



Implementasi Teknik Hierarki Visual Dalam Produksi Konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor

Rakya Azalya Maura Asrie

Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Jawa Barat, Indonesia

Email mauraasrii04@gmail.com

Abstrak

Perkembangan komunikasi digital mendorong institusi pendidikan untuk beradaptasi dalam menyampaikan informasi secara efektif melalui media sosial, khususnya Instagram sebagai platform berbasis visual. SMA PGRI 3 Bogor memanfaatkan Instagram sebagai media informasi sekolah untuk menyampaikan pengumuman, publikasi kegiatan, serta informasi Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB). Namun, dalam praktiknya masih ditemukan bahwa struktur visual konten belum sepenuhnya tersusun secara sistematis sehingga efektivitas penyampaian informasi belum optimal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor serta menganalisis implementasi teknik hierarki visual dalam produksi konten tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan kerangka design thinking yang meliputi tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka, dan diskusi bersama pihak sekolah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi teknik hierarki visual melalui pengaturan tipografi, warna, kontras, tata letak, komposisi, dan white space mampu meningkatkan keterbacaan informasi, memperjelas prioritas pesan, serta membangun konsistensi visual konten Instagram sekolah. Selain itu, penerapan struktur visual yang terorganisasi menghasilkan tampilan konten yang lebih komunikatif dan profesional sebagai media informasi digital sekolah. Dengan demikian, implementasi teknik hierarki visual terbukti mendukung efektivitas komunikasi visual pada media sosial institusi pendidikan.

Kata Kunci: Hierarki Visual, Komunikasi Digital, Instagram, Media Sosial, Desain Visual

Abstract

The development of digital communication has encouraged educational institutions to adapt in delivering information effectively through social media, particularly Instagram as a visual-based platform. SMA PGRI 3 Bogor utilizes Instagram as a school information medium to deliver announcements, activity publications, and student admission information. However, in practice, the visual structure of the content has not been fully organized systematically, resulting in less optimal communication effectiveness. This study aims to explain the Instagram content production process at SMA PGRI 3 Bogor and analyze the implementation of visual hierarchy techniques in content production. The study employed a qualitative descriptive approach using a design thinking framework consisting of empathize, define, ideate, prototype, and test stages. Data collection techniques included observation, documentation, literature study, and discussions with school representatives. The results indicate that the implementation of visual hierarchy techniques through typography, color, contrast, layout, composition, and white space significantly improves information readability, clarifies message priority, and strengthens visual consistency within the school's Instagram content. Furthermore, the application of organized visual structures creates more communicative and professional content as a digital school information medium. Therefore, visual hierarchy implementation effectively supports visual communication in educational institutions' social media management.

Keywords: Visual Hierarchy, Digital Communication, Instagram, Social Media, Visual Design



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola penyampaian informasi pada berbagai sektor, termasuk pendidikan. Haro *et al.* (2024) menjelaskan bahwa komunikasi digital merupakan sistem komunikasi berbasis internet yang bersifat interaktif, *real time*, dan partisipatif. Karakteristik tersebut memungkinkan institusi membangun hubungan komunikasi secara cepat dan responsif dengan publik. Dalam konteks pendidikan, sekolah dituntut untuk mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi komunikasi guna mendukung efektivitas penyampaian informasi. Media sosial berkembang sebagai bagian penting dalam praktik komunikasi digital. Noventa *et al.* (2023) menyatakan bahwa media sosial efektif digunakan sebagai sarana informasi karena mampu mengintegrasikan unsur teks dan visual pada satu platform komunikasi. Salah satu platform yang banyak digunakan institusi pendidikan adalah Instagram. Platform ini memiliki kekuatan visual melalui penggunaan gambar, tipografi, warna, dan tata letak yang dapat membentuk identitas visual institusi sekaligus mendukung penyampaian pesan kepada audiens. Instagram sebagai media komunikasi sekolah tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga sebagai representasi visual institusi. Sinaga *et al.* (2024) menjelaskan bahwa media sosial institusi akan berfungsi optimal apabila dikelola secara profesional dan sistematis. Dalam konteks sekolah, Instagram digunakan untuk menyampaikan informasi akademik, dokumentasi kegiatan, promosi institusi, serta publikasi Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB). Oleh karena itu, kualitas visual konten memiliki pengaruh terhadap efektivitas komunikasi digital yang dibangun oleh sekolah.

