

PEMANFAATAN KOMUNIKASI VISUAL PADA AKUN INSTAGRAM @sman1bangkinangkota UNTUK MENINGKATKAN BRANDING SEKOLAH

Zannuraini¹, Mustafa²

12240323793@students.uin-suska.ac.id¹, mustafa@uin-suska.ac.id²

UIN Suska Riau

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penggunaan komunikasi visual di akun Instagram @sman1bangkinangkota serta menganalisis perannya dalam meningkatkan branding sekolah. Penelitian ini memakai pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan didukung oleh kerangka analisis semiotika Charles Sanders Peirce, yang melihat makna visual melalui hubungan ikon, indeks, dan simbol. Data diperoleh dari pengamatan terhadap elemen-elemen komunikasi visual di akun Instagram sekolah, baik pada format feed maupun Reels. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi visual di akun itu dibangun melalui beberapa aspek utama, yaitu warna, tipografi, fotografi, ilustrasi/ikon, tata letak, serta logo dan identitas visual. Penggunaan warna dominan ungu secara konsisten merujuk pada identitas resmi lembaga, sedangkan warna kontras seperti kuning dan putih digunakan untuk meningkatkan keterbacaan pesan. Pada aspek tipografi, feed mengikuti hierarki visual yang lebih teratur, sedangkan konten Reels cenderung kurang konsisten karena mengikuti template otomatis. Berdasarkan semiotika Peirce, elemen visual di akun Instagram membentuk rantai makna yang konsisten sehingga pesan branding dapat dipahami dengan jelas oleh audiens.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Instagram, Branding Sekolah.

PENDAHULUAN

Kemajuan dalam teknologi informasi dan komunikasi telah menyebabkan perubahan signifikan dalam cara masyarakat berkomunikasi, termasuk bagaimana institusi menciptakan citra dan menyampaikan informasi. Kursianto menyatakan bahwa media sosial berfungsi sebagai alat komunikasi yang efisien karena cepat, interaktif, dan mampu mencapai audiens yang luas. Instagram, yang merupakan platform media sosial berbasis visual, memiliki peranan penting dalam menyampaikan pesan dengan elemen-elemen komunikasi visual seperti warna, tipografi, ilustrasi, fotografi, dan tata letak yang dapat memengaruhi persepsi audiens tentang suatu institusi. Media sosial, yang merupakan bagian dari kemajuan digital, telah menjadi alat penting dalam membangun dan meningkatkan identitas sekolah. Contohnya, Instagram tidak hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai tempat untuk mencerminkan jati diri institusi, menghasilkan jangkauan yang luas, cepat, dan interaktif terhadap audiens. Menurut penelitian Siti Aisyah dalam jurnal Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah, pengelolaan media sosial yang dilakukan dengan perencanaan, organisasi, dan evaluasi berkala terbukti berhasil dalam meningkatkan citra dan daya tarik sekolah di mata masyarakat. Media sosial memberi kesempatan bagi institusi untuk terhubung dengan audiens, membentuk suatu komunitas, serta menciptakan kepercayaan dan kedekatan dengan merek sekolah. Oleh karena itu, penting untuk mengoptimalkan elemen komunikasi visual pada akun Instagram sekolah sebagai bagian dari strategi merek yang bertujuan untuk memperkuat citra dan daya tarik

sekolah di mata masyarakat serta calon peserta didik. Akun Instagram @sman1bangkinangkota merupakan media resmi SMA Negeri 1 Bangkinang Kota dalam menyampaikan informasi, kegiatan sekolah, prestasi siswa, serta nilai-nilai institusi kepada masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif studi kasus dan analisis. Metode studi kasus dipilih karena penelitian fokus pada satu objek, yaitu akun Instagram @sman1bangkinangkota, sehingga memungkinkan peneliti mendapatkan pemahaman yang menyeluruh melalui berbagai sumber data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Selanjutnya, data yang didapat dianalisis menggunakan analisis isi kualitatif dengan memeriksa secara sistematis setiap unggahan di akun Instagram, mencakup penggunaan warna, tipografi, fotografi, ilustrasi atau ikon, layout, logo, dan komposisi visual untuk mengetahui bagaimana elemen-elemen tersebut digunakan dalam membangun branding sekolah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan elemen komunikasi visual pada akun Instagram @sman1bangkinangkota dalam upaya meningkatkan branding sekolah. Berdasarkan observasi, wawancara, dan analisis semiotika, ditemukan bahwa penggunaan komunikasi visual memiliki peran penting dalam membangun dan memperkuat citra sekolah di mata publik.

