

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial Untuk Mewujudkan Identitas Visual Digital Pada Yayasan Panti Nugraha

Atiek Nur Hidayati^{1*}, Dini Miswanti², Vega Arifianto³, Khikmah Susanti⁴, Faisal Akbar⁵, Anugrah Cisara⁶

¹Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, atiek.nur07@gmail.com

²Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, miswantidini@gmail.com

³Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, varifianto00@gmail.com

⁴Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, soezhan99@gmail.com

⁵Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, alienartland502@gmail.com

⁶Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, anugrahcisara96@gmail.com

*Penulis korespondensi

Abstrak

Naskah Artikel

Diajukan : 15/01/2026

Ditinjau : 04/05/2026

Diterima: 11/06/2026

Kata kunci:

Media Sosial

Konten

Identitas Visual

Digital

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kemampuan pengelola media sosial Yayasan Panti Nugraha dalam merancang dan menggunakan *template* visual yang konsisten untuk konten digital, khususnya di platform Instagram. Saat ini, tampilan konten media sosial yayasan masih belum memiliki keseragaman visual, baik dari segi warna, tipografi, maupun tata letak, sehingga belum mencerminkan identitas lembaga secara profesional. Metode *design thinking* digunakan sebagai pendekatan *human-centered* yang memungkinkan perancangan *template* konten media sosial dilakukan secara sistematis, partisipatif, dan berbasis kebutuhan nyata mitra guna menghasilkan identitas visual digital yang konsisten dan berkelanjutan. Hasil dari kegiatan ini adalah tersusunnya *template* konten media sosial yang representatif yang dapat digunakan yayasan dalam berbagai konten yang nantinya akan ditampilkan di platform Instagram. Dengan adanya pendampingan ini, Yayasan Panti Nugraha tidak hanya memiliki media komunikasi visual yang representatif, tetapi juga mengalami peningkatan kapasitas dalam mengelola pesan visual yang berdampak pada peningkatan daya tarik publik terhadap kegiatan sosial.

Abstract

Keywords:

Social Media

Content

Visual Identity

Digital

This community service activity aims to enhance the capacity of the social media administrators of Yayasan Panti Nugraha in designing and utilizing consistent visual templates for digital content, particularly on the Instagram platform. Currently, the foundation's social media content lacks visual uniformity in terms of colour schemes, typography, and layout, and therefore does not yet reflect a professional institutional identity. The design thinking method is employed as a human-centered approach that enables the systematic, participatory, and needs-based development of social media content templates, with the objective of producing a consistent and sustainable digital visual identity. The outcome of this activity is the development of representative social media content templates that can be utilized by the foundation across various types of content to be published on Instagram. Through this mentoring process, Yayasan Panti Nugraha not only gains access to representative visual

communication media but also experiences an improvement in capacity to manage visual messaging, which contributes to increased public interest and engagement with its social activities.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola lembaga sosial berinteraksi dan membangun citra di ruang publik. Media sosial, khususnya Instagram, kini menjadi medium dalam menyebarkan pesan sosial, menggalang dukungan, serta membentuk identitas organisasi (Heryawan, 2025). Dalam konteks desain komunikasi visual, keberhasilan komunikasi digital sangat bergantung pada konsistensi visual yang mencakup keseragaman elemen desain seperti warna, tipografi, dan tata letak, karena hal tersebut memperkuat persepsi audiens terhadap kredibilitas dan profesionalisme lembaga (Ardani, 2025).

Yayasan Panti Nugraha merupakan lembaga sosial yang berkomitmen pada peningkatan kesejahteraan masyarakat, khususnya anak-anak dan keluarga rentan di wilayah Jakarta Selatan. Dengan visi Menjadi lembaga sosial yang inovatif dan mandiri untuk mewujudkan masyarakat yang sejahtera, yayasan ini telah merancang misi yang kuat, yaitu melakukan kolaborasi dan optimalisasi sumber daya lokal, mendorong pemenuhan hak dasar anak, serta mendukung keluarga yang berdaya secara sosial dan ekonomi. Yayasan Panti Nugraha sebagai lembaga sosial yang bergerak di bidang kemanusiaan telah aktif menggunakan media sosial untuk membagikan kegiatan, edukasi, dan ajakan donasi kepada masyarakat luas. Namun, hasil observasi menunjukkan bahwa unggahan media sosial yayasan masih belum memiliki standar desain yang seragam, sehingga tampilan konten kurang mencerminkan identitas lembaga secara konsisten. Kondisi ini membuat pesan sosial yang disampaikan tidak selalu tertangkap kuat oleh publik dan berpotensi mengurangi efektivitas komunikasi visual.

