

**ANALISIS KOMPOSISI RULE OF THIRDS PADA AKUN INSTAGRAM
@INALUM UNTUK MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL
EDISI FEBRUARI 2025**

Rafa Anindita Sadira¹, David Rizar Nugroho²

¹Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, IPB University

²Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIB, Universitas Pakuan

¹rafaninditarafa@apps.ipb.ac.id, ²davidrizarnugroho@unpak.ac.id

ABSTRACT

This study is entitled "Analysis of the Rule of Thirds Composition on the Instagram Account @INALUM to Increase Visual Appeal, February 2025 Edition", which aims to analyze the effectiveness of the implementation of the Rule of Thirds in improving the aesthetics and engagement of visual content on the company's social media. In an increasingly competitive digital era, visual appeal is a crucial factor in building effective communication with the audience. INALUM as an aluminum industry company uses Instagram as the main platform to convey company information, sustainability programs, and industry education to the public. This study uses a qualitative descriptive analysis method, by observing and evaluating the visual composition of the Instagram upload @INALUM. The results of the study show that the implementation of the Rule of Thirds is able to improve visual balance, direct the audience's focus to the main elements in the image, and create a more professional and attractive appearance. However, several challenges were found in its implementation, such as the inconsistency of the Rule of Thirds in text-based content, the need for training for the social media team, and the need to adjust to the company's visual identity. Based on the analysis results, it is recommended that INALUM develop standard design guidelines, conduct creative team training, and adapt the Rule of Thirds technique with the company's branding elements to remain consistent and effective in attracting audience attention. With the right strategy, the implementation of the Rule of Thirds can be a solution to improve the quality of visual content, strengthen INALUM's digital identity, and encourage higher engagement on social media.

Keywords: instagram, INALUM, media sosial

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul "Analisis Komposisi Rule of Thirds pada Akun Instagram @INALUM untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual Edisi Februari 2025", yang bertujuan untuk menganalisis efektivitas penerapan Rule of Thirds dalam meningkatkan estetika dan engagement konten visual di media sosial perusahaan. Dalam era digital yang semakin kompetitif, daya tarik visual menjadi faktor krusial dalam membangun komunikasi yang efektif dengan audiens. INALUM sebagai

perusahaan industri aluminium memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi perusahaan, program keberlanjutan, serta edukasi industri kepada masyarakat. Penelitian ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif, dengan mengamati dan mengevaluasi komposisi visual pada unggahan Instagram @INALUM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan Rule of Thirds mampu meningkatkan keseimbangan visual, mengarahkan fokus audiens ke elemen utama dalam gambar, serta menciptakan tampilan yang lebih profesional dan menarik. Namun, ditemukan beberapa tantangan dalam penerapannya, seperti ketidaksesuaian Rule of Thirds pada konten berbasis teks, kebutuhan pelatihan bagi tim media sosial, serta perlunya penyesuaian dengan identitas visual perusahaan. Berdasarkan hasil analisis, disarankan agar INALUM mengembangkan pedoman desain standar, melakukan pelatihan tim kreatif, serta mengadaptasi teknik Rule of Thirds dengan elemen branding perusahaan agar tetap konsisten dan efektif dalam menarik perhatian audiens. Dengan strategi yang tepat, penerapan Rule of Thirds dapat menjadi solusi untuk meningkatkan kualitas konten visual, memperkuat identitas digital INALUM, serta mendorong engagement yang lebih tinggi di media sosial.

Kata Kunci: instagram, INALUM, media sosial

A. Pendahuluan

PT Indonesia Asahan Aluminium atau disingkat INALUM didirikan pada tanggal 6 Januari 1976 dengan status sebagai perusahaan Penanaman Modal Asing (PMA) yang dijanjikan pada suatu perjanjian antara Pemerintah Indonesia dengan Konsorsium Investor dari Jepang untuk jangka waktu 30 tahun, terhitung sejak awal pengoperasian tungku reduksi yaitu pada tanggal 31 Oktober 1983 sampai dengan 31 Oktober 2013. Tanggal 1 November 2013, INALUM sudah sepenuhnya beralih ke pemerintah Indonesia, walaupun belum sepenuhnya dimiliki

