PENERAPAN ETIKA DAN ESTETIKA DESAIN PADA PERANCANGAN COMPANY PROFILE SDN RUNGKUT KIDUL I/267 SEBAGAI MEDIA INFORMASI PENDIDIKAN

Akhmad Nizar Zaini

UPN Veteran Jawa Timur
akhmadnizar564@gmail.com

ABSTRAK

Perancangan media informasi pendidikan perlu memperhatikan aspek etika dan estetika agar informasi dapat disampaikan secara bertanggung jawab sekaligus menarik secara visual. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan etika dan estetika pada perancangan company profile SDN Rungkut Kidul I/267 sebagai media informasi pendidikan. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif dengan menganalisis penyajian informasi serta elemen visual berupa warna, tipografi, bentuk, dan layout. Hasil analisis menunjukkan bahwa konsep "Sekolah Ceria Berprestasi" melalui penggunaan warna cerah, elemen melengkung, dan tipografi sans serif sesuai dengan karakter sekolah dasar yang ramah anak. Penerapan etika dan estetika secara seimbang mendukung company profile dalam menyampaikan informasi sekolah secara komunikatif, informatif, dan sesuai dengan identitas sekolah.

Kata kunci: etika desain, estetika desain, company profile, desain komunikasi visual, media informasi pendidikan.

ABSTRACT

The design of educational information media needs to pay attention to ethical and aesthetic aspects so that information can be delivered responsibly while being visually appealing. This study aims to analyze the application of ethics and aesthetics in the design of the company profile of SDN Rungkut Kidul I/267 as an educational information media. The method used is a descriptive qualitative approach by analyzing the presentation of information and visual elements in the form of color, typography, shape, and layout. The results of the analysis show that the concept of "Cheerful High-Achieving School" through the use of bright colors, curved elements, and sans serif typography is in accordance with the character of a child-friendly elementary school. The balanced application of ethics and aesthetics supports the company profile in conveying school information in a communicative, informative, and in accordance with the school's identity.

Keywords: *design ethics, design aesthetics, company profile, visual communication design, educational information media.*

PENDAHULUAN

Media informasi memiliki peran penting dalam membantu lembaga pendidikan menyampaikan identitas, program, fasilitas, serta berbagai keunggulan kepada masyarakat. Dalam konteks pendidikan, media informasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian pesan, tetapi juga menjadi representasi visual dari identitas lembaga. Oleh karena itu, perancangan media informasi pendidikan perlu memperhatikan aspek komunikasi, etika, dan estetika agar informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan baik serta merepresentasikan institusi secara tepat.

Dalam praktik desain komunikasi visual, aspek etika memiliki hubungan dengan tanggung jawab desainer terhadap informasi dan masyarakat sebagai penerima pesan. Safanayong (2012) menjelaskan bahwa praktik desain komunikasi visual berkaitan erat dengan bahasa visual, estetika, persepsi, pengetahuan, dan perilaku manusia. Ia juga menempatkan etika desain sebagai bagian dari upaya menghasilkan desain yang berkualitas. Salah satu prinsip yang ditekankan adalah bahwa desain perlu didasarkan pada pertimbangan yang faktual dan objektif.

Konsep tersebut menunjukkan bahwa kualitas desain tidak hanya ditentukan oleh keberhasilan visualnya, tetapi juga oleh ketepatan dan tanggung jawab dalam proses penyampaian pesan. Hal ini menjadi penting pada media informasi pendidikan karena informasi yang disampaikan berkaitan langsung dengan identitas dan reputasi suatu lembaga. Pangestu dan Patriansyah (2021) juga menjelaskan bahwa desainer komunikasi visual menghadapi persoalan etika yang berkaitan dengan hubungan antara desainer, klien, dan masyarakat sebagai penerima dampak karya. Dengan demikian, pertimbangan moral dan tanggung jawab terhadap masyarakat menjadi bagian dari praktik desain komunikasi visual. Selain etika, estetika merupakan aspek penting dalam perancangan media komunikasi visual. Estetika dalam desain tidak hanya berkaitan dengan keindahan suatu objek, tetapi juga perlu dipahami berdasarkan konteks dan strategi visual yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan komunikasi.

SDN Rungkut Kidul I/267 merupakan sekolah dasar yang memiliki berbagai program, fasilitas, prestasi, serta karakter sebagai sekolah ramah anak dan sekolah Adiwiyata. Sekolah memiliki visi untuk mewujudkan peserta didik yang beriman, cerdas, terampil, mandiri, berwawasan global, dan peduli lingkungan. Identitas tersebut diwujudkan melalui berbagai kegiatan pendidikan, pembiasaan, pengembangan diri, serta kepedulian terhadap lingkungan.

