

# PERANCANGAN KONTEN SOSIAL MEDIA INSTAGRAM PADA PERUSAHAAN KONVEKSI COTON.SEWINGCO

Ida Bagus Gede Indra Pramastha<sup>1</sup>, Eldiana Tri Narulita<sup>2</sup>, Gede Bayu Segara Putra<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah,  
Sumerta, Denpasar Timur

E-mail : [indraidabagus577@gmail.com](mailto:indraidabagus577@gmail.com)

## Abstrak

Industri kreatif saat ini menjadi salah satu industri yang sangat banyak digandrungi oleh generasi muda seperti agensi kreatif yang merupakan perusahaan yang menyediakan layanan dalam pengelolaan hal – hal kreatif. Contohnya pembuatan konten, image *brand*, video promosi, dan masih banyak lagi. Salah satunya dalam pengelolaan konten promosi atau yang biasa di sebut *Instagram Ads* yang sering sekali banyak di gunakan oleh para pembisnis dalam melakukan media untuk promosi, contohnya seperti perusahaan Coton.Sewingco. Perusahaan Coton.Sewingco merupakan sebuah perusahaan yang bergerak pada bidang fashion retail, Coton.Sewingco membuka peluang bagi para pecinta fashion dan bisnis clothing yang dimana perusahaan Coton.Sewingco menawari jasa produksi pakaian untuk dalam negeri maupun luar negeri. Keberadaan perusahaan Coton.Sewingco didasari oleh permasalahan kebanyakan perusahaan brand-brand clothing yang tidak bisa melakukan produksi karena minimnya vendor produksi yang permasalahan utamanya adalah dalam sistem waktu atau deadline produksi dan penciptaan produk yang tidak sesuai dengan kualitas yang diinginkan oleh setiap pengusaha brand clothing. Oleh sebab itu peran Coton.Sewingco sangat penting untuk memecahkan masalah yang dimiliki oleh para pengusaha dalam mengelola produksi perusahaannya. Dalam cara pemasaran jasa perusahaan Coton.Sewingco menggunakan pemasaran melalui media sosial yang didasari oleh karena media sosial sangat membantu dan mempermudah para pengusaha untuk memasarkan *brand identity* dari perusahaan tersebut serta media sosial memiliki jangkauan pemasaran yang sangat luas sehingga para pengusaha sangat diuntungkan oleh keberadaan media sosial tersebut. Hal ini didasari dari hasil pengumpulan data menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara langsung bersama klien untuk mengumpulkan data tentang permasalahan dan pemecahan masalah klien.

Kata Kunci: *Sosial Media, Fashion, Brand*

## Abstract

*The creative industry is currently one of the industries that is very popular with the younger generation, such as creative agencies which are companies that provide services in managing creative things. For example, content creation, brand image, promotional videos, and many more. One of them is managing promotional content or what is usually called Instagram Ads, which is often used by business people in conducting promotional media, for example the company Coton.Sewingco. The Coton.Sewingco company is a company that operates in the fashion retail sector, Coton.Sewingco opens up opportunities for fashion lovers and the clothing business where the Coton.Sewingco company offers clothing production services for domestic and overseas. The existence of the Coton.Sewingco company is based on the problem of most brand clothing companies which cannot carry out production due to the lack of production vendors whose main problem is the time system or production deadline and product creation which does not match the quality desired by each clothing brand entrepreneur. Therefore, the role of Coton.Sewingco is very important in solving the problems that entrepreneurs have in managing their company's production. In marketing the company's services, Coton.Sewingco uses marketing through social media, which is based on the fact that social media is very helpful and makes it easier for entrepreneurs to market the brand identity of the company and social media has a very wide marketing reach so that entrepreneurs really benefit from the existence of media. the social. This is based on the results of data collection using qualitative methods by conducting direct interviews with clients to collect data about client problems and problem solving.*

Keywords: *Sosial Media, Fashion, Brand*

## PENDAHULUAN

---

Seiring perkembangan teknologi yang sangat pesat, maka semakin berkembang juga media yang digunakan untuk mempromosikan suatu produk atau jasa. Salah satu media yang dimana disebut sebagai konten sosial media yang dapat digunakan pada platform media sosial seperti *Instagram* dan *Facebook*. Platform ini digunakan untuk menampilkan sebuah produk atau iklan sebagai bahan dasar *personal branding*. Konten sosial media juga dapat berupa sebuah *photography*, desain dan *videography* yang dirancang sehingga memiliki nilai dan aspek estetika tersendiri untuk mempromosikan *personal branding* dari pengguna (user) dan produk yang ditawarkan kepada skala masyarakat global.