oleh Pemerintah Indonesia dikarenakan Pemerintah Indonesia harus mengembalikan modal awal kepada Investor Jepang. Negosiasi pengambilalihan Inalum diwakilkan oleh tiga kementerian, yaitu Kementerian Keuangan, Kementerian Badan Usaha Milik Negara, dan Kementerian Industri. Pemerintah Indonesia akhirnya bisa memiliki sepenuhnya PT INALUM dengan kesepakatan pengembalian modal kepada para Investor Jepang, pada tanggal 9 Desember 2013 yang ditandai dengan penandatanganan pengakhiran perjanjian dimana pemerintah Jepang melakukan

penyerahan aset kepada Pemerintah Indonesia. Pada rapat umum pemegang saham pertama, secara resmi status perusahaan telah berubah menjadi perusahaan BUMN dan mengalami perubahan nama menjadi PT Indonesia Asahan Aluminium.

INALUM terus berupaya meningkatkan kapasitas produksinya guna mendukung hilirisasi industri nasional. Sebagai perusahaan yang berorientasi pada keberlanjutan dan inovasi, INALUM terus mengembangkan strategi komunikasi digitalnya, termasuk melalui media sosial seperti Instagram. Akun Instagram resmi @inalum berfungsi sebagai sarana untuk membangun citra perusahaan, meningkatkan keterlibatan audiens, serta menyampaikan informasi terkait kegiatan operasional dan program sosial perusahaan.

Dalam era digital saat ini, daya tarik visual menjadi faktor utama dalam menarik perhatian audiens di media sosial. Instagram, sebagai platform berbasis visual, menuntut setiap unggahan memiliki komposisi yang menarik agar dapat meningkatkan keterlibatan pengguna (engagement). Salah satu teknik yang

digunakan dalam fotografi dan desain grafis untuk meningkatkan estetika visual adalah *rule of thirds*. Teknik ini membagi sebuah gambar menjadi sembilan bagian dengan dua garis horizontal dan dua garis vertikal, sehingga objek utama dapat ditempatkan pada titik-titik persimpangan untuk menciptakan keseimbangan visual yang lebih dinamis. Penerapan *rule of thirds* pada konten Instagram @inalum berpotensi meningkatkan daya tarik visual unggahan, sehingga dapat memperkuat identitas merek, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan interaksi. Dalam strategi konten digital, akun Instagram @inalum dapat memanfaatkan berbagai format unggahan untuk meningkatkan daya tarik visual. Misalnya, penggunaan posts untuk menyampaikan informasi teknis atau edukasi terkait aluminium secara lebih menarik, serta pemanfaatan Reels dan video pendek untuk menampilkan proses produksi, pengenalan perusahaan atau kegiatan sosial perusahaan dengan cara yang lebih dinamis. Infografis juga dapat digunakan untuk menjelaskan data atau pencapaian perusahaan secara visual agar lebih mudah dipahami oleh

audiens. Selain itu, interaksi visual juga menjadi faktor penting dalam membangun engagement. Akun @inalum lebih aktif menggunakan Instagram Stories dan Highlights untuk membagikan update terbaru secara real-time dengan desain yang menarik. Penggunaan user-generated content (UGC) menjadi strategi efektif, di mana akun @inalum dapat membagikan ulang foto atau video dari audiens yang menunjukkan aktivitas perusahaan, sehingga menciptakan keterlibatan yang lebih kuat dengan audiens. Dengan menerapkan strategi daya tarik visual yang optimal, akun Instagram @inalum dapat memperkuat identitasnya sebagai perusahaan yang profesional, inovatif, dan dekat dengan audiens digitalnya.