Permasalahan Yayasan Panti Nugraha yang dihadapi adalah tidak adanya pedoman desain yang sesuai dengan identitas yayasan dalam menyampaikan informasi melalui media sosial Instagram. Kondisi ini menyebabkan informasi yang disampaikan kurang efektif dalam membangun kesan kurang profesional dalam meyakinkan pihak eksternal untuk memberikan dukungan. Penerapan prinsip desain yang tepat dalam media digital berfungsi bukan hanya untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk menyampaikan pesan secara efektif, efisien, dan berkarakter (Syahputra, 2023).

Berdasarkan permasalahan tersebut, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini diarahkan untuk memberikan solusi berbasis desain berupa pendampingan perancangan *template* konten media sosial Instagram yang konsisten dan representatif. Solusi ini diwujudkan melalui penerapan pendekatan *design thinking* yang memungkinkan perancangan dilakukan secara sistematis, partisipatif, dan berbasis kebutuhan nyata mitra. Pendekatan ini dipilih karena telah banyak digunakan dalam penelitian dan praktik desain untuk menghasilkan solusi visual yang aplikatif serta mudah diimplementasikan oleh pengguna non-desainer (Renaldo et al., 2022; Watini, 2024). *Template* konten yang terencana menjadi kebutuhan penting dalam membangun identitas komunikasi Yayasan Panti Nugraha. *Template* Instagram adalah desain atau layout yang sudah disiapkan sebelumnya untuk membuat konten visual di platform media sosial Instagram (Anindyakirana, 2025).

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha

*Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti,
Faisal Akbar, Anugrah Cisara*

Kegiatan PKM ini akan membantu yayasan membangun sistem visual yang konsisten melalui pembuatan *template* konten Instagram sebagai sarana komunikasi visual yang profesional, menarik, dan mudah digunakan. Melalui kerja sama ini, Tim PKM dari bidang Desain Komunikasi Visual dapat mengimplementasikan keilmuannya dalam konteks nyata melalui pendampingan berbasis desain, sementara Yayasan Panti Nugraha memperoleh peningkatan kapasitas dalam pengelolaan komunikasi digital yang efektif dan berkelanjutan. Harapannya adalah terciptanya identitas visual digital yayasan yang kuat dan konsisten dan peningkatan daya tarik publik terhadap kegiatan sosial.

METODE

Metode pendekatan yang digunakan dalam program ini berbasis pada model *Design thinking*, sebuah pendekatan kreatif dan *human-centered* yang sering digunakan dalam proses desain komunikasi visual untuk merancang solusi berbasis kebutuhan pengguna. *Design thinking* adalah pendekatan pemecahan masalah yang berpusat pada manusia (*human-centered*), yang menggabungkan aspek kognitif, kreatif, dan praktis untuk menghasilkan solusi inovatif. Metode ini menekankan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna, menantang asumsi yang ada, dan mendefinisikan ulang masalah untuk menemukan solusi alternatif yang mungkin tidak langsung terlihat (K Watini, 2024). Dalam penerapan IPTEK, tahapan yang akan diterapkan dalam *design thinking* (Renaldo, 2022) mencakup *empathize* (memahami mitra dan konteks sosial yayasan), *define* (merumuskan permasalahan utama), *ideate* (menghasilkan ide-ide desain dan struktur *template* media sosial), *prototype* (membuat draf desain *template* media sosial), serta *test* (melakukan uji coba *template* media sosial dan menerima masukan dari mitra untuk penyempurnaan).