SMA PGRI 3 Bogor merupakan institusi pendidikan yang memanfaatkan Instagram sebagai media informasi sekolah. Akun Instagram digunakan untuk menyampaikan berbagai bentuk komunikasi visual kepada siswa, orang tua, calon peserta didik, serta masyarakat umum. Namun, berdasarkan hasil observasi awal, ditemukan bahwa beberapa konten masih belum memiliki struktur visual yang konsisten, terutama dalam aspek keterbacaan informasi, pengaturan tipografi, tata letak, dan prioritas pesan. Kondisi tersebut menyebabkan informasi utama belum selalu menjadi fokus perhatian audiens sehingga efektivitas komunikasi visual belum optimal. Salah satu pendekatan desain yang dapat digunakan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi visual adalah teknik hierarki visual. Hierarki visual merupakan prinsip desain yang mengatur urutan perhatian audiens terhadap informasi berdasarkan tingkat kepentingannya. Elemen visual seperti ukuran, warna, kontras, posisi, dan komposisi digunakan untuk membantu audiens memahami pesan secara lebih cepat dan sistematis. Dalam konteks media sosial, penerapan hierarki visual menjadi penting karena audiens cenderung mengonsumsi informasi digital dalam waktu yang singkat.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa elemen visual memiliki pengaruh terhadap efektivitas komunikasi digital. Adiwardana dan Nugroho (2025) menyatakan bahwa struktur visual pada konten infografis edukasi mampu meningkatkan pemahaman audiens terhadap informasi yang disampaikan. Ramaputra dan Afifi (2021) juga menegaskan bahwa strategi visual yang terencana dapat meningkatkan daya tarik konten digital. Namun demikian, kajian mengenai implementasi teknik hierarki visual secara praktis dalam konteks media sosial sekolah masih relatif terbatas. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang dapat dikembangkan. Meskipun berbagai penelitian telah membahas efektivitas media sosial, komunikasi digital, dan produksi konten visual, sebagian besar penelitian tersebut masih berfokus pada analisis efektivitas media sosial secara umum dan belum menekankan implementasi model kerja aplikatif dalam konteks institusi pendidikan tertentu. Penelitian sebelumnya juga cenderung membahas aspek visual atau komunikasi digital secara terpisah tanpa mengintegrasikan sistem produksi konten yang terstruktur. Belum terdapat penelitian

yang secara khusus mengkaji implementasi teknik hierarki visual melalui pendekatan *design thinking* sebagai pendekatan pendukung dalam produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor. Kondisi tersebut menunjukkan adanya ruang penelitian yang perlu dikembangkan, khususnya dalam penerapan sistem produksi konten berbasis kebutuhan komunikasi digital sekolah. Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan proses produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor serta menganalisis implementasi teknik hierarki visual dalam produksi konten tersebut. Penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap pengembangan strategi komunikasi digital pada institusi pendidikan serta menjadi referensi dalam pengelolaan media sosial sekolah secara lebih sistematis dan profesional.

Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Penulis/Tahun	Judul	Tujuan	Metode	Hasil	Kontribusi dan relevansi
1	Adiwardana dkk. (2025)	Analisis elemen visual postingan konten infografis edukasi	Menganalisis elemen visual	Deskriptif kualitatif	Visual meningkatkan pemahaman	Dasar teori visual
2	Haro et al. (2024)	Buku ajar komunikasi digital	Menjelaskan komunikasi digital	Studi literatur	Komunikasi interaktif	Landasan teori utama
3	Noventa et al. (2023)	Pemanfaatan Instagram	Mengkaji fungsi media sosial	Kualitatif	Efektif sebagai media informasi	Relevan objek penelitian
4	Sinaga et al. (2024)	Instagram sebagai media informasi	Menganalisis peran Instagram	Deskriptif	Visual meningkatkan engagement	Penguatan teori
5	Kurniawan & Salas (2024)	Media digital Instagram	Mengkaji pemasaran digital	Studi kasus	Efektif untuk promosi	Relevansi strategi
6	Ramaputra & Afifi (2021)	Strategi konten promosi	Menganalisis visual konten	Kualitatif	Visual menarik perhatian	Pendukung desain
7	Syafaat & Wahyudin (2020)	Digital PR Instagram	Menganalisis PR digital	Deskriptif	Komunikasi meningkat	Relevan komunikasi sekolah
8	Yulianti dkk. (2023)	Pengelolaan informasi Instagram	Mengkaji pengelolaan konten	Kualitatif	Informasi efektif	Pendukung manajemen konten

