : ;

Gambar 2. Tipografi Primer

Tipografi dalam perancangan ini dibagi menjadi dua bagian yakni sebagai headline dan teks. Tipografi Headline menggunakan tipografi TrashHand Tipografi ini merupakan tipografi berjenis handwriting. Gaya handwriting merepresentasikan gerakan tangan yang unik, goyang, dan tidak beraturan, seperti pada aslinya seseorang yang sedang menulis (Eko Valentino, 2019). Karena hal tersebut tipografi ini dapat memberikan pendekatan visual yang lebih bersahabat.

## Gabarito

A B C D E F G H I J K L M  
 N O P Q R S T U V X Y Z  
 a b c d e f g h i j k l m n o p  
 q r s t u v w x y z  
 1 2 3 4 5 6 7 8 9 0 @ # \$ %  
 ^ & \* ( ) - \_ + = ? / ' " , . : ;

Gambar 3. Tipografi Sekunder

Kemudian untuk teks menggunakan tipografi Gabarito yang merupakan tipografi berjenis sans serif. Gaya sans serif memiliki popularitas yang tinggi karena kesederhanaan mereka (Eko Valentino, 2019), karena kesederhanaannya itu tipografi jenis ini juga memiliki tingkat keterbacaan yang tinggi sehingga cocok digunakan dalam teks yang panjang, selain itu juga dapat memberi kesan modern.

## e.) Elemen Grafis



Gambar 5. Elemen Grafis Garis

Elemen Grafis menggunakan perumpamaan benang yang membentuk hewan kucing dan anjing, hal ini menyimbolkan ikatan keluarga baik antar karyawan, pelanggan, hingga hewan peliharaan. Elemen grafis yang digunakan mengambil perumpamaan benang yang membentuk siluet hewan kucing dan anjing. Benang tersebut tidak hanya berfungsi sebagai unsur visual, tetapi juga memiliki makna simbolis yang mendalam. Ia melambangkan ikatan yang kuat dan saling terhubung, sebagaimana hubungan yang terjalin antara karyawan, pelanggan, dan hewan peliharaan di Azria

Vet Care. Melalui visualisasi ini, tercipta pesan bahwa setiap individu dan hewan memiliki keterikatan emosional layaknya sebuah keluarga besar yang saling merawat dan mendukung satu sama lain.



Gambar 6. Elemen Grafis Fotografi

Kemudian elemen lain seperti fotografi digunakan sebagai media tambahan untuk memberikan informasi yang lebih jelas dan mudah tersampaikan. Dalam unggahan ini digunakan kucing dan anjing sebagai elemen fotografi karena tema dan materi edukasi yang disampaikan mencakup keduanya dan sekaligus menjadi ikon yang mengkomunikasikan bahwa informasi ini adalah seputar anabul dan petshop.

## 2. Hasil Desain

Berdasarkan konsep yang telah ditentukan, dihasilkan beberapa rancangan unggahan carousel yang terdiri dari 5 slide unggahan dengan susunan dan fungsi visual sebagai berikut:

### a. Cover (Slide 1)



Gambar 7. Unggahan Carousel Slide 1

Slide pertama atau cover carousel dirancang untuk menampilkan judul topik edukasi, logo Azria Vet Care, serta elemen visual utama berupa ilustrasi atau foto hewan peliharaan seperti kucing dan anjing. Elemen-elemen ini dikomposisikan secara harmonis dengan warna dominan biru dan merah muda yang merepresentasikan nilai profesionalitas, kehangatan, dan kepedulian terhadap hewan peliharaan.

Tujuan utama dari perancangan cover ini adalah untuk menarik perhatian audiens saat berselancar di feed Instagram, di mana tampilan visual yang menarik menjadi faktor penting dalam membangun *first impression*. Oleh karena itu, konsep visual dibuat sederhana namun tetap komunikatif, dengan penekanan pada hierarki visual yang jelas antara judul, logo, dan elemen ilustratif agar pesan yang disampaikan dapat langsung diterima tanpa perlu banyak teks pendukung.

Desain yang minimalis ini juga berfungsi untuk menonjolkan karakter modern dan ceria sesuai dengan identitas visual Azria Vet Care. Warna biru memberikan kesan tenang dan profesional, sedangkan warna merah muda menambah kesan ramah dan hangat yang menggambarkan suasana kekeluargaan antara staf, pelanggan, dan hewan peliharaan.

b. Membangun Aware



Gambar 8. Unggahan Carousel Slide 2 sampai 4

Slide kedua hingga keempat pada unggahan carousel berisi informasi mengenai urgensi pentingnya vaksinasi bagi hewan peliharaan (anabul) serta penjelasan singkat mengenai tujuan dan manfaat vaksinasi. Konten ini disusun dengan bahasa yang ringan dan komunikatif agar mudah dipahami oleh audiens yang sebagian besar merupakan pemilik hewan peliharaan dengan latar belakang pengetahuan yang beragam.

Penyampaian materi edukasi mengenai vaksinasi ini dianggap sangat penting karena masih banyak pemilik hewan yang belum memahami fungsi dan dampak vaksinasi terhadap kesehatan hewan peliharaan mereka. Berdasarkan hasil observasi pada media sosial Azria Vet Care sebelumnya, ditemukan bahwa konten edukatif terkait kesehatan hewan masih jarang diunggah dan belum dikemas secara menarik. Oleh karena itu, pada perancangan carousel ini, topik vaksinasi dipilih sebagai materi awal edukasi dengan harapan dapat membangun kesadaran (awareness) audiens mengenai pentingnya tindakan pencegahan penyakit melalui vaksin.