Gambar 1. Diagram Alur Kegiatan PKM
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan di Yayasan Panti Nugraha, Jl. Bango Raya IV No.44 Pondok Labu, Cilandak, Jakarta Selatan. Dilaksanakan pada rentang waktu bulan November 2025 sampai dengan Februari 2026. Berdasarkan kesepakatan antara tim pengabdian kepada masyarakat dan mitra. Berikut adalah hasil akhir dari pendampingan

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha

Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti,
 Faisal Akbar, Anugrah Cisara

perancangan konten media sosial untuk mewujudkan konsistensi identitas visual digital pada Yayasan Panti Nugraha.



Gambar 2. Hasil Re-design Konten Media Sosial Dokumentasi Kegiatan & Program YPN
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)



Gambar 3. Hasil Re-Design Konten Media Sosial Video Reels, Profile & Ucapan Hari Besar YPN
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

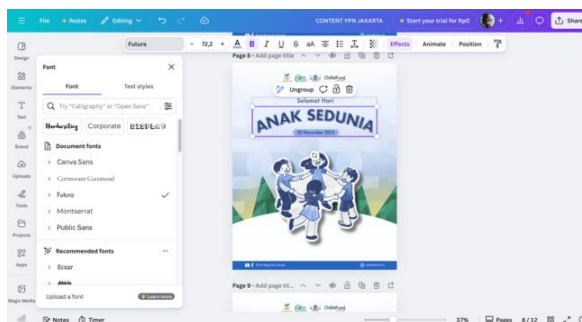
Pembahasan

Pada proses perancangan *template* konten media dikerjakan secara digital menggunakan aplikasi desain grafis Canva. Penggunaan aplikasi Canva pada dasarnya menjadi alternatif paling efektif dalam merancang konten media sosial. Hal ini berdasarkan pada ekosistem *template* pada canva yang siap digunakan. Berbeda dengan aplikasi grafis seperti photoshop dan illustrator, canva sudah memiliki *template* yang terkurasi secara estetis (Gehred, 2020). Di

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha

Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti,
Faisal Akbar, Anugrah Cisara

sisi lain, canva juga menyediakan beragam ukuran yang sudah menyesuaikan dari ciri khas media sosial yang digunakan, dalam hal ini Instagram mulai dari instastory hingga *feed* instagram (Goodsel, 2023).



Gambar 4. Proses Pembuatan *Template* Konten Dalam Aplikasi Canva
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Untuk identitas visual dari Yayasan Panti Nugraha kami membuat panduan konten asset yaitu ikon *children illustration* yang dibuat menggunakan aplikasi Procreate dengan gaya flat desain tanpa gradasi dan *fill colour* agar latar atau tulisan dalam konten dapat terlihat.



Gambar 5. Ikon *children illustration*
 Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

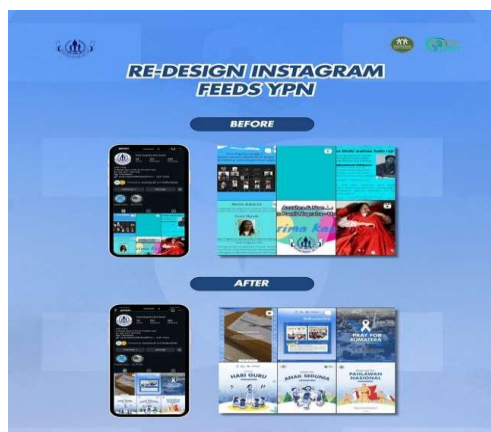
Dengan karakter dan warna biru yang merupakan identitas dari yayasan, ikon ilustrasi dapat diaplikasikan dalam setiap pembuatan konten media sosial yayasan, karena Identitas visual dalam media sosial memiliki peran fundamental sebagai instrumen penarik atensi (*visual attention*) dan pembentuk persepsi audiens di tengah padatnya arus informasi digital (Zhou & Xue, 2021). Selain itu, kami juga memberikan panduan *color palette* dan jenis font dalam *template* agar terlihat kekonsistensian dalam setiap konten. Dalam penelitiannya, para sarjana telah membuktikan bahwa elemen visual yang konsisten dan strategis baik melalui produk maupun representasi manusia secara signifikan memengaruhi durasi fiksasi mata pengguna yang menjadi pintu utama dalam proses kognitif memperkenalkan sebuah produk atau entitas lembaga (Butcher & Pecot, 2022; Koutromanou, Sotirakou & Mourlas, 2023; Simanov, 2025).

**Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi
 Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha**
 Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti,
 Faisal Akbar, Anugrah Cisara



Gambar 6. Panduan Konten Asset YPN
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Identitas visual yang kuat tidak hanya berfungsi sebagai pembeda estetika, tetapi juga berperan dalam mempercepat proses identifikasi merek oleh audiens (Kim, Leung&McKneely, 2023) yang memiliki peran krusial dalam platform berbasis visual seperti Instagram di mana kecepatan pemrosesan informasi menjadi kunci efektivitas komunikasi (Dhanesh, Duthler & Li, 2022). Lebih lanjut, efektivitas identitas visual berdampak langsung pada pengenalan merek dan pembentukan sikap konsumen (Cui, 2024; Yu, Abidin & Shaari, 2024)). Strategi integrasi elemen visual memungkinkan merek untuk menyampaikan identitas intinya secara instan, sehingga dapat meningkatkan kualitas interaksi antara konten dan pengguna tanpa memerlukan keterlibatan tekstual yang mendalam (Shou & Sue, 2021).



Gambar 7. Tampilan Sebelum & Sesudah Mockup Instagram Feeds YPN

**Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi
 Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha**
*Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti,
 Faisal Akbar, Anugrah Cisara*

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Tabel 1. Hasil Pendampingan

Ket. Nama Konten	Sebelum Pendampingan	Sesudah Pendampingan
Profile YPN		

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha
Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti, Faisal Akbar, Anugrah Cisara