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk mengkaji implementasi teknik hierarki visual dalam produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor sebagai media informasi sekolah. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian berfokus pada pemahaman proses produksi konten, penerapan prinsip desain visual, serta interpretasi komunikasi digital dalam konteks institusi pendidikan. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi aktual objek penelitian tanpa melakukan manipulasi variabel. Penelitian dilaksanakan di SMA PGRI 3 Bogor yang berlokasi di Jalan KH. Sholeh Iskandar, Kecamatan Tanah Sareal, Kota Bogor. Pelaksanaan penelitian berlangsung selama periode Februari sampai Mei 2026. Objek penelitian meliputi proses produksi konten Instagram sekolah, implementasi teknik hierarki visual pada desain konten, serta hasil visual yang diproduksi sebagai media informasi digital sekolah. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, dokumentasi, studi pustaka, serta diskusi bersama pihak sekolah. Observasi dilakukan terhadap akun Instagram sekolah untuk mengidentifikasi kondisi visual konten, kebutuhan informasi, serta pola komunikasi digital yang digunakan. Dokumentasi dilakukan melalui pengumpulan materi visual seperti foto kegiatan sekolah, desain konten, dan arsip unggahan Instagram. Studi pustaka digunakan untuk memperkuat landasan teoritis mengenai

komunikasi digital, media sosial, *design thinking*, dan teknik hierarki visual. Penelitian menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai pendekatan pendukung dalam proses produksi konten Instagram sekolah. Pendekatan tersebut terdiri atas lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* (Von Thienen *et al.* 2017). Tahap *empathize* digunakan untuk memahami kebutuhan komunikasi sekolah dan karakteristik audiens. Tahap *define* dilakukan untuk merumuskan kebutuhan desain dan permasalahan visual. Tahap *ideate* berfokus pada pengembangan konsep visual, tahap *prototype* menghasilkan rancangan desain konten, sedangkan tahap *test* dilakukan melalui evaluasi desain bersama pihak sekolah untuk memastikan keterbacaan, konsistensi visual, dan kesesuaian informasi. Analisis data dilakukan secara deskriptif dengan menginterpretasikan hasil observasi, dokumentasi, serta evaluasi desain berdasarkan teori komunikasi digital, teknik produksi konten, dan prinsip hierarki visual. Melalui pendekatan tersebut, penelitian berupaya menjelaskan bagaimana teknik hierarki visual diimplementasikan dalam produksi konten Instagram sekolah secara sistematis dan aplikatif.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Proses Produksi Konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor

Hasil penelitian menunjukkan bahwa produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor dilakukan sebagai bagian dari strategi komunikasi digital sekolah dalam menyampaikan informasi kepada siswa, orang tua, calon peserta didik, serta masyarakat umum. Produksi konten meliputi publikasi informasi sekolah, dokumentasi kegiatan, promosi institusi, serta informasi Sistem Penerimaan Murid Baru (SPMB). Dalam pelaksanaannya, proses produksi konten dilakukan menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai pendekatan pendukung untuk memastikan desain yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan komunikasi sekolah. Tahap *empathize* dilakukan melalui observasi akun Instagram sekolah dan identifikasi kebutuhan komunikasi digital. Hasil observasi menunjukkan bahwa beberapa konten masih memiliki inkonsistensi visual, terutama pada penggunaan warna, tipografi, tata letak informasi, serta penentuan prioritas pesan. Selain itu, beberapa informasi utama belum tersusun secara jelas sehingga fokus perhatian audiens terhadap pesan inti masih belum optimal. Tahap *define* menghasilkan rumusan kebutuhan terhadap sistem produksi konten yang lebih terstruktur dan penerapan desain visual yang lebih konsisten. Sekolah membutuhkan konten yang mampu menyampaikan informasi secara jelas, komunikatif, serta memiliki identitas visual yang lebih kuat. Selanjutnya, tahap *ideate* dilakukan melalui pengembangan konsep visual berdasarkan kebutuhan sekolah dan karakteristik media Instagram. Produksi konten difokuskan pada desain *feed* promosi sekolah, konten informasi SPMB, serta desain yang memperkuat konsistensi visual akun Instagram sekolah. Tahap *prototype* menghasilkan desain konten digital yang siap dievaluasi melalui pengaturan prioritas informasi menggunakan tipografi, warna, tata letak, dan struktur visual yang terorganisasi. Tahap *test* dilakukan melalui proses *review* dan revisi desain bersama pihak sekolah guna memastikan keterbacaan, konsistensi visual, serta kesesuaian informasi sebelum desain digunakan sebagai media publikasi sekolah.

