PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL DALAM MEMPERKUAT IDENTITAS INSTITUSI PENDIDIKAN SMP MUHAMMADIYAH 18 SURABAYA

Dwi Wahyu Nova Prasetyo[1], Lisa Odillia[2], dan Masnuna[3]

[1)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
dwiwahyunovaprasetyo@gmail.com
[2)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
lisa_odillia.dkv@upnjatim.ac.id
[3)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
masnuna.dkv@upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Persaingan antar sekolah di kota besar menuntut institusi pendidikan tidak hanya memiliki kualitas akademik yang baik, tetapi juga mampu membangun identitas institusi melalui media komunikasi visual yang efektif. Company profile SMP Muhammadiyah 18 Surabaya sebelumnya dinilai belum optimal karena penyajian informasi yang kurang sistematis serta identitas visual yang belum konsisten. Penelitian ini bertujuan merancang ulang buku company profile sebagai media komunikasi visual untuk memperkuat identitas institusi pendidikan menggunakan metode Design Thinking yang meliputi tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test*, didukung observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan analisis visual. Hasil perancangan berupa buku company profile cetak dan flipbook digital dengan struktur informasi yang lebih terarah, identitas visual yang konsisten, serta pendekatan visual storytelling. Media yang dihasilkan mampu meningkatkan efektivitas komunikasi institusi, memperkuat identitas SMP Muhammadiyah 18 Surabaya, serta mendukung penyampaian informasi kepada masyarakat secara lebih informatif dan profesional.

Kata Kunci: company profile, komunikasi visual, identitas institusi pendidikan.

ABSTRACT

Competition among schools in urban areas requires educational institutions not only to provide quality education but also to establish a strong institutional identity through effective visual communication media. The existing company profile of SMP Muhammadiyah 18 Surabaya was considered ineffective due to its unsystematic information structure and inconsistent visual identity. This study aims to redesign the school's company profile as a visual communication medium to strengthen its institutional identity using the Design Thinking method, consisting of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test, supported by observation, interviews, documentation studies, and visual analysis. The outcome includes a printed company profile book and a digital flipbook featuring a well-structured information hierarchy, consistent visual identity, and a visual storytelling approach. The redesigned media enhances institutional communication, strengthens the identity of SMP Muhammadiyah 18 Surabaya, and supports the delivery of information to the public in a more informative and professional manner.

Keywords: *company profile, visual communication, educational institution identity.*

PENDAHULUAN

Persaingan antar sekolah menengah pertama di kota besar seperti Surabaya semakin kompetitif seiring meningkatnya perhatian masyarakat terhadap kualitas dan citra institusi pendidikan. Sekolah tidak lagi cukup hanya menyampaikan layanan akademik, tetapi juga perlu mengomunikasikan karakter, nilai, dan keunggulannya secara jelas kepada orang tua dan calon peserta didik. Dalam konteks tersebut, komunikasi visual menjadi bagian penting dari pembentukan persepsi institusi. Hemsley-Brown dan Oplatka (2015) menunjukkan bahwa pilihan terhadap institusi pendidikan berkaitan dengan persepsi

dan informasi yang diterima calon pengguna, sedangkan Wheeler (2017) menempatkan identitas visual sebagai sistem yang membantu organisasi membangun pengenalan dan konsistensi merek.

SMP Muhammadiyah 18 Surabaya menghadapi tantangan komunikasi, terutama karena lokasi sekolah kurang menonjol sehingga media komunikasi berperan penting dalam meningkatkan visibilitas. Berdasarkan observasi dan peninjauan terhadap company profile lama, ditemukan bahwa informasi belum disusun secara runtut, visual belum merepresentasikan karakter sekolah secara konsisten, dan dokumentasi aktivitas belum dimanfaatkan secara optimal. Kondisi tersebut membuat media lebih bersifat deskriptif daripada komunikatif dan belum sepenuhnya mendukung upaya sekolah dalam membangun citra serta kepercayaan publik.

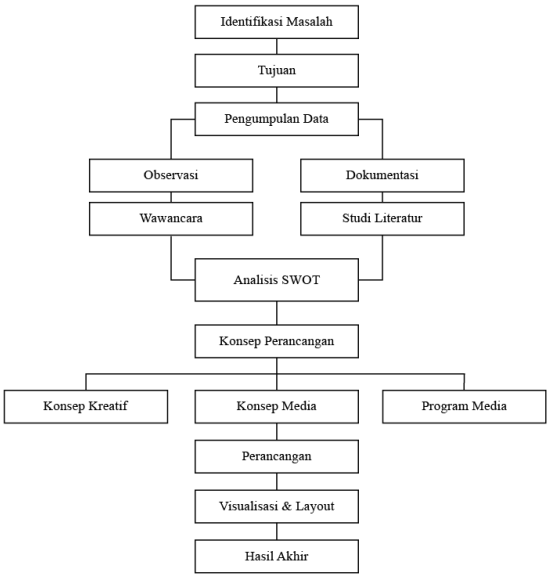
Dari perspektif desain komunikasi visual, struktur informasi dan tata letak perlu disusun agar pembaca dapat menangkap pesan utama secara bertahap. Rustan (2019) menekankan pentingnya *layout* dalam mengatur hubungan antarunsur visual sehingga informasi dapat dibaca secara terarah. Dalam konteks promosi, Kotler dan Keller (2016) juga menempatkan komunikasi sebagai bagian penting dari proses penyampaian nilai kepada audiens. Oleh karena itu, company profile tidak diposisikan sebagai katalog data semata, melainkan sebagai media yang menggabungkan informasi, identitas visual, dan narasi institusi.