Program YPN



Lihat insight

Promosikan postingan



Lihat insight

Promosikan postingan



Lihat insight

Promosikan postingan



Lihat insight

Promosikan postingan

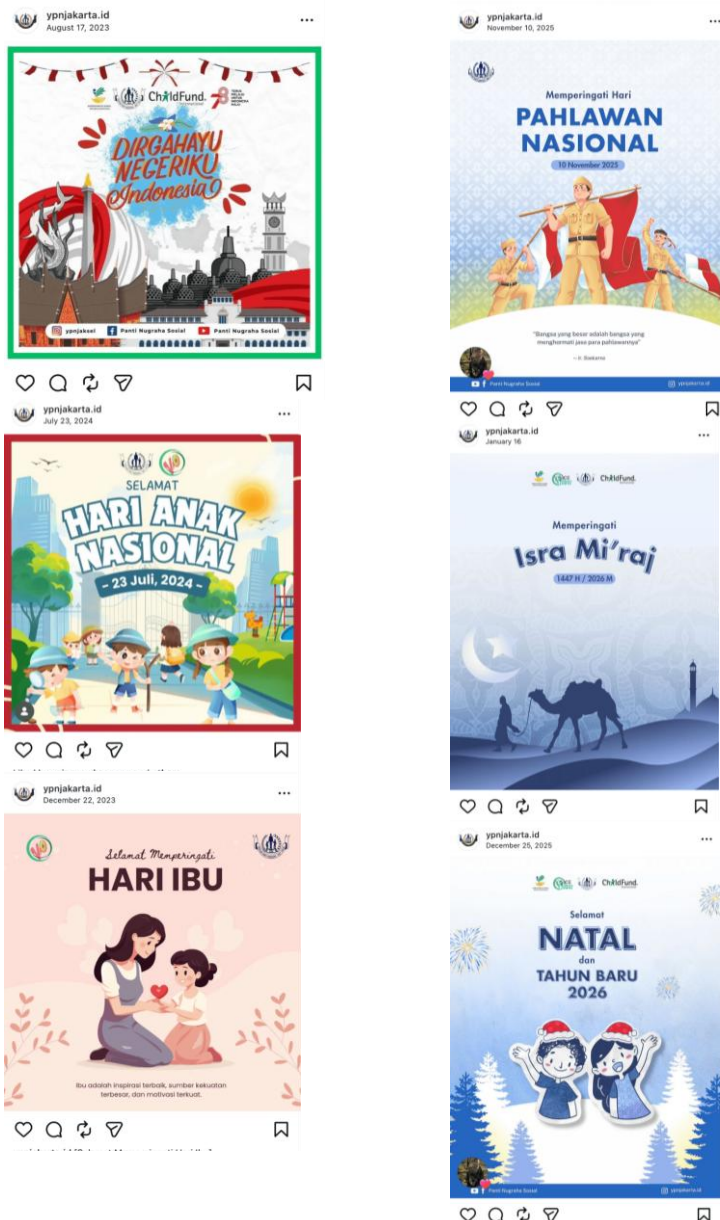


Lihat insight

Promosikan postingan

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha
Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti, Faisal Akbar, Anugrah Cisara

Dokumentasi Kegiatan



Ket.

Dalam konten sebelum pendampingan terlihat belum ada konsistensi identitas visual.

Setelah pendampingan sudah terlihat konsistensi identitas visual yang dapat terlihat dari elemen visual seperti warna, tipografi, logo, ikon dll.

Sumber: Dokumentasi Pribadi (2025)

Seperti terlihat pada tabel 1, hasil pendampingan desain tampilan sebelum dan sesudah *feed* dalam konten *feed* pada gambar diatas memiliki rasio 4:5 ukuran potrait ukuran 1080 x 1350 piksel untuk *feed*, Rasio 9:16 untuk ukuran reels dan story ukuran 1080 x 1920 piksel untuk ukuran layar penuh. Adapun elemen yang dimuat berupa perpaduan antara logo, foto, ikon

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha

Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti, Faisal Akbar, Anugrah Cisara

ilustrasi dan elemen visual lain seperti warna dan tipografi yang sudah disiapkan dalam *template* aplikasi Canva yang dapat diakses oleh pihak mitra. Dapat disimpulkan bahwa penggunaan strategi visual yang tepat dapat menstimulasi respons emosional yang lebih positif, yang pada akhirnya memvalidasi pemilihan alat bantu desain yang mengedepankan efisiensi dan kecepatan, dalam hal ini Canva, menjadi relevan digunakan yang mempertimbangkan efisiensi serta konsistensi identitas visual dalam siklus konten media sosial yang membutuhkan informasi cepat.

PENUTUP

Program pengabdian kepada masyarakat melalui pendampingan perancangan konten media sosial untuk mewujudkan konsistensi identitas visual digital pada Yayasan Panti Nugraha telah berhasil dilaksanakan dengan baik. Melalui kegiatan ini, Tim Abdimas yang terdiri dari dosen Desain Komunikasi Visual telah memberikan kontribusi nyata dalam mengembangkan identitas visual lembaga sosial di bidang media digital. Pendampingan yang dilakukan mencakup berbagai aspek, mulai dari perancangan konsep desain, pemilihan elemen visual, hingga proses produksi dan evaluasi hasil akhir.

Secara keseluruhan, kesimpulan yang bisa didapat dari perancangan konten media sosial Yayasan Panti Nugraha ini adalah bahwa perancangan ini menggunakan karakteristik ikon ilustrasi, warna, font, menggunakan elemen visual yang diciptakan berdasarkan pengembangan sehingga tercipta desain baru yang memiliki kesesuaian antara media satu dengan media yang lain. Dengan demikian, nilai-nilai dalam prinsip desain dapat terpenuhi, yaitu prinsip desain kesatuan atau *unity*.