Namun, sekolah menghadapi kendala dalam penyampaian informasi kepada masyarakat. Lokasi sekolah yang berada cukup masuk ke dalam pemukiman dan tidak berada di jalan utama menyebabkan keterjangkauan informasi masyarakat menjadi terbatas. Selain itu, sekolah belum memiliki media penyedia informasi yang terstruktur mengenai profil sekolah. Kondisi tersebut menunjukkan perlunya media yang mampu menyajikan informasi sekolah secara sistematis sekaligus merepresentasikan identitas sekolah melalui pendekatan visual yang sesuai. *Company profile* kemudian dirancang dalam bentuk buku cetak dan media digital PDF. Media tersebut memuat sambutan kepala sekolah, sejarah, visi dan misi, informasi dasar sekolah, struktur organisasi, fasilitas, ekstrakurikuler, prestasi, galeri dokumentasi, data guru dan murid, peta lokasi, serta jalur pendaftaran.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan etika dan estetika desain pada perancangan *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267 sebagai media informasi pendidikan. Analisis difokuskan pada kesesuaian penyajian informasi dengan identitas sekolah serta penerapan unsur visual yang mendukung fungsi komunikasi dan karakter lembaga pendidikan.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan objek berupa hasil dari perancangan *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267. Pendekatan ini digunakan untuk mendeskripsikan dan menganalisis penerapan etika dan estetika berdasarkan data serta hasil visual yang terdapat dalam *company profile*.

Data yang digunakan untuk proses perancangan berasal dari proses pengumpulan data pada perancangan sebelumnya, meliputi wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Wawancara dilakukan kepada pihak sekolah untuk memperoleh informasi mengenai identitas dan kondisi sekolah.

Observasi dilakukan untuk mengamati lingkungan, fasilitas, serta aktivitas sekolah, sedangkan dokumentasi digunakan untuk memperoleh data tertulis, foto fasilitas, dokumentasi kegiatan, dan arsip prestasi sekolah.

Penggunaan data faktual tersebut dianalisis berdasarkan prinsip etika desain yang menekankan pertimbangan faktual dan objektif dalam proses perancangan. Safanayong (2012) menempatkan aspek kebenaran sebagai bagian penting dalam etika desain serta menekankan integrasi antara *right design* dan *good design*. Berdasarkan prinsip tersebut, aspek etika dalam penelitian ini dianalisis melalui tiga indikator, yaitu kesesuaian informasi dengan kondisi sekolah, kesesuaian representasi visual dengan identitas sekolah, serta tanggung jawab dalam menyampaikan informasi kepada audiens.

Sementara itu, aspek estetika dianalisis melalui unsur visual yang terdapat pada *company profile*. Unsur yang diamati meliputi warna, tipografi, bentuk, fotografi, komposisi, layout, dan konsistensi visual. Pemilihan unsur tersebut didasarkan pada penelitian Pradika et al. (2020) yang menggunakan ilustrasi, tipografi, dan warna sebagai unsur pembentuk estetika dalam desain komunikasi visual.

Hasil pengamatan kemudian dibandingkan dengan prinsip etika dan estetika desain untuk melihat hubungan antara keputusan visual dengan fungsi *company profile* sebagai media informasi pendidikan.

PEMBAHASAN

Penerapan etika dalam penyajian informasi

Etika desain dalam *company profile* pendidikan berkaitan dengan tanggung jawab desainer dalam mengolah dan menyampaikan data yang diperoleh mengenai suatu institusi. Safanayong (2012), menekankan pentingnya pertimbangan faktual dan objektif dalam etika desain serta menempatkan desain yang benar sebagai bagian penting dalam menghasilkan desain yang ideal. Prinsip tersebut relevan dengan perancangan *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267 karena informasi yang disampaikan berkaitan dengan identitas dan kondisi nyata sekolah.

Company profile disusun menggunakan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data tersebut kemudian digunakan untuk menyusun informasi mengenai sejarah sekolah, visi dan misi, fasilitas, program, ekstrakurikuler, prestasi, profil guru dan staff, serta informasi pendaftaran. Penggunaan sumber informasi tersebut menunjukkan adanya upaya untuk mendasarkan isi *company profile* pada kondisi sekolah yang sebenarnya, bukan semata-mata membentuk citra visual yang tidak memiliki dasar informasi.