1. Pemanfaatan Elemen Komunikasi Visual:

- **Warna:** Konsistensi penggunaan warna ungu sebagai identitas visual utama yang merujuk pada logo resmi sekolah, memberi pengenalan merek yang kuat dan mudah dikenali. Warna sekunder kuning dan putih digunakan untuk memperjelas teks.
- **Tipografi:** Pada feed, tipografi mengikuti hierarki visual yang cukup konsisten, namun pada video (Reels) belum diterapkan pedoman baku sehingga terjadi variasi yang kurang seragam.
- **Fotografi:** Fotografi digunakan optimal sebagai bukti prestasi dan aktivitas sekolah, dengan teknik penghilangan latar belakang untuk menonjolkan objek utama. Pada video, proses editing warna menambah estetika konten.
- **Ilustrasi/Ikon dan Layout:** Tata letak feed yang konsisten membantu menyampaikan pesan secara sistematis, sementara sampul Reels masih bervariasi karena penggunaan template aplikasi. Penggunaan ikon dan logo sekolah memperkuat navigasi dan identitas visual.
- **Logo:** Logo sekolah digunakan secara konsisten sebagai simbol autentisitas yang memperkuat citra profesional dan kepercayaan publik terhadap sekolah.

2. Peran dalam Branding Sekolah:

Komunikasi visual yang kreatif dan informatif di akun Instagram secara signifikan membantu mempublikasikan prestasi dan kegiatan sekolah secara berkelanjutan, yang efektif dalam menarik minat masyarakat dan calon siswa baru.

Pembahasan

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Instagram digunakan sebagai media informasi untuk masyarakat sekaligus tempat untuk menunjukkan prestasi sebagai daya tarik sekolah. Arah ini terlihat pada hasil observasi, karena unggahan feed pada Gambar 1 didominasi oleh dokumentasi prestasi siswa dan informan memilih prestasi yang diunggah berdasarkan tingkat kejuaraan, yaitu kabupaten, provinsi,

dan nasional. Pola ini sesuai dengan penjelasan Nur et al. (2026) bahwa sekolah menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi, mendokumentasikan kegiatan, mempromosikan prestasi, dan memperkuat branding melalui komunikasi visual yang konsisten. Dengan menonjolkan prestasi secara terus-menerus, sekolah membangun citra sebagai sekolah yang aktif dan berprestasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun Instagram @sman1bangkinangkota memanfaatkan komunikasi visual sebagai media penyampaian informasi sekaligus pembentuk branding sekolah. Konten yang dipublikasikan didominasi oleh dokumentasi prestasi siswa, kegiatan sekolah, serta informasi akademik dan nonakademik. Penggunaan warna ungu secara konsisten pada foto profil, feed, dan highlight menjadi identitas visual yang memperkuat pengenalan terhadap sekolah. Selain itu, penggunaan logo sekolah, fotografi, tipografi, ilustrasi, dan layout juga mendukung penyampaian pesan kepada audiens.

Berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, elemen visual pada akun tersebut memiliki makna sebagai ikon, indeks, dan simbol. Foto siswa dan kegiatan sekolah berfungsi sebagai ikon karena mewakili objek secara langsung. Piala, sertifikat, dan nama kejuaraan menjadi indeks yang menunjukkan adanya prestasi siswa. Sementara itu, warna ungu, logo sekolah, dan tulisan "CERMAT" berfungsi sebagai simbol identitas sekolah. Kombinasi elemen tersebut menciptakan interpretasi bahwa SMAN 1 Bangkinang Kota adalah sekolah yang aktif dan berprestasi.