Analisis penerapan rule of thirds pada konten Instagram @inalum berpotensi meningkatkan daya tarik visual unggahan, sehingga dapat memperkuat identitas merek, memperluas jangkauan audiens, serta meningkatkan interaksi. Oleh karena itu, diperlukan analisis terhadap komposisi visual unggahan Instagram INALUM edisi Februari 2025 untuk memahami sejauh mana penerapan rule of thirds telah dilakukan dan

bagaimana dampaknya terhadap daya tarik visual akun tersebut. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi tim media sosial PT INALUM dalam mengoptimalkan strategi visual mereka di Instagram, sehingga konten yang diunggah tidak hanya informatif tetapi juga memiliki daya tarik estetika yang lebih kuat bagi audiens.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif. Pendekatan ini digunakan untuk menggambarkan dan memahami strategi komunikasi visual INALUM melalui konten Instagram-nya dalam membangun citra perusahaan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis komposisi rule of Thirds pada akun Instagram @inalum untuk meningkatkan daya tarik visual edisi Februari 2025 berfokus pada karya visual yang menampilkan edukasi industri aluminium, program CSR, keberlanjutan lingkungan, dan perayaan hari besar atau event perusahaan dengan estetika dan visual yang menarik. PT INALUM mengandalkan platform Instagram

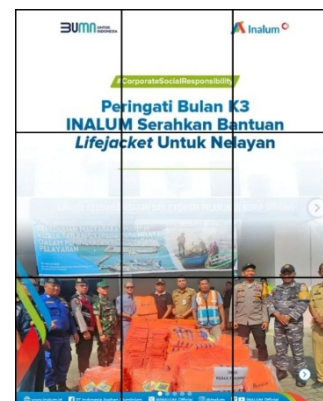
untuk menyampaikan informasi kepada publik dengan cara yang lebih menarik dan interaktif. Melalui unggahan yang mengedepankan komposisi visual yang menarik. Dalam edisi Februari 2025, akun Instagram @inalum membagikan 11 postingan di Instagram yang berisi edukasi industri aluminium, penghargaan perusahaan, konten interaktif, dan reels singkat.



Pada postingan ini, pekerja dengan clipboard yang menjadi subjek utama diletakkan di sisi kiri, mendekati salah satu titik persimpangan rule of thirds, sehingga secara alami menarik perhatian audiens. Latar belakang yang menampilkan tumpukan aluminium batangan membentuk garis diagonal yang mengarah ke pekerja, membantu membimbing pandangan audiens ke elemen utama. Sementara itu, teks dan logo INALUM ditempatkan di bagian bawah kanan dalam ruang kosong yang seimbang, memastikan keterbacaan tanpa mengganggu elemen visual utama.

Komposisi ini memberikan pengalaman yang nyaman bagi mata audiens.

Peletakan subjek di kiri dan teks di kanan menciptakan komposisi asimetris yang lebih dinamis dibandingkan tata letak terpusat. Arah pandangan pekerja yang tertuju ke clipboard secara tidak langsung mengarahkan perhatian audiens ke teks, menciptakan koneksi visual antara gambar dan pesan yang ingin disampaikan. Selain itu, penggunaan warna seragam pekerja dan aluminium yang dominan abu-abu memberikan kontras dengan logo serta teks berwarna biru dan merah, memastikan pesan tetap menonjol dan mudah dibaca.



Postingan 5 Februari 2025

Pada postingan ini, Komposisi gambar dibagi menjadi tiga bagian utama, yaitu bagian atas yang berisi teks dan logo, bagian tengah sebagai transisi visual, dan bagian bawah yang menampilkan foto utama

kegiatan. Teks utama yang bertuliskan “Peringati Bulan K3 INALUM Serahkan Bantuan Life Jacket untuk Nelayan” ditempatkan di bagian atas dengan latar putih, mengikuti garis horizontal atas rule of thirds, sehingga menjadi elemen pertama yang menarik perhatian audiens. Logo BUMN dan INALUM di sudut atas, serta hashtag #CorporateSocialResponsibility, juga ditempatkan secara strategis agar tetap terlihat tanpa mengganggu elemen utama lainnya.

Di bagian tengah, terdapat transisi visual berupa efek transparan yang secara perlahan memudar ke arah foto utama, membantu mengarahkan perhatian audiens ke bagian bawah gambar. Selain itu, garis hijau horizontal yang tipis berfungsi sebagai pemisah visual antara teks dan gambar utama, menciptakan keseimbangan yang lebih baik dalam komposisi. Sementara itu, pada bagian bawah gambar, subjek utama, yaitu kelompok penerima bantuan, ditempatkan pada bagian bawah dua pertiga gambar, mengikuti garis horizontal bawah rule of thirds. Tumpukan life jacket orange, yang menjadi focal point utama, diletakkan

di bagian depan dan tengah gambar, berada di dekat titik persimpangan rule of thirds, sehingga secara alami menarik perhatian audiens.