Perancangan Content Social Media Instagram Coton.sewingco yang dimana Instagram memiliki jangkauan yang luas serta system pemasaran yang di sediakan seperti Instagram Ads dan Meta Business yang mempermudah cara pemasaran personal branding pada social media Instagram, pada pengelolaan social media Instagram Coton.sewingco menggunakan system tersebut dalam metode pemasaran iklan content social media Coton.sewingco. Content yang akan di rancang untuk social media instagram coton.sewingco berupa content video reels instagram, instastory instagram., postingan Feed instagram yang berupa foto serta content edukasi dan iklan personal branding perusahaan coton.sewingco.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat seluruh dunia. Pendapat lain mengatakan bahwa media sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Pengertian media sosial adalah seperangkat alat komunikasi dan kolaborasi baru yang memungkinkan terjadinya berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi orang awam (Chris Borgan, 2010).

Semenjak munculnya akan hal tersebut masyarakat pun semakin mudah terhubung untuk saling berinteraksi. Mereka berkomunikasi, berperilaku, bekerja, dan berpikir sebagai masyarakat digital (digital native) (Rudyanto, 2018 :halaman-15). Media sosial memang telah memberikan fasilitas yang cukup untuk berbagi informasi dan pengetahuan. Terlepas dari persoalan tersebut, media sosial bisa digunakan untuk mencapai tujuan yang lebih besar. Sebagaimana diketahui bahwa media sosial merekam jejak dan menyimpan data dari percakapan ataupun komunikasi yang dilakukan menggunakan platform media sosial tersebut.

Berdasarkan data dan penjelasan diatas, diharapkan dengan adanya Program Magang / Praktik Kerja di semester ini mahasiswa dapat mempelajari digital marketing mulai dari bagaimana membentuk, operasional, pengelolaan sumber daya manusia, hingga proses kreatif yang dilakukan pada konten kreatif tersebut. Sehingga nantinya mahasiswa mampu membentuk atau mendirikan sebuah agensi kreatif dikemudian hari.

## **METODE**

Dalam proses mempelajari peran konten social media Instagram perusahaan Coton.Sweingco menggunakan metode pengumpulan data kualitatif. Melakukan observasi terhadap Perusahaan langsung dengan ikut serta dalam sistem manajemen perusahaan Coton.Sewingco. Dalam observasi ditemukan bahwa, manajemen atau mengatur suatu tim untuk menjalankan proyek sangat sulit. Harus memiliki komunikasi yang baik, memimpin proyek dengan baik, dan mengarahkan tim agar tidak terlewat dari Brand identity perusahaan tersebut. Selain observasi, wawancara juga dilakukan untuk mengetahui bagaimana manajemen perusahaan Coton.Sewingco ini berjalan seperti alur Pengembangan social Media Instagram yang melewati beberapa tahapan seperti menandatangani sebuah perjanjian agar tidak terjadi kesalah pahaman dan kurangnya komunikasi dengan Pemilik Perusahaan, merancang content , pencarian refrensi sebagai bentuk brand

identity, proyek dikerjakan, dan terakhir dipresentasikan kepada pemilik perusahaan Coton.Sewingco hingga di publikasikan melalui media sosial Instagram perusahaan. Selanjutnya melakukan metode partisipasi, pada perusahaan Coton.Sewingco memiliki tim diantaranya, *manager, head creative departement, sales marketing, dan vendor production team.*

Penulis turut serta dalam tim perusahaan Coton.sewingco sebagai desain grafis, video dan foto. Dengan ikut serta dalam tim, penulis lebih memahami bagaimana manajemen tim dengan baik, agar perancangan konten social media berjalan sesuai dengan baik dan tidak melenceng dari template yang sudah ada, dan Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan bahan berupa foto dan video untuk keperluan konten sosial media perusahaan Coton.Sewingco.