Implementasi Teknik Hierarki Visual dalam Produksi Konten Instagram

Hasil implementasi menunjukkan bahwa teknik hierarki visual diterapkan melalui pengaturan tipografi, warna, kontras, tata letak, komposisi, dan *white space* pada desain konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor. Informasi utama dirancang menggunakan ukuran tipografi yang lebih dominan dibandingkan informasi pendukung sehingga prioritas pesan dapat lebih mudah dikenali oleh audiens. Penggunaan warna dan kontras berfungsi sebagai penekanan visual terhadap elemen utama desain. Selain itu, penerapan *white space* membantu menjaga

keseimbangan visual sehingga desain tidak terlihat padat dan tetap nyaman dibaca. Struktur visual yang lebih terorganisasi menghasilkan tampilan konten yang lebih komunikatif sekaligus memperkuat identitas visual sekolah. Implementasi teknik hierarki visual juga berkontribusi terhadap peningkatan konsistensi visual akun Instagram sekolah. Penggunaan tipografi yang seragam, warna yang konsisten, serta pola tata letak yang terstruktur menghasilkan tampilan akun yang lebih profesional dan mudah dikenali oleh audiens.

Pembahasan

Proses Produksi Konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor

Temuan penelitian menunjukkan bahwa produksi konten Instagram pada institusi pendidikan memerlukan sistem kerja yang terstruktur agar informasi dapat disampaikan secara efektif. Penerapan pendekatan *design thinking* dalam penelitian ini membantu proses produksi konten berjalan secara lebih sistematis melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Setiap tahapan mendukung proses identifikasi kebutuhan komunikasi, pengembangan konsep visual, hingga evaluasi desain sebelum dipublikasikan. Temuan tersebut sejalan dengan Haro *et al.* (2024) yang menjelaskan bahwa komunikasi digital menuntut proses komunikasi yang interaktif, responsif, dan mampu menyesuaikan diri dengan kebutuhan audiens. Dalam konteks sekolah, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana publikasi informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan citra institusi. Oleh karena itu, produksi konten tidak dapat dilakukan secara situasional, melainkan membutuhkan pendekatan kerja yang terencana. Hasil penelitian juga mendukung temuan Noventa *et al.* (2023) yang menyatakan bahwa media sosial efektif digunakan sebagai media informasi apabila didukung oleh integrasi visual dan teks yang tersusun secara sistematis. Selain itu, Sinaga *et al.* (2024) menegaskan bahwa pengelolaan media sosial institusi memerlukan konsistensi visual agar fungsi komunikasi digital dapat berjalan secara optimal.

Implementasi Teknik Hierarki Visual dalam Produksi Konten Instagram

Implementasi teknik hierarki visual dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengaturan elemen desain memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi visual pada media sosial sekolah. Penggunaan tipografi dominan, kontras warna, tata letak terstruktur, serta *white space* membantu audiens mengenali prioritas informasi secara lebih cepat dan sistematis. Temuan tersebut mendukung penelitian Adiwardana dan Nugroho (2025) yang menyatakan bahwa struktur visual yang terorganisasi mampu meningkatkan keterbacaan informasi pada media digital. Pengaturan ukuran teks, penempatan elemen visual, serta penggunaan warna kontras membantu membentuk alur baca yang lebih jelas sehingga informasi utama lebih mudah dipahami oleh audiens. Selain meningkatkan keterbacaan informasi, implementasi teknik hierarki visual juga membantu membangun konsistensi identitas visual akun Instagram sekolah. Penggunaan tipografi yang seragam, warna yang konsisten, serta pola tata letak yang terstruktur menghasilkan tampilan akun yang lebih profesional dan mudah dikenali oleh audiens. Temuan ini mendukung pendapat Rachmadi (2020) yang menyatakan bahwa konsistensi visual berperan penting dalam membentuk citra dan kepercayaan publik terhadap institusi pada media digital. Dengan demikian, implementasi teknik hierarki visual tidak hanya berfungsi sebagai strategi estetika desain, tetapi juga sebagai pendekatan komunikasi visual yang mendukung efektivitas penyampaian informasi sekaligus memperkuat identitas digital sekolah.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor sebagai media informasi sekolah dilakukan melalui tahapan