Konsistensi visual paling terlihat pada konten feed yang menggunakan struktur, warna, dan elemen desain yang cukup seragam. Namun, konten Reels memiliki penggunaan warna, tipografi, dan layout yang lebih bervariasi karena menggunakan template yang tersedia pada aplikasi CapCut. Keadaan tersebut menunjukkan bahwa identitas visual sekolah telah terbentuk, tetapi belum sepenuhnya diterapkan secara konsisten pada semua jenis konten. Penggunaan komunikasi visual tersebut berperan dalam membangun citra sekolah melalui penyajian prestasi dan aktivitas dengan cara yang menarik dan informatif. Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa prestasi yang ditampilkan melalui Instagram dapat menjadi salah satu pertimbangan siswa baru dalam memilih sekolah. Dengan demikian, komunikasi visual pada Instagram @sman1bangkinangkota tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga berkontribusi dalam memperkuat branding dan membentuk persepsi positif terhadap sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pemanfaatan elemen komunikasi visual pada akun Instagram @sman1bangkinangkota dalam meningkatkan branding sekolah, dapat disimpulkan bahwa komunikasi visual memiliki peran penting dalam membangun identitas dan citra SMAN 1 Bangkinang Kota di media sosial. Akun Instagram tersebut tidak hanya dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi juga sebagai sarana untuk mempublikasikan prestasi, kegiatan, serta berbagai keunggulan sekolah kepada calon siswa dan masyarakat secara luas.

Pemanfaatan elemen komunikasi visual meliputi warna, tipografi, fotografi, ilustrasi atau ikon, layout, dan logo. Warna ungu menjadi identitas visual yang paling dominan dan konsisten karena mengacu pada identitas pada logo sekolah, sedangkan warna kuning dan putih digunakan sebagai warna pendukung. Fotografi dimanfaatkan untuk menampilkan prestasi dan aktivitas siswa secara nyata,

sementara penggunaan logo, ikon, dan layout membantu memperkuat identitas serta mempermudah penyampaian informasi. Tipografi pada konten feed telah menunjukkan konsistensi dan hierarki visual yang cukup baik, meskipun pada konten Reels masih ditemukan variasi karena penggunaan template dari aplikasi CapCut.

Berdasarkan analisis semiotika Charles Sanders Peirce, elemen visual pada akun Instagram @sman1bangkinangkota memiliki fungsi sebagai ikon, indeks, dan simbol. Foto siswa dan kegiatan sekolah berfungsi sebagai ikon karena merepresentasikan objek secara langsung. Piala, sertifikat, medali, dan keterangan tingkat kejuaraan menjadi indeks yang menunjukkan adanya prestasi siswa. Sementara itu, warna ungu, logo sekolah, dan tulisan "CERMAT" berfungsi sebagai simbol yang merepresentasikan identitas dan karakter sekolah. Penggabungan ketiga bentuk tanda tersebut menghasilkan makna bahwa SMAN 1 Bangkinang Kota merupakan sekolah yang aktif, berprestasi, dan memiliki identitas yang kuat.

Komunikasi visual yang diterapkan pada Instagram juga berkontribusi terhadap branding sekolah. Publikasi prestasi dan kegiatan secara berkelanjutan dapat membangun persepsi positif masyarakat serta meningkatkan daya tarik sekolah bagi calon siswa. Namun, konsistensi identitas visual masih perlu ditingkatkan, khususnya pada konten Reels yang memiliki variasi warna, tipografi, dan layout. Oleh karena itu, diperlukan pedoman identitas visual yang lebih terstruktur dan diterapkan secara konsisten pada seluruh jenis konten Instagram agar citra profesional dan branding SMAN 1 Bangkinang Kota semakin kuat..

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, S., Hidayati, D., Santosa, A. B., & Widodo, H. (2024). Manajemen Pendidikan Manajemen Pemanfaatan Website dan Instagram Sebagai Sarana Promosi untuk Meningkatkan Branding Sekolah tersebut untuk meningkatkan branding sekolah . Bentuk digitalisasi yang dapat tulisan , gambar , dan video . Media sosial ini memil. Manajemen Pendidikan, 19(1), 16–36. <https://journals2.ums.ac.id/index.php/jmp/article/download/4023/1706>
- Nur, I., Alfin, L., Riana, P., & Putri, A. (2026). Literature Review : Strategi Komunikasi Visual dalam Membangun Persepsi Audiens di Media Sosial Instagram. 7(1), 1–19.
- Peirce, C. S. (1934). Collected papers of charles sanders peirce (Vol. 5). Harvard University Press.