Dari segi keseimbangan visual, unggahan ini memastikan tidak ada elemen yang terlalu mendominasi, sehingga keseluruhan gambar tetap harmonis. Pandangan mata audiens pertama kali tertuju pada teks utama di bagian atas, kemudian secara alami bergerak ke gambar utama di bawahnya, mengikuti cara alami manusia membaca gambar. Warna oranye pada life jacket juga menjadi elemen kontras yang membantu mengarahkan perhatian ke inti pesan unggahan, yaitu bantuan yang diberikan kepada nelayan.



Postingan 10 Februari 2025

Pada postingan ini, elemen-elemen utama telah disusun secara strategis sesuai dengan prinsip tersebut untuk memastikan keseimbangan dan keterbacaan. Pada bagian atas, elemen branding

seperti logo BUMN dan INALUM ditempatkan di sudut kiri dan kanan atas, mengikuti garis vertikal rule of thirds. Posisi ini menjaga ruang kosong yang cukup agar teks utama tetap menonjol tanpa terkesan sesak. Hashtag #QuizSeruINALUM, yang berfungsi sebagai pemicu interaksi audiens, ditempatkan mendekati salah satu titik persimpangan rule of thirds, yang secara alami menarik perhatian karena berada di area yang sering menjadi fokus mata pertama kali saat melihat suatu gambar.

Bagian tengah menjadi focal point utama, yaitu gambar uang kertas pecahan 100 rupiah tahun 1984. Elemen ini ditempatkan mengikuti garis horizontal atas rule of thirds, sehingga langsung menarik perhatian audiens setelah membaca judul kuis. Gambar ini memiliki kontras warna yang kuat dengan latar belakang biru, membantu memisahkan elemen utama dari elemen lainnya. Peletakan uang kertas di bagian tengah juga memberikan keseimbangan komposisi tanpa mengganggu alur pandangan dari atas ke bawah.

Pada bagian bawah, teks penjelasan dan opsi jawaban kuis ditempatkan dengan rapi mengikuti garis horizontal bawah rule of thirds,

sehingga mudah dibaca tanpa mengganggu keseimbangan visual keseluruhan. Pilihan jawaban (A, B, C, D) disejajarkan dalam kotak biru yang mencolok, memberikan struktur yang jelas dan meningkatkan kemudahan navigasi bagi audiens. Selain itu, gambar bendungan di bagian bawah memberikan konteks tambahan, memperkuat keterkaitan antara kuis dan industri yang dikelola oleh INALUM.



Postingan 18 Februari 2025

Pada postingan ini, bagian atas menggunakan latar belakang berwarna biru mendominasi dengan logo BUMN dan INALUM yang ditempatkan di sudut kanan atas. Posisi ini mengikuti prinsip rule of thirds, di mana elemen branding penting ditempatkan di garis vertikal kanan agar tetap terlihat jelas tanpa mengganggu elemen visual lainnya. Selain itu, adanya garis lengkung berwarna hijau, biru, dan merah di sisi kiri membantu memberikan keseimbangan visual serta

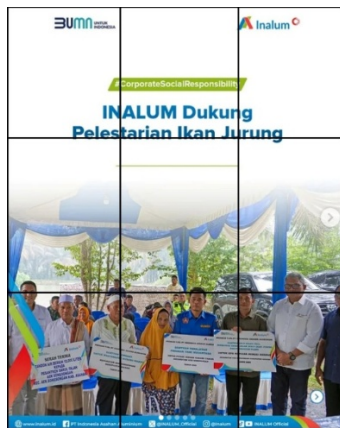
menciptakan dinamika dalam komposisi. Bentuk melengkung ini juga berfungsi mengarahkan mata audiens ke elemen utama di bagian tengah, memastikan fokus tetap pada informasi inti unggahan.