observasi kebutuhan komunikasi, identifikasi kebutuhan informasi, pengembangan konsep visual, produksi desain, serta evaluasi desain menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai pendekatan pendukung dalam proses produksi konten. Pendekatan tersebut membantu proses produksi berjalan secara lebih sistematis, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan komunikasi digital sekolah. Implementasi teknik hierarki visual dalam produksi konten Instagram SMA PGRI 3 Bogor dilakukan melalui pengaturan tipografi, warna, kontras, tata letak, komposisi, dan *white space* pada desain konten digital sekolah. Penerapan elemen-elemen tersebut membantu menentukan prioritas informasi, meningkatkan keterbacaan pesan, memperkuat konsistensi visual akun Instagram, serta menghasilkan tampilan konten yang lebih komunikatif dan profesional. Dengan demikian, implementasi teknik hierarki visual berperan penting dalam mendukung efektivitas komunikasi digital sekolah melalui media sosial Instagram sekaligus memperkuat identitas visual institusi pada media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiwardana, F. H., & Nugroho, D. R. (2025). *Analisis elemen visual postingan konten infografis edukasi pada feed akun Instagram @ditjentataruang edisi Januari 2025*. Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media, 4(1), 211–226.
- Haro, A., Saktisyahputra, S., Herlinah, H., Olifia, S., & Laksono, R. D. (2024). *Buku ajar komunikasi digital*. PT Sonpedia Publishing Indonesia.
- Instagram. (2026). *SMA PGRI 3 [akun Instagram]*. [Internet]. [Diacu 2026 Februari 13]. Tersedia dari: www.instagram.com/sma_pgri3
- Kurniawan, M., & Salas, H. J. (2024). *Implementasi media digital melalui komunikasi pemasaran pada Instagram SMA Muhammadiyah 1 Kotabumi*. Komsospol, 4(2), 100–108.
- Macpal, E. S. J. (2024). *Aktivitas produksi konten media sosial di akun Instagram @sagesinternational Surabaya*.
- Noventa, C., Soraya, I., & Muntazah, A. (2023). *Pemanfaatan media sosial Instagram buddyku sebagai sarana informasi terkini*. Jurnal Ilmu Komunikasi dan Media Sosial (JKOMDIS), 3(3), 626–635.
- Rachmadi, T. (2020). *The power of digital marketing* (Vol. 1). Tiga Ebook.
- Ramaputra, M. A., & Afifi, S. (2021). *Analisis strategi kreatif konten promosi usaha foodies melalui media sosial Instagram*. Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi, 5(2), 67–81.
- Sekolah Kita–Kemendikdasmen. (2026). *Profil sekolah*. [Internet]. [Diacu 2026 Februari 13]. Tersedia dari: sekolah.data.kemendikdasmen.go.id
- Sinaga, S., Muqsith, M. A., & Ayuningtyas, F. (2024). *Instagram sebagai media informasi digital Perpustakaan Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta*. Ekspresi dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 232–253.
- Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2020). *Analisis implementasi digital public relations pada konten Instagram @alaminuniversal*. Jurnal Pustaka Komunikasi, 3(1), 1–12.
- Varlina, V., & Maulini, C. (2024). *Analisis representasi dan budaya visual logo Haus! terhadap brand attractiveness di kalangan anak muda*. GESTALT: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 6(1), 33–50.
- Von Thienen, J. P., Clancey, W. J., Corazza, G. E., & Meinel, C. (2017). *Theoretical foundations of design thinking: Part I: John E. Arnold’s creative thinking theories*. In *Design thinking Research: Making distinctions: Collaboration versus cooperation* (pp. 13–40). Springer International Publishing.
- Yulianti, A., Lubis, A. N. R., Oktaviani, A., Akbar, D. M., Novianti, I., & Hartono, T. (2023). *Pengelolaan informasi di media sosial Instagram sebagai media publikasi humas SUSKA TV*. Jurnal Riset Mahasiswa Dakwah dan Komunikasi, 5(3), 224–236.