

# PERANCANGAN *CONTENT PLAN* DAN KONTEN *INSTAGRAM* DI PIXLI STUDIO, GIANYAR

Yohana Agnesia Siregar<sup>1</sup>, I Nengah Sudika Negara<sup>2</sup>, I Kadek Jayendra Dwi Putra<sup>3</sup>

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Bali,  
Jl. Nusa Indah, Sumerta, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

Email : [hanaregar24@gmail.com](mailto:hanaregar24@gmail.com)

## Abstrak

Pixli Studio adalah sebuah studio kreatif yang berfokus pada produksi animasi, juga ilustrasi dan desain grafis yang mencakup pembuatan konten visual digital, khususnya desain media sosial dan branding. Salah satu kliennya adalah Sedana Putra Kontraktor, perusahaan yang bergerak di bidang konstruksi dan pengembangan properti di Bali, dengan fokus utama pada proyek perumahan dan infrastruktur. Sebagai perusahaan yang tengah berkembang, Sedana Putra Kontraktor membutuhkan strategi komunikasi visual yang efektif untuk memperkuat citra profesional melalui media sosial, khususnya *instagram*. Namun, postingan dalam *instagram* tersebut tidak terlihat konsisten satu sama lain. Oleh karena itu, dilakukan perancangan *content plan* dan desain *feed Instagram* sebagai upaya memperjelas identitas visual perusahaan sekaligus menjangkau audiens secara lebih luas. Proses perancangan dimulai dari tahapan observasi kebutuhan klien, perumusan pesan visual, penyusunan *content plan*, eksplorasi gaya desain, hingga finalisasi layout konten *feed* yang sesuai dengan karakteristik brand. Hasil dari perancangan ini adalah serangkaian desain *feed Instagram* yang terstruktur dan konsisten, yang dapat digunakan sebagai alat komunikasi visual perusahaan dalam menunjang strategi pemasaran digital. Melalui pendekatan ini, media sosial Sedana Putra Kontraktor diharapkan mampu menjadi kanal komunikasi yang lebih profesional, informatif, dan terarah.

**Kata kunci:** Content Plan, Desain Feed Instagram, Komunikasi Visual, Branding, Perusahaan Konstruksi

## Abstract

*Pixli Studio is a creative studio specializing in animation production, as well as illustration and graphic design, particularly in digital visual content for social media and branding. One of its clients is Sedana Putra Kontraktor, a construction and property development company based in Bali, primarily focused on residential and infrastructure projects. As a growing company, Sedana Putra Kontraktor requires an effective visual communication strategy to strengthen its professional image through social media, especially Instagram. However, the existing Instagram posts lacked visual consistency. Therefore, a content plan and Instagram feed design were developed to clarify the company's visual identity and broaden its audience reach. The design process involved identifying client needs, formulating visual messages, organizing the content plan, exploring design styles, and finalizing the layout to match the brand's characteristics. The final outcome is a series of structured and consistent Instagram feed designs that can serve as visual communication tools to support the company's digital marketing strategy. Through this approach, Sedana Putra Kontraktor's social media presence is expected to become more professional, informative, and targeted.*

**Keywords:** Content Plan, Instagram Feed Design, Visual Communication, Branding, Construction Company

## **PENDAHULUAN**

Di era digital saat ini, media sosial telah menjadi salah satu kanal utama dalam strategi pemasaran dan komunikasi merek. Platform seperti Instagram tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai wajah digital yang mencerminkan identitas dan profesionalisme sebuah perusahaan. Oleh karena itu, dibutuhkan perencanaan konten yang terstruktur agar pesan yang disampaikan dapat konsisten, menarik, dan relevan dengan audiens yang dituju. Salah satu metode yang umum digunakan adalah content plan, yaitu perencanaan sistematis yang mencakup jenis konten, waktu publikasi, serta tujuan komunikasi dari setiap unggahan di media sosial.

Pixli Studio merupakan sebuah studio kreatif yang berlokasi di Batubulan, Kabupaten Gianyar, Bali. Studio ini dikenal dengan spesialisasinya dalam bidang animasi dan ilustrasi, namun juga aktif dalam perancangan konten visual untuk media sosial dan pengembangan branding digital. Dalam proyek kreatifnya, Pixli Studio bekerja sama dengan berbagai klien, termasuk Sedana Putra Kontraktor, sebuah perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi dan arsitektur, dengan fokus pada perencanaan, desain, dan pembangunan properti di wilayah Bali.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang, Sedana Putra Kontraktor membutuhkan pengelolaan media sosial yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga konsisten dalam menyampaikan nilai dan karakter perusahaan. Berdasarkan observasi terhadap akun Instagram Sedana Putra Kontraktor, ditemukan bahwa unggahan yang ada belum memiliki pola visual dan naratif yang terarah. Ketidakkonsistenan ini berdampak pada kurang optimalnya akun tersebut dalam membangun citra profesional maupun dalam menjangkau audiens secara lebih luas.

