

PERANCANGAN *GRAPHIC STANDARD MANUAL* MEDIA SOSIAL PADA INSTAGRAM SMA NEGERI 3 KOTA CIREBON

Andika Adi Pratama¹, Abdul Basith², Galih Mandala Putra³, Abdun Wijaya⁴

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas Catur Insan Cendekia Cirebon

Jl. Kesambi 22, Kota Cirebon, 45133, Jawa Barat, Indonesia

e-mail : andika.pratama.dkv.21@cic.ac.id¹, abdul.basith.dkv21@cic.ac.id², galih.putra@cic.ac.id³,
abdun.wijaya@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Perancangan *Graphic Standard Manual* Media Sosial Pada Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon dilakukan untuk mengatasi permasalahan kurangnya daya tarik *visual graphic* dan kurangnya perkembangan konten digital pada akun Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon. Perancangan ini bertujuan untuk standarisasi *visual graphic* yang sesuai dengan *brand image* SMA Negeri 3 Kota Cirebon sehingga dapat meningkatkan visibilitas *brand image* pada media sosial dan menarik minat calon peserta didik atau wali murid calon peserta didik. Perancangan ini menggunakan pendekatan kualitatif dan metode *design thinking* yang memiliki lima tahapan: *Empetize, Define, Ideate, Prototype, dan Test*. Dengan adanya Perancangan Konten Digital Pada Sosial Media Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon, diharapkan dapat membantu meningkatkan visibilitas *brand image* dan reputasi SMA Negeri 3 Kota Cirebon di mata umum dan meningkatkan partisipasi siswa serta masyarakat dalam kegiatan dan program SMA Negeri 3 Kota Cirebon.

Kata Kunci: *Graphic Standard Manual, Media Sosial, visual graphic, brand image.*

ABSTRACT

The design of Social Media Graphic Standard Manual on Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon was carried out to overcome the problem of lack of visual graphic appeal and lack of digital content development on the Instagram account of SMA Negeri 3 Kota Cirebon. This design aims to standardize visual graphics in accordance with the brand image of SMA Negeri 3 Kota Cirebon so that it can increase the visibility of brand image on social media and attract the interest of prospective students or guardians of prospective students. This design uses a qualitative approach and design thinking method which has five stages: Empetize, Define, Ideate, Prototype, and Test. With the design of a social media Graphic Standard Manual on Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon, it is hoped that it can help increase the visibility of the brand image and reputation of SMA Negeri 3 Kota Cirebon in the eyes of the public and increase student and community participation in SMA Negeri 3 Kota Cirebon activities and programs.

Keywords: *Graphic Standard Manual, Social Media, visual graphic, brand image.*

1. PENDAHULUAN

Ketika orang tua atau wali murid akan memilih sekolah untuk anaknya, sekolah seperti apa dan bagaimana sekolah tersebut dikenal oleh masyarakat luas adalah hal yang pasti dilakukan setiap orang tua atau wali murid. Oleh karena itu *brand image* dari sekolah tersebut haruslah dapat terjaga konsistensinya dengan menyusun *graphic standard manual*.

Menurut Rustan (2009) dalam Damara (2019), *Graphic Standard Manual* berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan untuk menjaga konsistensi *brand image* mereka. Dengan mengikuti panduan ini, perusahaan dapat memastikan bahwa standar tampilan mereka tetap terjaga dan tidak mengalami perubahan yang dapat mempengaruhi identitas visual perusahaan.

Media sosial sendiri adalah alat komunikasi yang digunakan untuk berinteraksi dengan sesama pengguna media sosial, bekerja sama, berbagi informasi serta merepresentasikan diri (Nasrullah, 2016). Media sosial menawarkan kebebasan bagi penggunanya untuk menyebarkan informasi dan berinteraksi. Penggunaan media sosial tidak memerlukan biaya yang besar bahkan gratis. Media sosial memberikan akses yang mudah kepada para penggunanya untuk berinteraksi atau membagikan informasi.