## PEMBAHASAN

Perusahaan Coton.Sewingco merupakan sebuah konveksi yang memproduksi berbagai macam jenis pakaian yang didirikan oleh Bapak Gusti Pri Agung Widnyana Putra yang berdiri pada tahun 2019. Konveksi ini memiliki target pasar jasa yang menargetkan brand – brand *clothing* yang ada di Bali ataupun luar Bali. Dari awal nya terbentuknya perusahaan Coton.Sewingco beredar di industri lokal Bali pada awal karirnya, saat ini pasar atau Jasa Coton.Sewingco juga sudah berkembang sampai ke luar bali, baik nasional, maupun ke luar negeri di beberapa negara seperti Jepang, Australia, Thailand, dll. Coton.Sewingco lebih menargetkan pemasaran Jasa berupa menjahit dan mensablon serta jasa pembuatan *pattern* dan desain, yang dimana target audiencenya lebih menuju kepada pengusaha brand clothingan. Awal mula Bisnis ini berkembang ke dalam bisnis jasa atau konveksi dikarenakan adanya permintaan yang tinggi pada rentang waktu tahun 2018 - 2019 awal.

Perusahaan Coton.Sewingco memberikan kualitas dan bahan yang premium dan kualitas produk sangat terjamin ketahanannya. Banyak brand – brand besar yang berada di Bali yang melakukan kerjasama bersama perusahaan konveksi Coton.Sewingco seperti brand

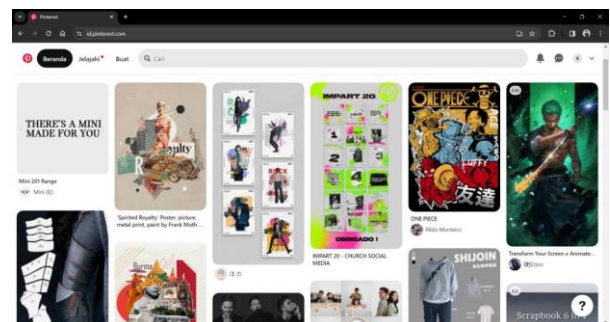
Onboardstore, Revolver Bali, Rutopia.ind, dan Native Brand.

## PERANCANGAN

Dalam perancangan Content Social Media Perusahaan Coton.Sewingco memerlukan beberapa visualisasi berupa Desain Dan Photography yang dimana dalam pembuatan content Coton.Sewingco, dua elemen tersebut di padukan menjadi satu kesatuan yang membentuk pesan dan nilai estetika. Adapun proses perancangan media terpilih dengan beberapa tahapan dan memperhatikan detail seperti :

### a. Mencari referensi

Satu hal yang dilakukan setelah mendapatkan klien, biasanya mencari referensi yang sesuai dengan klien butuhkan. Referensi digunakan untuk sebagai acuan kedepan untuk proyek tersebut. Mencari referensi dapat dilakukan di beberapa website seperti Pinterest, Youtube, Freepik, Instagram, Tiktok, Behance, dan lain – lain.



**Gambar 1.** Proses Pengambilan Referensi Content Coton.sewingco pada Aplikasi (Sumber: Pinterest, 2024)

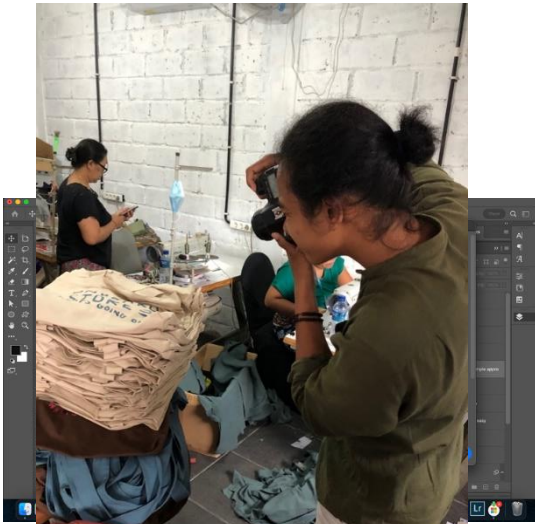
### b. Pengambilan *Footage*

Tahapan pengambilan *footage* atau pengambilan video dan foto untuk bahan feeds Instagram hingga video campaign atau video promosi sangat penting dilakukan. Setiap teknik pengambilan *footage* sangat berpengaruh terhadap suasana atau konsep yang sudah dibuat. Selain itu, identitas atau ciri khas dari klien juga harus diperhatikan agar lebih sesuai dan tidak melenceng dari konsep.