Bagian tengah menjadi titik fokus utama dalam gambar ini, terdiri dari tiga elemen penting, yaitu gambar produksi aluminium dengan forklift yang sedang mengangkat batangan aluminium, hashtag #INALUMUpdate, dan teks utama mengenai pencapaian produksi aluminium terbesar sepanjang sejarah 2024. Forklift dan operatornya ditempatkan di sepanjang garis vertikal kanan, yang sesuai dengan prinsip rule of thirds, sehingga menciptakan keseimbangan dan memberikan efek dinamis pada gambar. Peletakan ini secara alami mengarahkan pandangan audiens ke aktivitas produksi, mendukung pesan unggahan bahwa INALUM telah mencapai pencapaian penting dalam industri aluminium. Sementara itu, hashtag #INALUMUpdate dan teks utama ditempatkan di bagian bawah gambar produksi, sejajar dengan garis horizontal atas rule of thirds. Posisi ini memastikan bahwa informasi utama langsung terlihat oleh audiens tanpa mengganggu komposisi keseluruhan.

Warna merah pada hashtag juga menciptakan kontras yang kuat, menarik perhatian audiens agar langsung membaca informasi yang disampaikan.

Ada satu elemen yang terasa kurang selaras, yaitu tulisan "WHAT'S NEXT?". Secara komposisi, teks ini memang ditempatkan di sepanjang garis horizontal bawah sesuai dengan prinsip rule of thirds, namun secara desain dan estetika, keberadaannya justru mengganggu visual keseluruhan. Ketidaksesuaian ini muncul karena beberapa alasan. Pertama, bentuk kotak dengan latar belakang warna kuning-oranye tampak terlalu kontras dibandingkan dengan elemen lain dalam desain yang lebih bersih dan modern. Warna ini tidak memiliki kesinambungan dengan palet warna utama unggahan yang didominasi biru, putih, dan merah. Akibatnya, mata audiens bisa terdistraksi dari elemen utama, yaitu pencapaian produksi aluminium. Selain itu, ukuran teks yang cukup besar serta jenis font yang berbeda dengan teks utama membuatnya terasa terpisah dan tidak menyatu dengan desain keseluruhan. Kedua, elemen tangan yang menunjuk ke atas memang dirancang untuk

mengarahkan perhatian ke bagian ini, namun justru menambah kesan janggal karena tangan tersebut terlihat lebih realistis dibandingkan dengan elemen grafis lainnya. Alih-alih memperkuat pesan, kombinasi antara tangan dan kotak "WHAT'S NEXT?" malah menciptakan visual yang terasa tidak harmonis dan mengurangi profesionalitas desain.



Postingan 21 Februari 2025

Pada postingan ini, elemen-elemen penting seperti judul, subjek utama, dan papan informasi ditempatkan di sekitar garis-garis grid yang membagi gambar menjadi sembilan bagian. Judul "INALUM Dukung Pelestarian Ikan Jurung" terletak di bagian atas gambar, tepat di sepanjang garis horizontal atas, yang membantu memastikan bahwa pesan utama langsung terlihat oleh audiens. Penggunaan warna biru yang kontras dengan latar belakang putih semakin memperjelas tulisan

tersebut, sementara tagar #CorporateSocialResponsibility memberikan konteks tambahan mengenai tujuan kegiatan ini.

Di bagian bawah, fokus utama gambar adalah orang-orang yang menerima bantuan dan perwakilan INALUM. Mereka berdiri di sepanjang garis vertikal kiri dan kanan, dengan salah satu individu berbaju putih berada di titik perpotongan kanan bawah, yang merupakan salah satu titik fokus kuat dalam rule of thirds. Selain itu, papan informasi yang mereka pegang berada di sekitar garis horizontal bawah, yang juga merupakan area di mana mata manusia secara alami bergerak setelah melihat bagian atas. Penggunaan warna merah dan biru pada papan informasi membantu elemen ini tetap mencolok di tengah komposisi yang cukup ramai.

Meskipun prinsip rule of thirds sudah diterapkan, masih ada beberapa aspek yang bisa diperbaiki agar gambar lebih optimal. Salah satunya adalah kepadatan elemen di tengah gambar yang membuat mata kesulitan menemukan satu titik fokus utama. Selain itu, beberapa teks pada papan informasi terlihat tumpang tindih dengan elemen lain, yang

sedikit mengurangi keterbacaan. Komposisi bisa lebih seimbang jika individu berbaju putih (kemungkinan perwakilan INALUM) dipindahkan sedikit ke kanan atas, agar lebih dekat dengan titik perpotongan grid yang ideal. Selain itu, memberi lebih banyak ruang antara subjek dan papan informasi dapat membantu mengurangi kesan terlalu padat dan meningkatkan kejelasan pesan.