Gambar 1. Desain *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267
Sumber: Rancangan final *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267

Informasi yang disajikan juga dilakukan secara terstruktur. Informasi yang tersedia di dalam *Company profile* mencakup informasi institusional seperti sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, fasilitas, ekstrakurikuler, prestasi, galeri, data guru, lokasi, serta jalur pendaftaran. Struktur tersebut memberikan ruang bagi audiens untuk memperoleh gambaran sekolah secara lebih menyeluruh.

Hal tersebut sejalan dengan pandangan Pangestu dan Patriansyah (2021) bahwa desainer komunikasi visual perlu mempertimbangkan persoalan etika berdasarkan hubungan antara desainer, klien, dan masyarakat yang menerima karya. Dalam konteks *company profile*, masyarakat tidak hanya berperan sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai pihak yang dapat membentuk persepsi terhadap sekolah berdasarkan informasi yang ditampilkan. Oleh karena itu, penyajian informasi yang sesuai dengan data sekolah menjadi bagian dari tanggung jawab etis perancangan.

Etika dan representasi identitas sekolah

Etika tidak hanya berkaitan dengan akurasi informasi verbal, tetapi juga dengan kesesuaian representasi visual terhadap identitas objek. Ini sejalan dengan Newman & Schwarz (2024), yang menyebutkan bahwa gambar dapat membentuk persepsi dan penilaian audiens, bahkan ketika gambar tersebut digunakan di luar konteks aslinya atau dipadukan dengan informasi yang menyesatkan. *Company profile* yang telah dirancang menggunakan konsep "Sekolah Ceria Berprestasi" sebagai konsep utama visual. Konsep tersebut dibangun dari karakter sekolah sebagai sekolah ramah anak serta berbagai prestasi yang dimiliki sekolah.

Pemilihan konsep tersebut menunjukkan adanya hubungan antara pesan yang dibangun dengan karakter objek. Istilah "ceria" digunakan untuk merepresentasikan karakter sekolah yang ramah anak, sedangkan "berprestasi" didukung oleh keberadaan dokumentasi prestasi sekolah. Dengan demikian, konsep visual tidak hanya berfungsi sebagai slogan, tetapi memiliki dasar pada identitas dan kondisi sekolah.



Gambar 2. Deklarasi sekolah ramah anak SDN Rungkut Kidul I/267
Sumber: Dokumen Pribadi



Gambar 4. Dokumentasi murid SDN Rungkut I/267 yang meraih juara karate
Sumber: Dokumen Pribadi

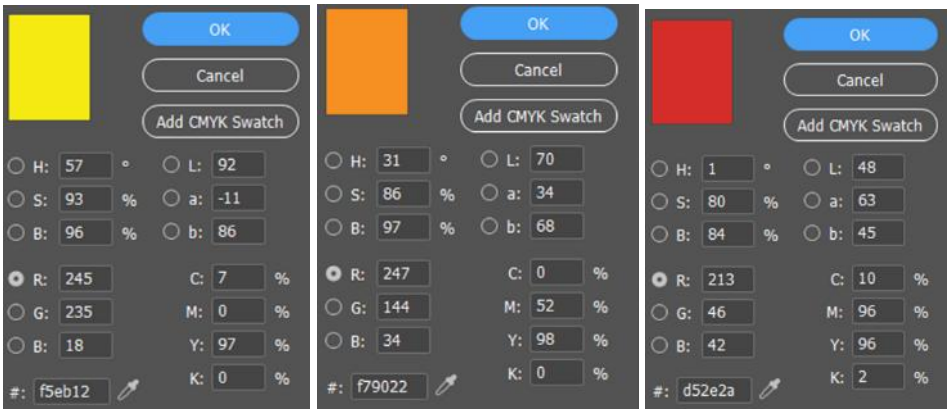
Penerapan estetika melalui konsep visual

Estetika pada *company profile* diterapkan melalui konsep "Sekolah Ceria Berprestasi" yang diterjemahkan ke dalam gaya visual modern dan bersih, ditambah dengan elemen grafis sederhana serta ilutrasi tambahan bergaya kartun. Arah visual tersebut dirancang dengan mempertimbangkan keterbacaan serta karakter sekolah dasar.



Gambar 5. Penggunaan elemen grafis sederhana serta ilustrasi
Sumber: Rancangan final *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267

Warna menjadi salah satu unsur utama dalam membangun karakter visual. *Company profile* menggunakan warna merah, kuning, dan oranye sebagai warna utama. Kombinasi tersebut digunakan untuk membangun kesan ceria, energik, dan positif yang sesuai dengan konsep "Sekolah Ceria Berprestasi".