Pengambilan *footage* didukung oleh sarana prasarana seperti kamera, tripod, stabilizer, lighting, drone, microphone, dan yang paling penting adalah ide dan teknik pengambilan *footage* tersebut.

c. Proses Desain dan Editing

Setelah mendapat ide dan sudah



**Gambar 3.** Proses Desain dan Editing Coton.sewingco pada Aplikasi Adobe Photoshop

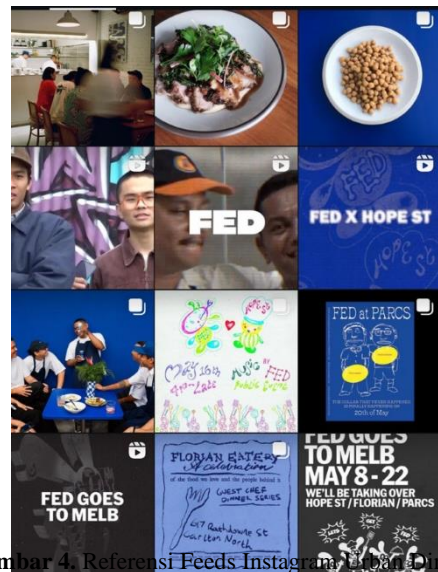
**Gambar 2.** Proses Pengambilan Referensi Content Coton.sewingco pada Aplikasi

(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

mengambil footage atau gambar yang dibutuhkan, selanjutnya adalah proses desain dan editing. Dengan menggunakan Photoshop sebagai software desain, dan Aplikasi VN sebagai software editing.

d. Desain

Desain dilakukan dengan konsep yang urban dinamis seperti yang diminati oleh klien. Dengan menggunakan warna – warna yang sesuai dengan warna dari logo Coton.Sewingco, dan ditambah foto yang sudah diambil sebelumnya. Berikut adalah contoh dari urban dinamis :



**Gambar 4.** Referensi Feeds Instagram Urban Dinamis

(Sumber: Instagram/Fedbymade, 2024)  
**Gambar 4.** Desain Promosi Untuk Konveksi (Coton .Sewingco) milik perusahaan Rutopia.ind (Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

**TAMPILAN CONTENT SOCIAL MEDIA**

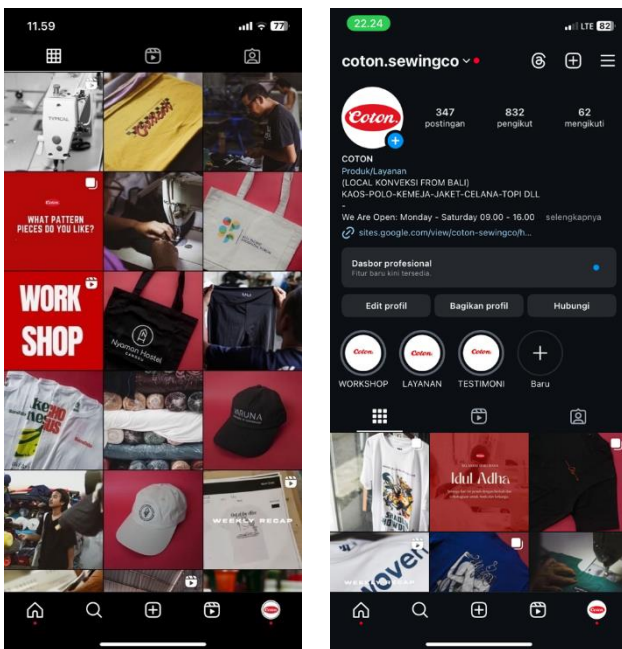
Berikut merupakan beberapa project Content Social Media Perusahaan Coton.sewingco yang berupa foto:





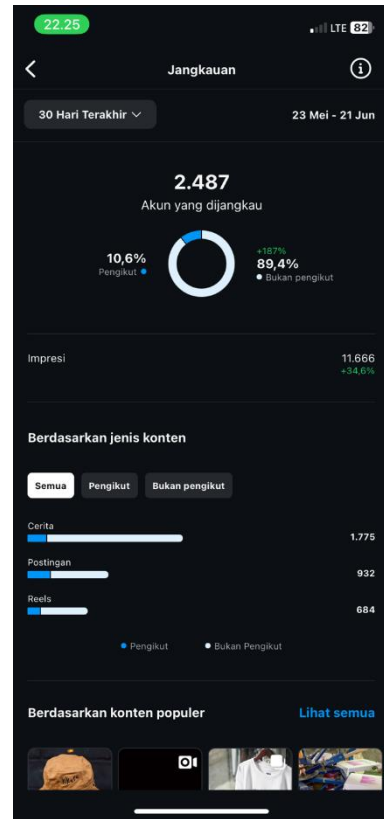
**Gambar 5.** Foto Catalog flatley merah dan foto aktivitas Coton.Sewingco  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