Konten digital memiliki dampak yang signifikan dalam media sosial, di mana jejaring dan penyebaran informasi tentang produk atau konten dapat menghasilkan kreativitas dan inovasi untuk mengatasi berbagai masalah. Publikasi konten digital di platform media sosial seperti Instagram, dengan konsistensi dan relevansi yang tepat, dapat meningkatkan pemahaman akan merek sekolah. Ini akan membantu membangun *Brand image* yang kuat, menarik minat calon siswa dan orang tua atau wali murid, serta meningkatkan visibilitas sekolah di mata masyarakat.

Lembaga pendidikan yang menjadi studi kasus pada proyek ini adalah SMA Negeri 3 Kota Cirebon. Hal yang menjadi *concern* pihak sekolah dalam proyek ini adalah sebagai sarana pengenalan dan promosi untuk calon peserta didik dan wali murid calon peserta didik sehingga dapat meningkatkan minat mereka untuk mendaftar ke SMA Negeri 3 Kota Cirebon.

Menurut data yang diambil saat wawancara, observasi dan kuisioner yang disebar secara online pada SMA Negeri 3 Kota Cirebon sebagai objek sebagai studi kasus pada proyek ini, dihasilkan bahwa SMA Negeri 3 Kota Cirebon memiliki keunggulan dalam ekstra kulikuler yang banyak menorehkan prestasi tetapi memiliki kekurangan dalam mengeksplor kegiatan yang dirancang masih kurang menarik. Untuk menjadi aset dokumentasi sekolah, seharusnya kualitas dapat ditingkatkan menjadi lebih baik lagi.

SMA Negeri 3 Kota Cirebon kurang mengedepankan desain yang baik dan informatif pada tampilan atau konten promosinya pada media sosial seperti instagram. Kurangnya pemanfaatan dan mengesampingkan sarana media sosial seperti instagram menjadi hal yang sangat disayangkan, sehingga perlu adanya publikasi yang lebih meluas untuk *Brand image* sekolah tersebut.

2. METODE PERANCANGAN

Metode yang digunakan adalah metode *Design Thinking*. Metode *Design Thinking* menempatkan kebutuhan, keinginan, dan pengalaman pengguna sebagai pusat dari proses desain, sehingga solusi yang dihasilkan lebih relevan dan bermanfaat. Adapun tahap-tahap metode design thinking:

1. Tahap *Empetize*

Pada proses ini bertujuan untuk menyajikan perspektif subjek yang ingin ditangani oleh desain yang sedang dibuat. *Emphasize* diperlukan untuk menganalisis masalah dan apa yang berarti bagi penerima manfaat dan dapat diterima dengan baik.

Penulis melakukan pendekatan dengan mengobservasi secara langsung ke lapangan dan menemukan bahwa kebanyakan siswa sekolah mengikuti kegiatan-kegiatan ekstrakurikuler, dan tidak jarang menghasilkan prestasi dari kegiatan ekstrakurikuler tersebut. Penulis juga melakukan wawancara terhadap Wakil Kepala Sekolah bagian Kurikulum dan admin instagram sekolah untuk menemukan masalah yang ada pada instagram sekolah. Sebagai data tambahan, penulis mengumpulkan kuesioner dari siswa untuk mencari tahu pandangan siswa tentang sekolah dan apa yang mereka pikirkan sebagai dasar menentukan *Brand Image*.

2. Tahap *Define*

Setelah data dikumpulkan pada tahap *empathize*, hasilnya diungkapkan dan diurutkan sehingga lebih fokus pada satu masalah. Menggambarkan permasalahan yang ditemui pada tahap *empathize* dan mempersempit pembahasannya, maka akan memicu ide-ide solutif yang tepat dan mendalam.

Penulis menemukan beberapa masalah pada instagram sekolah dan memfokuskan masalah tersebut menjadi 2 masalah utama, yaitu :

1. Tidak adanya standarisasi bagi *graphic visual* pada instagram sekolah.
2. *Graphic visual* instagram yang kurang menarik dan tidak sesuai dengan *brand image* sekolah.

3. Tahap *Ideate*

Tujuan dari tahap ini adalah untuk melihat masalah dan menemukan solusi yang kuat dan mudah dimengerti oleh masyarakat. Penulis merancang solusi dari masalah yang muncul, sebagai berikut :

- a. Merancang *Graphic Standard Manual* sebagai dasar standarisasi *graphic visual* instagram SMA N 3 Kota Cirebon.
- b. Merancang *asset visual/template feeds* dan *filter story* dengan standarisasi *graphic visual* instagram yang menarik dan sesuai dengan *brand image* sekolah, serta *icon highlight* dan *icon filter* sebagai penunjang *filter story* sebelumnya.