Gambar 6. Warna yang digunakan dalam *company profile*
Sumber: Dokumen pribadi



Gambar 7. Implementasi warna yang dipilih ke dalam *company profile.*
Sumber: Rancangan final *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267

Penerapan estetika melalui tipografi dan keterbacaan

Tipografi pada company profile menggunakan Swiss721 Blk BT sebagai *heading* dan Montserrat sebagai *body text*. Kedua jenis huruf tersebut memiliki karakter sans serif yang memberikan kesan modern dan minimalis sekaligus mendukung keterbacaan.



Gambar 8. Jenis tipografi yang digunakan di *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267
Sumber: Dokumen Pribadi

Pemilihan dua jenis tipografi berdasarkan fungsi teks membantu membentuk hierarki visual. *Heading* memiliki karakter yang lebih tegas sehingga dapat menjadi penanda bagian, sedangkan *body text* menggunakan bentuk yang lebih sederhana agar informasi dalam jumlah banyak tetap dapat dibaca dengan nyaman.

Keseimbangan etika dan estetika

Pada *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267, aspek etika terdapat dalam penggunaan data sekolah sebagai dasar informasi dan upaya menyesuaikan representasi visual dengan identitas sekolah. Sementara itu, aspek estetika diterapkan melalui warna, tipografi, elemen grafis, dan fotografi yang ada di dalam *company profile.*

Keseimbangan tersebut penting karena media informasi yang hanya mengutamakan estetika berpotensi menghasilkan tampilan yang menarik tetapi tidak memberikan informasi yang memadai, faktual, dan sesuai dengan realita sekolah. Sebaliknya, media yang hanya berfokus pada kelengkapan informasi tanpa memperhatikan estetika dapat mengurangi aspek kenyamanan dan daya tarik yang didapatkan audiens. Oleh karena itu, penerapan kedua aspek secara seimbang memungkinkan *company profile* berfungsi sebagai media informasi sekaligus representasi visual sekolah.

Dalam konteks tersebut, *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267 menunjukkan bahwa estetika tidak digunakan semata-mata untuk memperindah tampilan, tetapi untuk membantu mengkomunikasikan karakter sekolah. Sementara itu, etika menjadi dasar agar informasi yang disampaikan tetap memiliki keterkaitan dengan identitas dan fakta yang tersedia di sekolah.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Penerapan etika dan estetika pada *company profile* SDN Rungkut Kidul I/267 menunjukkan bahwa kedua aspek tersebut memiliki peran yang saling melengkapi dalam membentuk media informasi pendidikan. Aspek etika diterapkan melalui metode pengumpulan data serta penggunaan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi sebagai dasar penyusunan informasi serta melalui kesesuaian konsep visual dengan identitas sekolah.

Aspek estetika diterapkan melalui konsep “Sekolah Ceria Berprestasi” yang diwujudkan melalui penggunaan warna merah, kuning, dan oranye, elemen grafis, tipografi, fotografi, serta gaya visual modern dan bersih. Unsur-unsur tersebut tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga membantu membangun karakter dan hierarki informasi dalam *company profile*.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penerapan etika dan estetika secara seimbang mendukung fungsi *company profile* sebagai media informasi yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga berupaya menyampaikan identitas sekolah secara informatif dan bertanggung jawab.

Sebagai rekomendasi, konsistensi identitas visual yang telah dibangun melalui company profile perlu dipertahankan pada media komunikasi sekolah lainnya. Pengembangan media berikutnya juga dapat mempertimbangkan evaluasi langsung kepada audiens, khususnya wali murid dan masyarakat, untuk mengetahui tingkat keterbacaan, pemahaman informasi, serta penerimaan visual terhadap identitas sekolah.

REFERENSI

Pangestu, R., & Patriansyah, M. (2021). Desain komunikasi visual dan moralitas. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya, 6*(2).

Pradika, M. D. A., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2020). Kajian ilustrasi, tipografi, dan warna dalam membentuk estetika pada desain kemasan Pod Cokelat Edisi Dark Chocolate Bali. *Prabangkara: Jurnal Seni Rupa dan Desain, 24*(2), 59–63.

Safanayong, Y. (2012). Etika desain. *Desain Grafis Indonesia*.

Widyatmoko, F. X. (2011). Estetika (dalam) desain. *Jurnal PS Desain Komunikasi Visual FSR ISI Yogyakarta*, 1.

Newman, E. J., & Schwarz, N. (2024). Misinformed by images: How images influence perceptions of truth and what can be done about it. *Current Opinion in Psychology, 56*, Article 101778. https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101778