Untuk menjawab tantangan tersebut, dilakukan proses perancangan content plan dan desain feed Instagram yang disesuaikan dengan karakteristik visual perusahaan. Tahapan perancangan meliputi identifikasi kebutuhan klien, penyusunan kalender konten, eksplorasi gaya visual, hingga produksi desain akhir yang siap digunakan. Proyek ini diharapkan mampu menghasilkan konten yang selaras dengan identitas visual perusahaan, sekaligus mendukung strategi pemasaran digital Sedana Putra Kontraktor secara lebih efektif dan profesional.

## **METODE PENELITIAN**

Dalam perancangan content plan dan konten Instagram untuk Sedana Putra Kontraktor, pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif. Proyek ini difokuskan untuk menghasilkan desain feed Instagram yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga selaras dengan identitas perusahaan dan mampu mendukung strategi komunikasi digital klien. Agar hasil perancangan dapat tepat sasaran, proses ini diawali dengan pengumpulan data yang diperoleh melalui sumber primer dan sekunder.

Adapun teknik pengumpulan data dilakukan sebagai berikut :

### **1. Observasi**

Observasi dilakukan secara partisipatif terhadap akun Instagram Sedana Putra Kontraktor, baik dari segi visual, konsistensi unggahan, maupun efektivitas komunikasi pesan. Observasi juga mencakup pengamatan terhadap brief yang diberikan oleh klien, serta pola komunikasi antara Pixli Studio dan Sedana Putra Kontraktor dalam menentukan arah desain. Selain itu, dilakukan pengamatan terhadap proses internal perancangan di studio, mulai dari brainstorming hingga revisi desain.

## 2. Wawancara

Wawancara dilakukan secara informal dengan mentor di Pixli Studio yang berperan sebagai koordinator proyek, untuk mendapatkan informasi tentang ekspektasi klien, standar desain yang digunakan, serta proses manajemen proyek di studio. Wawancara juga dilakukan dengan pihak klien, terutama saat melakukan konfirmasi content plan mingguan dan saat menerima revisi atau arahan desain.

## 3. Dokumentasi

Selama proses perancangan, dilakukan dokumentasi visual dalam bentuk tangkapan layar, hasil desain, revisi, serta contoh brief yang diberikan oleh klien. Dokumentasi ini berfungsi sebagai arsip kerja sekaligus bahan analisis untuk menilai perkembangan kualitas konten yang dirancang.

## 4. Kepustakaan

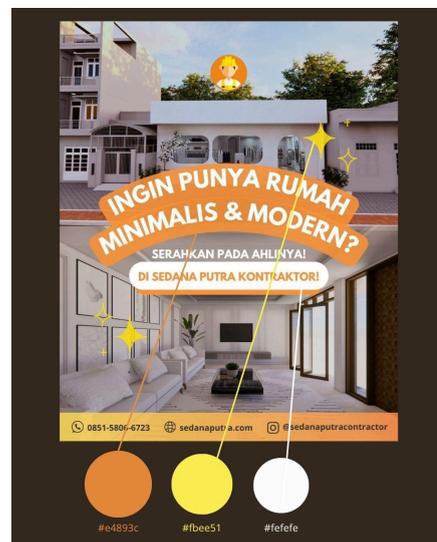
Kajian pustaka dilakukan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang teori komunikasi visual, strategi branding digital, serta konsep perencanaan konten di media sosial. Sumber data diperoleh dari buku, artikel jurnal, dan sumber daring yang kredibel seperti blog profesional dan studi kasus serupa dalam industri kreatif.

Analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat simpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun di dalam analisis ini, analisis data yang dilakukan menggunakan metode analisis Manga Matrix dan teori warna dengan memperhatikan psikologi warna.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Analisis Identitas Visual Klien

Dalam perancangan sebuah konten *instagram*, perlunya memahami identitas visual klien, Sedana Putra Kontraktor melalui logo, warna, font, dan gaya komunikasinya. Hasil analisis menunjukkan bahwa identitas visual klien belum sepenuhnya konsisten dalam unggahannya di *platform instagram*, sehingga dibutuhkan pembakuan elemen visual utama. Warna oranye, kuning, dan putih dipilih sebagai palet utama karena mencerminkan semangat, kepercayaan, dan kesan bersih yang sesuai dengan sektor konstruksi.