Postingan 21 Februari 2025

Pada postingan ini, penempatan elemen utama seperti judul, subjek manusia, dan informasi tambahan. Judul utama "PERSIAPKAN DIRI KAMU!! REKRUTMEN BERSAMA BUMN 2025" ditempatkan di bagian atas gambar, sejajar dengan garis horizontal atas, yang merupakan strategi efektif karena bagian ini menjadi titik pertama yang ditangkap oleh mata audiens. Pemilihan warna biru terang dengan kapitalisasi huruf

semakin memperkuat daya tarik visual dan memastikan keterbacaan yang baik. Namun, karena ukuran huruf cukup besar dan terdiri dari dua baris, judul tampak sedikit padat sehingga bisa diperbaiki dengan memberikan sedikit spasi antar baris atau membedakan warna untuk menciptakan hirarki visual yang lebih jelas.

Di bagian tengah gambar, terdapat sekelompok orang yang merepresentasikan berbagai sektor di BUMN. Mereka ditempatkan di sekitar garis vertikal tengah dan kanan, dengan individu berbaju putih berada di titik perpotongan kanan tengah, yang merupakan salah satu area fokus dalam rule of thirds. Ini membantu menarik perhatian audiens ke elemen utama. Selain itu, postur mereka yang saling berdekatan cukup mencerminkan semangat kebersamaan dalam rekrutmen BUMN.

Elemen pendukung seperti kotak "BULAN MARET" ditempatkan di bagian kiri bawah, sejajar dengan garis horizontal bawah, yang cukup efektif karena menampilkan informasi tanpa mengganggu elemen utama. Begitu pula dengan kotak "WASPADA PENIPUAN!", yang berisi peringatan

penting dan ditempatkan di area bawah tengah, berdekatan dengan titik perpotongan kiri bawah, sehingga cukup mencolok dan menarik perhatian, terutama dengan ikon segitiga peringatan berwarna kuning.



Postingan 25 Februari 2025

Pada postingan ini, Judul "Congratulations" ditempatkan di bagian atas gambar, mendekati garis horizontal atas, yang merupakan salah satu area strategis dalam rule of thirds. Pemilihan warna emas dengan efek 3D memberikan kontras yang baik terhadap latar belakang biru, sehingga menarik perhatian. Namun, posisinya masih sedikit terlalu ke tengah, yang membuatnya kurang maksimal dalam memanfaatkan titik perpotongan grid atas. Jika geser sedikit lebih ke atas, maka keseimbangan visualnya akan lebih baik.

Subjek utama dalam gambar adalah pria yang memegang trofi

penghargaan. Wajahnya berada dekat titik perpotongan kiri bawah, yang merupakan salah satu titik fokus kuat dalam rule of thirds. Penempatan ini cukup baik karena secara alami mata audiens akan tertarik ke subjek utama setelah membaca judul. Namun, posisi keseluruhan foto masih terasa agak terpusat, sehingga kurang memanfaatkan dinamika komposisi rule of thirds. Akan lebih ideal jika subjek ini digeser sedikit ke kanan atau kiri agar lebih menarik secara visual dan tidak terlalu statis.

Teks "Penghargaan Peringkat Emas & Penghargaan Proper Hijau" ditempatkan di bagian bawah gambar, mendekati garis horizontal bawah, yang merupakan area strategis dalam hierarki visual. Ini membantu audiens menangkap informasi penting setelah melihat elemen-elemen utama lainnya. Elemen dekoratif seperti confetti dan pita tersebar di beberapa bagian gambar, terutama di pojok kiri atas dan kanan bawah. Meskipun elemen ini menambah kesan perayaan, sebagian dari dekorasi tersebut tidak ditempatkan secara strategis dalam grid rule of thirds.