### Hasil Pengaplikasian



**Gambar 6.** Hasil content Social Media Instagram perusahaan Coton.Sewingco  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

### Hasil Dari Dashboard Profesional Instagram Ads



**Gambar 7.** Hasil content Social Media Instagram perusahaan Coton.Sewingco  
(Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2024)

### KESIMPULAN

Social media saat ini menjadi salah satu platform yang sangat banyak digunakan oleh generasi muda dan para pembisnis saat ini. Social media ini akan terus berfokus untuk memberdayakan daya cipta dan daya kreasi suatu individu dalam membangun personal branding. Ada beberapa jenis konten yang termasuk dalam konten social media, photography, vidography, desain grafis, musik merupakan salah satu jenis bagian dari sebuah konten social media yang berkaitan erat dengan kegiatan kreatif seperti desain grafis, interior, hingga produk.

Dalam proses perancangan Content Sosial Media Pada Perusahaan Coton.sewingco Sebagai Content Creator yang dimana dapat membantu menonjolkan Brand identity untuk memperluas jangkauan pemasaran agar mencapai target pasar yang di inginkan untuk mensukseskan kestabilan

marketing perusahaan dalam bersaing di dunia industry fashion maka dalam proses perancangan content social media perusahaan cotton.sewingco menggunakan bentuk visual berupa photography yang dimana pada setiap perancangan content digitalnya menggunakan perpaduan photography dan typography yang di bentuk menjadi sebuah desain yang mengandung unsur brand identity dan pesan yang akan di sampaikan pada target audience.

Kesimpulannya adalah selama mengikuti program Magang/Praktik Kerja di Perusahaan Cotton.sewingco, penulis mampu mengetahui bagaimana manajemen perusahaan seperti konveks dan brand clothing yang bergerak di bidang industri fashion. Mulai dari menemukan calon klien, menerima proyek dari klien hingga menyelesaikan, sampai akhirnya di publikasikan pada media sosial yang dimiliki klien maupun media social perusahaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Prasetyo, Bambang. D & Nufian S. Febriani (2020), *Strategi Branding : Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*, UB Press, Malang.
- Madani, Alya. (26 Desember 2023), *Pengertian Industri Kreatif : Jenis, Contoh & Kebijakan Pemerintah*.  
<https://www.gramedia.com/literasi/industri-kreatif/>
- A'lawiyah, Indy. Nono Wibisono & Nugroho Hardiyanto (2021). *Proyek Perancangan Video Promosi sebagai Upaya untuk Meningkatkan Brand Awareness Kreuz Bike Indonesia di Instagram*. IRWNS. 2021
- Adithya, G. R., Dewi, A. K., dan Nuriarta, I. W. (2023). *Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 9 di Florto Studio*, *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 04(01), 68-75.
- Afrian, T., Rusli, E., & Arsita, A. (2018). "Foto Produk Amanda Griya Kebaya Dengan Elemen Pendukung Bangunan Cagar Budaya di Yogyakarta." *Specta: Journal of Photography, Arts, and Media*, 2(1).
- Adi, K., 2007, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Hardani, dkk, 2020, *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta, Yogyakarta.
- Ilmiah Pendidikan Profesi Guru, 2(2).
- Institut Seni Indonesia Denpasar, 2022, *Pedoman Penulisan Laporan Akhir Program Pembelajaran Merdeka Belajar-Kampus Merdeka Semester VI Insitut Seni Indonesia Denpasar Tahun 2022*. Insitut Seni Indonesia Denpasar, Denpasar.
- Poulin, R., 2011, *The Language of Graphic Design: An Illustrated Handbook for* Sebok, S. L., dkk, 2018, *DISCOVERING COMPUTER 2018: Digital Technology, Data, and*
- Tuck, K. (2010). *Commercial Photography Handbook*. Amherst Media.
- Tinarbuko, S., 2008, *Semio7ka Komunikasi Visual*, Jalansutra, Yogyakarta.
- Understanding Fundamental Desain Principles*, Rockport Publisher, Beverly.