**Gambar 1 .** Instagram Post Sedana Putra Kontraktor menggunakan warna orange, putih dan kuning sesuai brand identity

(Sumber: Dokumentasi Yohana, 2025)

### 2. Penyusunan Content Plan

Content plan disusun untuk kurun waktu 1 minggu, mencakup 5-7 postingan yang terdiri atas tiga kategori utama: promosi layanan, edukasi konstruksi, dan peringatan hari besar. Setiap kategori memiliki tujuan komunikasi yang berbeda, dengan tone visual dan verbal yang disesuaikan. Format konten dirancang dalam bentuk carousel, poster tunggal, dan infografis untuk menjaga variasi dan keterlibatan audiens. Google Spreadsheets digunakan sebagai media kolaboratif antara desainer, project manager, dan supervisor untuk memastikan setiap tahapan produksi



dan horizontal untuk mengatur penempatan elemen-elemen visual dalam desain. Sistem ini sangat membantu dalam menciptakan tata letak yang terstruktur, rapi, dan konsisten, serta meningkatkan keterbacaan konten. pemahaman terhadap grid system menjadi bagian penting dalam proses produksi konten, karena tata letak yang baik berperan besar dalam menyampaikan pesan secara efektif. Pengaturan elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi sangat dipengaruhi oleh struktur grid yang digunakan. Dalam praktiknya, Pixli Studio kerap menerapkan hierarchical centralized grids, yaitu sistem grid yang menitikberatkan perhatian visual pada bagian tengah media. Penerapan ini bertujuan agar fokus utama dari desain baik itu teks utama, foto produk, maupun elemen visual lainnya dapat tersampaikan dengan lebih kuat kepada audiens. Penempatan elemen di tengah memberikan kesan fokus dan keseimbangan, serta memperjelas area yang paling penting untuk dilihat. Penggunaan grid system semacam ini terbukti efektif terutama dalam pembuatan konten edukasi/promosi di media sosial seperti Instagram, di mana audiens cenderung memperhatikan area tengah terlebih dahulu saat melihat sebuah postingan.

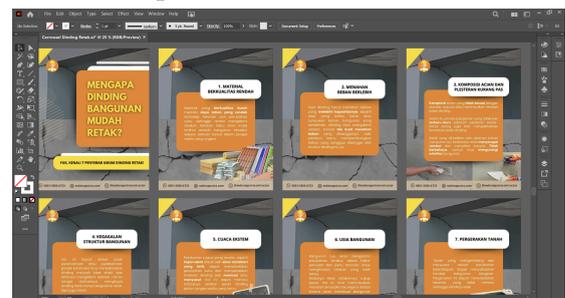


**Gambar 4.** Hierarchical Centralized Grid pada *Instagram Post* (sumber: Dokumentasi Yohana, 2025)

#### 4. Proses Desain dan Revisi

Setelah *content plan* dan konsep visual disetujui, tahapan selanjutnya adalah proses desain yang diawali dengan pembuatan layout visual menggunakan Adobe Illustrator. Setiap konten dirancang berdasarkan pedoman visual yang telah ditetapkan, mencakup elemen warna, tipografi, ikon, dan ilustrasi pendukung. Pemilihan tipografi dilakukan secara fleksibel: sans-serif untuk konten edukasi dan serif untuk konten promosi formal. Ikonografi sederhana dan ilustrasi ringan digunakan untuk mendukung penyampaian informasi secara menarik namun tetap profesional.

Setelah prototipe awal selesai, desain dipresentasikan dalam sesi evaluasi internal bersama tim kreatif Pixli Studio, kemudian dikirimkan kepada klien untuk ditinjau. Umpan balik dari klien menjadi acuan dalam penyempurnaan desain, yang umumnya berkaitan dengan penyesuaian diksi pada caption, pemilihan gaya ilustrasi, serta penyesuaian tone visual agar lebih relevan dengan target audiens berusia 25–50 tahun. Revisi dilakukan secara bertahap hingga mencapai desain final yang disetujui oleh kedua belah pihak.