Postingan 27 Februari 2025

Pada postingan ini, judul utama "Aluminium Pada Mobil, Apa Kontribusinya?" ditempatkan di bagian atas, yang merupakan posisi strategis sesuai dengan prinsip rule of thirds. Kerangka mobil aluminium berada di tengah gambar, yang membuatnya mendominasi fokus visual, gambar tersebut menjadi elemen kedua yang menarik perhatian karena ukurannya yang dominan. Namun, karena posisinya terlalu tengah, mata cenderung langsung terpaku di situ, tanpa mengikuti alur yang lebih alami ke elemen lainnya. Selain itu, empat ikon informasi di bagian bawah sudah cukup sesuai dengan rule of thirds karena sejajar dengan garis vertikal pembagi gambar.

Bagian informasi dalam gambar ini terdiri dari empat poin utama yang menjelaskan kontribusi aluminium pada mobil, yaitu radiator,

kepala silinder, komponen mobil, dan ekosistem mobil listrik. Setiap informasi dilengkapi dengan ikon ilustratif serta teks penjelasan singkat, yang membantu audiens memahami peran aluminium dalam industri otomotif. Bagian bawah seharusnya menjadi fokus berikutnya, tetapi karena ukurannya kecil dibandingkan elemen lainnya, perhatian bisa tersendat. Ikon informasi bisa diperbesar agar lebih seimbang dengan elemen lainnya. Selain itu, garis dekoratif warna-warni di kanan bawah bisa dimanfaatkan lebih baik untuk membantu menciptakan keseimbangan visual. Dari segi desain, setiap informasi disajikan dalam format yang mudah dicerna, dengan ikon yang merepresentasikan masing-masing bagian. Pemilihan warna hijau sebagai penanda checklist.



Postingan 28 februari 2025

Penerapan rule of thirds dalam gambar ini cukup efektif dalam mengarahkan fokus audiens ke elemen-elemen utama. Komposisi gambar dibagi menjadi sembilan bagian, di mana pembicara sebagai subjek utama ditempatkan mendekati titik perpotongan kiri-tengah, sehingga secara visual menarik perhatian. Gestur tangannya yang aktif semakin memperkuat posisinya sebagai fokus utama dalam komunikasi visual. Selain itu, audiens yang duduk di bagian bawah frame menciptakan perspektif mendalam, mengarahkan mata penonton untuk mengikuti arah pandangan mereka ke arah pembicara.

Elemen teks dalam gambar ditempatkan di bagian atas, sejajar dengan garis horizontal atas dalam grid rule of thirds. Hal ini memberikan hierarki visual yang baik, di mana teks menjadi informasi pertama yang dibaca sebelum perhatian beralih ke pembicara.

Hashtag #CorporateSocialResponsibility dengan warna hijau kontras juga ditempatkan strategis untuk menarik perhatian tanpa mengganggu elemen utama lainnya. Dari segi warna, dominasi biru memberikan kesan profesional dan selaras dengan

branding INALUM, sementara aksent hijau dan kuning digunakan untuk menyoroti informasi penting.

D. Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada Analisis Komposisi Rule of Thirds pada Akun Instagram @INALUM untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual Edisi Februari 2025, dengan tujuan memahami bagaimana prinsip komposisi visual dapat meningkatkan efektivitas komunikasi digital perusahaan. Dalam era digital yang semakin kompetitif, daya tarik visual menjadi faktor utama dalam membangun interaksi dengan audiens. Sebagai perusahaan industri aluminium yang aktif di media sosial, INALUM mengandalkan Instagram sebagai platform utama untuk menyampaikan informasi perusahaan, program keberlanjutan, CSR, serta edukasi industri. Dengan demikian, strategi visual yang kuat sangat diperlukan untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mudah dipahami oleh audiens.

Salah satu teknik komposisi yang diterapkan adalah Rule of Thirds, yaitu metode pembagian bidang visual menjadi sembilan

bagian dengan dua garis horizontal dan dua garis vertikal. Penerapan teknik ini dalam desain Instagram INALUM terbukti mampu menciptakan keseimbangan visual, mengarahkan perhatian audiens ke elemen utama, serta meningkatkan estetika konten. Dengan menempatkan objek utama di sepanjang garis atau titik pertemuan dalam grid Rule of Thirds, konten menjadi lebih dinamis, tidak monoton, dan lebih efektif dalam menarik perhatian pengguna Instagram. Penggunaan teknik ini diharapkan dapat meningkatkan engagement, baik dalam bentuk like, komentar, maupun share, yang berkontribusi pada pertumbuhan akun Instagram INALUM.