4. Tahap *Prototype*

Tahap *Prototype* adalah penggunaan ide-ide yang telah dikembangkan di tahap sebelumnya. Tahap *Prototype* mencakup mengidentifikasi kesalahan atau kekurangan desain selama proses eksekusi.

Penulis mulai dengan merancang sketsa dari *asset visual/template* yang sudah ditentukan sesuai dengan ilmu DKV yang akan digunakan, lalu mendesain secara digital sketsa yang sudah dibuat dan menyesuaikan dengan kebutuhan desain yang sudah ditentukan.

5. Tahap *Prototype*

Produk atau desain akan diuji dan dinilai oleh masyarakat, tahap terakhir dari proses pemikiran desain. Proses ini ditandai dengan interaksi antara pengguna dan desainer. Tahap ini memberikan kesempatan untuk memperbaiki solusi dan membuat produk atau desain menjadi lebih baik.

Penulis melakukan uji coba atau *demo day* kepada Wakil Kepala Sekolah dan admin instagram dengan menjelaskan apa saja *asset visual/template* yang telah dirancang dan menjelaskan tentang cara penggunaan *asset visual/template* yang telah dipaparkan sebelumnya. Penulis meminta tanggapan tentang hasil perancangan yang telah dijelaskan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Penjaringan Ide Visual

Untuk menyelesaikan permasalahan yang muncul pada instagram SMA N 3 Kota Cirebon yaitu terkait tidak adanya standarisasi *graphic visual* yang menarik dan sesuai dengan *brand image* sekolah, maka ide ini dirancang untuk membuat *Graphic Standard Manual* yang berisi panduan penggunaan aset *visual/template* konten digital instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon.

3.2. Final Desain

1. Desain Filter Instagram



Gambar 1. Desain Filter Instagram
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

2. Desain Icon Highlight



Gambar 2. Desain Filter Instagram
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

3. Desain Icon Filter Instagram



Gambar 3. Desain Filter Instagram
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

4. Desain Feed Perayaan Hari Besar



Gambar 4. Desain Feed Perayaan Hari Besar
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

5. Desain Feed Info Menarik



Gambar 5. Desain Feed Info Menarik
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

6. Desain Feed Promosi



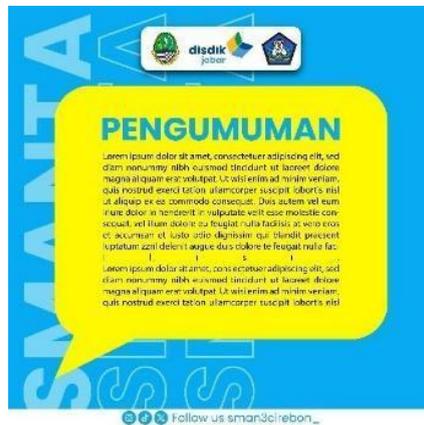
Gambar 6. Desain Feed Promosi
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

7. Desain Feed Dokumentasi Kegiatan



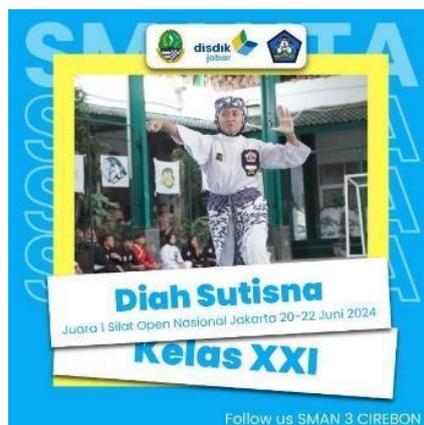
Gambar 7. Desain Feed Dokumentasi Kegiatan
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

8. Desain Feed Pengumuman



Gambar 8. Desain Feed Pengumuman
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

9. Desain Feed Prestasi



Gambar 9. Desain Feed Prestasi
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

10. GSM (Graphic Standard Manual)



Gambar 10. Desain Graphic Standard Manual
Sumber : Dokumentasi Penulis, 2024

Graphic Standard Manual berfungsi sebagai pedoman bagi perusahaan untuk menjaga konsistensi identitas visual mereka. Dengan mengikuti panduan, perusahaan dapat memastikan bahwa standar tampilan tetap terjaga dan tidak mengalami perubahan yang dapat mempengaruhi identitas visual perusahaan.