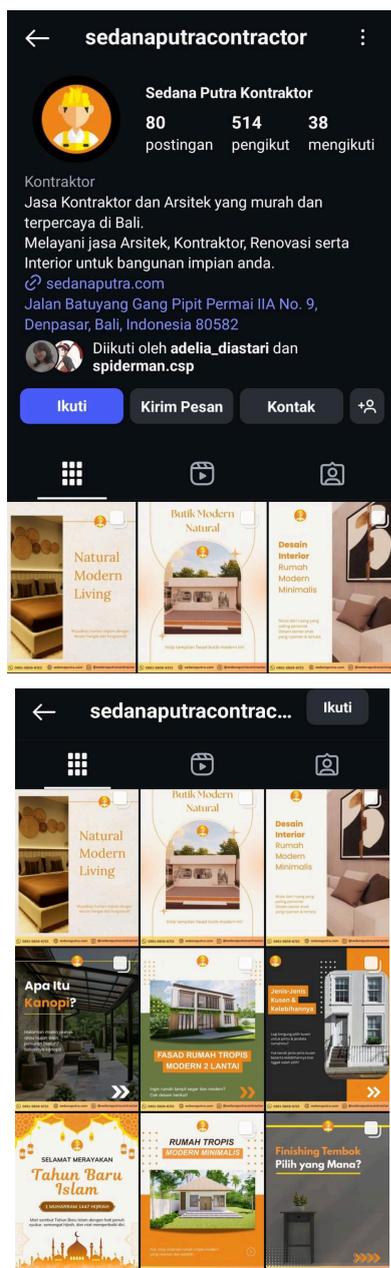


**Gambar 5.** Proses perancangan *carousel feed instagram* di Adobe Illustrator (sumber: Dokumentasi Yohana, 2025)

#### 5. Implementasi dan Hasil Akhir

Desain akhir yang telah disetujui kemudian diimplementasikan dalam bentuk 15 konten feed Instagram yang mencakup variasi format carousel, poster informatif, dan visual peringatan hari besar. Masing-masing konten telah dilengkapi dengan caption yang disesuaikan secara komunikatif, serta

dijadwalkan dalam kalender publikasi yang terorganisir. Implementasi konten dilakukan oleh pihak klien berdasarkan jadwal tersebut. Evaluasi hasil dilakukan dengan meninjau aspek keterbacaan, konsistensi visual, dan daya tarik estetis dari konten yang telah dipublikasikan. Dari hasil evaluasi internal dan umpan balik klien, diperoleh kesimpulan bahwa desain mampu meningkatkan kesan profesional dan memperkuat citra brand Sedana Putra Kontraktor di media sosial.



**Gambar 6.** Contoh hasil akhir perancangan konten *instagram* Sedana Putra Kontraktor (sumber: Dokumentasi Yohana, 2025)

## KESIMPULAN

Selama pelaksanaan program MBKM magang/praktik kerja di Pixli Studio, penulis mendapat tanggung jawab utama dalam merancang content plan dan desain konten Instagram untuk klien bernama Sedana Putra Kontraktor. Proses perancangan dimulai dari tahap penyusunan konsep bersama tim kreatif, dilanjutkan dengan pembagian tugas berdasarkan jenis konten, hingga tahap produksi dan revisi. Pengerjaan dilakukan secara digital menggunakan aplikasi desain seperti Adobe Illustrator. Setiap konten disesuaikan dengan karakteristik visual perusahaan, yaitu penggunaan warna oranye, kuning, dan putih, serta tipografi yang fleksibel untuk menciptakan tampilan profesional, informatif, dan menarik. Seluruh hasil desain melalui tahap review oleh supervisor dari Pixli Studio dan direvisi berdasarkan umpan balik klien.

Melalui kegiatan ini, penulis memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses perancangan media sosial secara profesional, serta mengasah keterampilan teknis desain dan komunikasi visual. Diharapkan, artikel ini dapat menjadi referensi bagi kegiatan serupa dalam ranah desain konten digital dan strategi promosi visual di media sosial.

## DAFTAR RUJUKAN

- Dasuki, I., & Wahid, U. 2020. *Penggunaan Instagram sebagai Media Komunikasi Pemasaran untuk Membangun Brand Awareness saat Pandemi Covid-19*. *PARAHITA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*. Diakses dari <https://www.parahita.web.id/index.php/parahita/article/view/49>
- Davidou, K. 2024. *Content Marketing Strategy and Development*. Diakses dari [https://www.researchgate.net/publication/386077687\\_Content\\_Marketing\\_Strategy\\_and\\_Dev](https://www.researchgate.net/publication/386077687_Content_Marketing_Strategy_and_Dev)

(PDF) Content Marketing Strategy and Development

Finy, B., & Gustina, R. 2020. *Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial, Jurnal Abdi Masyarakat, Vol. 5, no.2*. Diakses dari <https://publikasi.mercubuana.ac.id/index.php/jam/article/view/7536/3106>.

Halvorson, K., & Rach, M. 2012. *Content Strategy for the Web*. Berkeley, CA: New Riders. Diakses dari [https://books.google.co.id/books/about/Content\\_Strategy\\_for\\_the\\_Web.html?id=03t0jm2qrNsC&redir\\_esc=y](https://books.google.co.id/books/about/Content_Strategy_for_the_Web.html?id=03t0jm2qrNsC&redir_esc=y)

Stokes, M. 2024. *Content Planning Like a Pro: Research, Schedule, Create, Win*. Diakses dari [https://digitalcommerce.com/content-planning/?utm\\_source=chatgpt.com](https://digitalcommerce.com/content-planning/?utm_source=chatgpt.com)

Soewardikoen, D. 2021. *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual Edisi Revisi*. PT. KANISIUS. Yogyakarta.