Narasi teksnya disusun secara berurutan mulai dari pengertian vaksinasi, manfaat bagi kesehatan hewan, hingga dampak yang bisa timbul apabila hewan tidak mendapatkan vaksin secara rutin. Pesan utama yang ingin disampaikan adalah bahwa vaksinasi bukan sekadar prosedur medis, melainkan bentuk kepedulian dan tanggung jawab pemilik terhadap kesejahteraan hewan peliharaan. Dengan pendekatan visual yang sederhana dan gaya bahasa yang persuasif dan bersahabat, slide ini diharapkan dapat mengubah persepsi audiens yang sebelumnya menganggap vaksinasi tidak penting atau tidak mengetahui manfaatnya, menjadi lebih peduli, teredukasi, dan termotivasi untuk membawa hewan peliharaan mereka melakukan vaksinasi secara rutin di Azria Vet Care

c. Call to Action



Gambar 9. Unggahan Carousel Slide 5

Slide Call to Action (CTA) ini dirancang dengan fokus pada kesatuan visual dan fungsi promosi yang kuat. Warna latar biru digunakan untuk memberikan kesan profesional dan tenang, sekaligus menjaga konsistensi dengan palet warna utama Azria Vet Care. Komposisi desain dibuat seimbang, dengan foto dokter hewan yang menggendong anjing ditempatkan di sisi kanan bawah sebagai pusat perhatian, mempertegas kesan empati dan kehangatan. Secara keseluruhan, hasil desain ini menonjolkan keseimbangan antara estetika dan fungsionalitas, menghadirkan tampilan yang modern, bersih, dan efektif dalam menarik perhatian sekaligus menyampaikan pesan promosi secara visual.

#### D. Kesimpulan

Penelitian dan perancangan ini menghasilkan media unggahan carousel pada Instagram Azria Vet Care sebagai sarana edukasi sekaligus promosi yang efektif. Melalui pendekatan visual yang modern dan ceria, perancangan ini mampu menghadirkan tampilan yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga komunikatif dalam menyampaikan pesan-pesan edukatif seputar kesehatan hewan peliharaan.

Konsep desain yang diterapkan dengan perpaduan warna biru dan merah muda, tipografi kombinasi antara gaya handwriting dan sans serif, serta elemen grafis berbentuk benang yang menyerupai hewan berhasil merepresentasikan identitas Azria Vet Care sebagai klinik hewan yang profesional, hangat, dan menjunjung nilai kekeluargaan.

Melalui konten edukasi seperti pentingnya vaksinasi, syarat vaksin, serta manfaat perawatan rutin bagi hewan peliharaan, unggahan carousel ini mampu meningkatkan kesadaran (awareness) pemilik hewan akan pentingnya menjaga kesehatan hewan mereka. Selain itu, penyajian konten yang ringan dan visual yang konsisten memperkuat branding Azria Vet Care di media sosial sebagai petshop dan vet care yang peduli, informatif, serta mudah diakses oleh masyarakat.

Secara keseluruhan, perancangan unggahan carousel ini membuktikan bahwa media sosial, khususnya Instagram, dapat menjadi alat komunikasi visual yang efektif untuk membangun citra merek sekaligus menyebarkan informasi edukatif secara luas. Ke depannya, pengembangan desain dapat dilakukan dengan menambahkan variasi konten edukasi lain, seperti tips perawatan hewan atau layanan terbaru, agar interaksi dengan audiens semakin meningkat dan kehadiran Azria Vet Care di media digital semakin kuat.

#### E. Referensi

- Ari Shandy, R. K., & Pramudyo, G. N. (2023). Literasi Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam Menentukan Informasi yang dipercaya. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(3), 529–546. <https://doi.org/10.14710/anuva.7.3.529-546>
- Eko Valentino, D. (2019). Pengantar Tipografi. *TEMATIK*, 6(2), 152–173. <https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254>
- Fattah, A. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif*.
- Haq, M. N., & Haryanti, N. (t.t.). Implementasi Strategi AISAS pada Instagram Carousel untuk Meningkatkan Engagement di Museum Muhammadiyah. *Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Kahfi, A. Y. (2021). *Teori Warna*.
- Kemendikbud. (2016). *KBBI VI Daring*. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/merek>
- Melini, E., Hananto, B. A., Suwanto, K. M., & Tenardi, S. G. (2023). *ANALISIS METODE MIND MAPPING DALAM PROSES PEMBELAJARAN DESAIN GRAFIS*. 10.
- Rahajoe, A. D., Safeyah, M., & Daniar, A. (2023). Penguatan Branding UMKMGo-Digital Usaha Eka Jaya Tekstil. *PLAKAT: Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat*, 5(2), 184. <https://doi.org/10.30872/plakat.v5i2.13197>
- Rustan, S. (2013). *Mendesain Logo*. Gramedia Pustaka Utama.
- Zhao, L., Cui, M., & Fu, Z. F. (2024). Focus on pet diseases. *Animal Diseases*, 4(1), 25, s44149-024-00132-z. <https://doi.org/10.1186/s44149-024-00132-z>.