4. KESIMPULAN

4.1. Kesimpulan

Admin instagram sekolah dapat mengolah *template* desain dengan baik saat tahap pengujian. Aset visual/*template* yang dihasilkan adalah feeds instagram dan filter story instagram. Kedepannya, admin instagram sekolah perlu menjadwalkan postingan yang akan diadakan kedepannya. Dengan berjalannya perancangan ini, maka kemungkinan *graphic visual* instagram sekolah akan memiliki standarisasi yang menarik dan mencapai brand image sekolah seiring berjalannya waktu.

4.2. Saran

Proses perancangan proyek DKV dengan judul “Perancangan *Graphic Standard Manual* Media Sosial pada Instagram SMA Negeri 3 Kota Cirebon memberikan saran terkait perancangan ini. Peneliti dapat melakukan riset yang lebih mendalam mengenai *brand image* yang sesuai dengan SMA Negeri 3 Kota Cirebon. Peneliti dapat membuat ilustrasi digital yang sesuai dengan style yang sebelumnya sudah dirancang untuk menunjang desain lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal :

Fitri, A. P. N., & Wibawa, M. (2023). Perancangan feed Instagram sebagai konten media promosi Taman Baca Zahra. *Gestalt : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1): 15-24.



- Hartanto, L. C., Pascarina, P. A., Swastika, G. L. D. dkk. (2022). Perancangan Media Sosial Instagram Untuk Memberdayakan Lsm Lingkungan Hidup. *SHARE: Journal of Service Learning*, 8(1): 65-72.
- Jiwantono, A., Natadjaja, L., & Kurniawan, D. (2021). Perancangan Desain Konten Sosial Media Tentang Sepak Bola Melalui Instagram Berbasis Microblog. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18).
- Nurdiansyah, F., & Mulyana, T. (2023). Perancangan Visual Graphic Standard Manual Untuk Logo Semarcold. *Jurnal Desain - Kajian Bidang Penelitian Desain*, 3(2): 489-503.

Skripsi :

- Maharani, E. N., & Martin, F. V. (2023). Perancangan Konten Digital Pada Media Sosial Instagram Sma Negeri 1 Sumberjaya Kabupaten Majalengka (Proyek Desain Komunikasi Visual, Universitas Catur Insan Cendekia).
- Anggraeni, S. P. (2024). Perancangan Konten Digital Sma Islam Al-Azhar 5 Cirebon (Skripsi Sarjana, Universitas Catur Insan Cendekia).
- Kusumadewi, R. (2023). Penggunaan Design Thinking Untuk Perancangan Brand Guideline, Content Pillar, Dan Content Calendar (Skripsi Sarjana, Universitas Padjadjaran).
- Goenawa, F. M. F. (2021). Perancangan Media Promosi Instagram Pada Galeri De La Macca Di Kota Makassar (Skripsi Sarjana, Institut Seni Indonesia Yogyakarta).
- Putri, H., & Pradnyanita, N. (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Baru (Skripsi Sarjana, Institut Desain Dan Bisnis Bali).
- Permana, E. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, Dan Warna Pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019 (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Medan).
- Ray, I., & Islam, A. (2022). Perancangan Brand Identity Dan Media Sosial Triversa Sebagai Sarana Untuk Meningkatkan Brand Awareness (Skripsi Sarjana, Universitas Negeri Surabaya).
- Adynata, Y. (2020). Perancangan Identitas Visual Pt Wijaya Multi Kontruksi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition (Skripsi Sarjana, Universitas X).

Sumber Web :

- Komposisi Desain Grafis Dan Prinsipnya. (2023, Mei 22). *Merdika Madiun*.
<https://Blog.Merdikamadiun.Com/2023/05/22/Komposisi-Desain-Grafis-Dan-Prinsipnya/>