Selain itu, keterlibatan akademisi dalam proyek ini merupakan implementasi dari Tridarma Perguruan Tinggi, khususnya dalam aspek pengabdian kepada masyarakat. Program ini memberikan kesempatan bagi dosen untuk menerapkan keahlian akademis mereka dalam konteks industri nyata, sehingga *transfer knowledge* dapat berlangsung secara efektif. Hasil dari kegiatan ini tidak hanya memberikan manfaat bagi Yayasan Panti Nugraha, tetapi juga memperkaya pengalaman akademik para dosen dalam memahami kebutuhan dan tantangan industri kreatif sebuah lembaga sosial di Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindyakirana, F. (2025). Cara Membuat *Template* di Instagram untuk Konten Kreatif. Kapanlagi.Com. <https://www.kapanlagi.com/feeds/cara-membuat-template-di-instagram-untuk-konten-kreatif-45ed6a155b.html?page=2>
- Ardani, M. W., Kusumandyoko, T. C., & Bangsawan, A. (2025). Desain Guideline Book *Feed* Instagram Untuk Promosi Produk Batik SMK Siswa Budhi. *ArtComm: Jurnal Komunikasi dan Desain*, 8(1), 35-45.
- Butcher, J., & Pecot, F. (2022). Visually communicating brand heritage on social media: champagne on Instagram. *Journal of Product & Brand Management*, 31(4), 654-670.

Pendampingan Perancangan Konten Media Sosial untuk Mewujudkan Konsistensi Identitas Visual Digital pada Yayasan Panti Nugraha

Atiek Nur Hidayati, Dini Miswanti, Vega Arivianto, Khikmah Susanti, Faisal Akbar, Anugrah Cisara

- Cui, C. (2024). Enhancing Brand Recognition through Simplified Visual Identity: Impact and Benefits. In SHS Web of Conferences (Vol. 207, p. 02019). EDP Sciences.
- Dhanesh, G., Duthler, G., & Li, K. (2022). Social media engagement with organization-generated content: Role of visuals in enhancing public engagement with organizations on Facebook and Instagram. *Public Relations Review*, 48(2), 102174.
- Gehred, A. P. (2020). Canva. *Journal of the medical library association: JMLA*, 108(2), 338.
- Goodsell, L. (2023). *Design Better and Build Your Brand in Canva: A beginner's guide to producing professional branding, marketing, and social content for businesses*. Packt Publishing Ltd.
- Heryawan, W., Iswanto, A., Hartoyo, E., & Hardiansyah, H. (2025). Penggunaan Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Dan Donasi: Studi Kasus Yayasan Indah Berbagi. *Juremi: Jurnal Riset Ekonomi*, 5(1), 281-290.
- Kim, J., Leung, X. Y., & McKneely, B. (2023). The effects of Instagram social capital, brand identification and brand trust on purchase intention for small fashion brands: the generational differences. *Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal*, 27(6), 988-1008.
- Koutromanou, E., Sotirakou, C., & Mourlas, C. (2023). Examining visual impact: predicting popularity and assessing social media visual strategies for NGOs. *Online Media and Global Communication*, 2(4), 594-620.
- Renaldo, F., Cahyati, I. D., Dody, M., Pribadi, M. R., Fajriati, R., & Kurniawan, R. (2022, January). Perancangan UI/UX Pada Aplikasi Hello Life Dengan Metode *Design thinking*. In *MDP Student Conference* (Vol. 1, No. 1, pp. 273-278).
- Simanov, L. (2025). The role of visual elements in the content of Greenfluencers on Instagram.
- YU, M., ABIDIN, S. B. Z., & SHAARI, N. B. (2024). Effects of brand visual identity on consumer attitude: a systematic literature review.
- Syaputra, A. A., & Mahendra, A. I. (2023). Penerapan Prinsip Desain Komunikasi Visual pada Instagram@ kpudiy Guna Memenuhi Kebutuhan Informasi. *Jurnal Ilmiah Global Education*, 4(3), 1564-1582.
- Watini, K., & MT, M. (2024). *Design thinking for education merancang teaching factory berbasis kondisi sekolah*. Mega Press Nusantara.
- Zhou, L., & Xue, F. (2021). Show products or show people: An eye-tracking study of visual branding strategy on Instagram. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 15(4), 729-749.