

ABSTRAK

Penelitian ini membahas efektivitas Konten Instagram sebagai media pemasaran digital pada perusahaan konsultan pendidikan di Indonesia, dengan studi kasus di PT Kuantu Prima Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *Guideline Book* sebagai pedoman pembuatan konten Instagram PT Kuantu Prima Indonesia. Permasalahan yang dihadapi perusahaan adalah kurangnya konsistensi dalam produksi konten serta tidak adanya panduan yang jelas, yang berdampak pada rendahnya efektivitas media sosial dalam membangun *branding* dan meningkatkan *engagement*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara dengan pihak internal perusahaan. Perancangan *Guideline Book* mengacu pada strategi GSM (*Graphic Standard Manual*) sebagai pedoman dalam menjaga konsistensi visual dan editorial konten *Instagram*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Kuantu Prima Indonesia *content design* dengan tema klasik dan modern, menggunakan *tone color* hijau dan putih yang merepresentasikan kesan profesional, segar, dan edukatif. *Typeface Montserrat* digunakan untuk menciptakan hierarki informasi yang jelas, sementara elemen visual seperti *supergrafis*, ilustrasi, dan ikon dirancang secara minimalis demi menjaga estetika dan keterbacaan. *Copywriting* dikembangkan dengan gaya bahasa komunikatif sesuai karakteristik *audiens*. Empat jenis *content planning* yaitu promosi, edukasi, interaktif, dan peringatan hari besar nasional disusun dalam *content calendar* pada *platform Notion* periode Juni hingga Desember 2025. Perancangan *Guideline Book* ini terbukti membantu menjaga konsistensi visual dan editorial konten, mempermudah tim kreatif dalam memproduksi materi yang selaras dengan identitas dan nilai perusahaan, serta berpotensi meningkatkan *engagement rate* secara signifikan.

Kata Kunci: *Content Design, Content Planning, Graphic Standar Manual, Guideline Book, Instagram, Media sosial*