Namun, meskipun Rule of Thirds memberikan manfaat dalam meningkatkan daya tarik visual, penerapannya juga memiliki beberapa tantangan dan biaya yang harus diperhitungkan. Dari sisi cost analysis, penerapan teknik ini memerlukan pelatihan bagi tim media sosial agar mampu mengaplikasikan komposisi secara konsisten dan efektif. Selain itu, perlu adanya investasi dalam perangkat lunak desain profesional dan alat produksi konten visual berkualitas tinggi agar hasil yang

didapat lebih maksimal. Dari segi efisiensi waktu, proses perencanaan dan produksi konten dengan penerapan Rule of Thirds cenderung lebih kompleks dibandingkan dengan desain konvensional, karena membutuhkan penyesuaian tata letak, revisi yang lebih teliti, serta pengujian efektivitas visual sebelum dipublikasikan. Selain itu, penerapan Rule of Thirds juga menghadapi tantangan dalam menjaga identitas visual perusahaan. Meskipun teknik ini dapat meningkatkan estetika, tidak semua jenis konten cocok menggunakan Rule of Thirds, terutama konten berbasis teks seperti infografis atau pengumuman resmi yang membutuhkan tata letak lebih simetris dan terstruktur. Hal ini berarti INALUM harus cermat dalam mengkombinasikan Rule of Thirds dengan elemen desain lainnya agar tetap selaras dengan identitas brand yang telah dibangun sebelumnya.

Meskipun terdapat tantangan dan biaya yang harus diperhitungkan, manfaat yang dihasilkan dari penerapan Rule of Thirds jauh lebih besar jika diterapkan dengan strategi yang tepat. Dengan penggunaan template yang sudah disusun sesuai dengan Rule of Thirds, perencanaan

konten yang lebih efisien, serta kombinasi visual yang menarik dengan strategi engagement audiens, INALUM dapat memaksimalkan potensi media sosialnya tanpa mengeluarkan biaya berlebihan.

Pada akhirnya, penerapan Rule of Thirds bukan hanya sekedar teknik desain, tetapi juga merupakan investasi strategis dalam membangun identitas digital yang lebih kuat, profesional, dan relevan di era digital. Dengan pengelolaan yang baik, teknik ini dapat membantu INALUM meningkatkan daya tarik visual, mempertahankan audiens yang lebih loyal, serta memperkuat citra perusahaan sebagai entitas yang inovatif dan adaptif dalam komunikasi digitalnya. Keberhasilan dalam mengoptimalkan Rule of Thirds dapat menjadi contoh bagi strategi visual media sosial INALUM ke depannya, sehingga perusahaan dapat terus berkembang dan bersaing dalam lanskap digital yang semakin dinamis.

DAFTAR PUSTAKA

Alyatalatthaf, M. D. (2023). *VISUALISASI DESAIN INTERIOR INSPACE STUDIO MELALUI TEKNIK KOMPOSISI LEADING LINES DAN THE RULE OF THIRDS.*

Specta: Journal of Photography Arts and Media.

Erlyana, Y. (2017). PERAN KOMPOSISI PADA FOTO EDITORIAL DISNEY DREAM PORTRAIT SERIES— KARYA ANNIE LEIBOVITZ. *Jurnal Dimensi DKV : Seni Rupa dan Desain.*

ERWIN ERWIN, K. T. (2020). PENERAPAN FOOD PHOTOGRAPHY DI RUBRIK KULINER MAKASSARTERKINI.ID. *Jurnal Wahsiyah.*

Ruhimat, M. R. (2024). Analisis Komposisi Fotografi dalam Foto Makanan sebagai Media Komunikasi Visual. *Karya Ilmiah Mahasiswa Bertauhid*

Tulus Rega Wahyuni Esiyansyah, E. S. (2020). Analisis Komposisi Fotografi Pada Seri Foto Wanderlust Karya Steve Mccurry. *CandraRupa : Journal of Arts, Design, and Media .*