Permasalahan tersebut dirumuskan menjadi dua fokus: bagaimana kondisi company profile lama ditinjau dari struktur informasi, penyajian visual, dan konsistensi identitas; serta bagaimana identitas visual sekolah dapat diterapkan secara konsisten melalui perancangan ulang. Tujuan perancangan adalah menghasilkan media company profile yang informatif, komunikatif, dan representatif terhadap karakter SMP Muhammadiyah 18 Surabaya.

METODOLOGI

Perancangan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang menempatkan kebutuhan pengguna dan pemahaman masalah sebagai dasar pengembangan solusi. Brown (2009) menjelaskan *Design Thinking* sebagai pendekatan pemecahan masalah yang menghubungkan kebutuhan manusia, kemungkinan teknologi, dan tujuan organisasi. Dalam penelitian ini, proses tersebut diterapkan melalui lima tahap: *empathize*, *define, ideate, prototype,* dan *test.*

Tahap *empathize* dilakukan melalui observasi lingkungan sekolah, peninjauan company profile lama, wawancara dengan pihak sekolah, serta pengumpulan dokumentasi kegiatan. Tahap *define* digunakan untuk merumuskan masalah utama, yaitu struktur informasi yang belum sistematis, identitas visual yang belum konsisten, dan kebutuhan terhadap media yang lebih representatif. Tahap *ideate* menghasilkan alternatif konsep, struktur konten, gaya visual, warna, tipografi, dan arah fotografi. Tahap prototype diwujudkan dalam rancangan layout dan sistem visual buku. Tahap *test* dilakukan melalui evaluasi rancangan dengan pihak sekolah dan calon pengguna sebagai dasar penyempurnaan.



Gambar 1. Skema perancangan
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Pengumpulan dan analisis data

Data diperoleh melalui observasi, wawancara, studi dokumentasi, dan studi literatur. Observasi digunakan untuk memahami kondisi fisik sekolah, suasana belajar, aktivitas siswa, dan penggunaan media sebelumnya. Wawancara digunakan untuk menggali nilai inti, program, keunggulan, kendala promosi, serta kebutuhan terhadap company profile baru. Studi dokumentasi menghasilkan data mengenai identitas sekolah, program, fasilitas, prestasi, dan materi visual. Studi literatur digunakan sebagai landasan mengenai identitas visual, branding, layout, promosi, dan *Design Thinking*.

Analisis dilakukan secara kualitatif dengan mereduksi data, mengelompokkan temuan, lalu menarik insight yang menjadi dasar keputusan desain. Analisis visual membandingkan company profile lama dengan kebutuhan komunikasi sekolah melalui aspek hierarki informasi, konsistensi warna dan tipografi, tata letak, kualitas fotografi, serta kekuatan narasi. Proses analisis mengikuti prinsip penelitian kualitatif yang menempatkan data lapangan sebagai dasar interpretasi (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019).

PEMBAHASAN

Temuan masalah dan kebutuhan komunikasi

Hasil observasi menunjukkan bahwa company profile lama belum menyajikan informasi secara runtut dan belum memanfaatkan potensi visual sekolah secara maksimal. Foto aktivitas siswa, interaksi pembelajaran, fasilitas, dan kegiatan ekstrakurikuler sebenarnya memiliki nilai komunikatif, tetapi belum dirangkai menjadi narasi institusional yang utuh. Dari sisi visual, penggunaan elemen desain belum membentuk sistem yang konsisten sehingga identitas sekolah sulit dikenali melalui satu kesatuan media.



Gambar 2. Dokumentasi fasilitas sekolah
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Temuan tersebut menghasilkan tiga kebutuhan utama. Pertama, informasi perlu disusun secara hierarkis mulai dari pengenalan sekolah, identitas, program, fasilitas, prestasi, hingga informasi penerimaan peserta didik baru. Kedua, sistem visual perlu dibuat konsisten agar warna, tipografi, grid, dan gaya fotografi bekerja sebagai satu identitas. Ketiga, konten perlu menggunakan pendekatan visual *storytelling* agar pembaca memahami bukan hanya apa yang dimiliki sekolah, tetapi juga pengalaman belajar dan karakter yang ditawarkan.

Konsep kreatif dan sistem visual

Konsep kreatif dirumuskan melalui *big idea* “Sekolah Islam Kreatif yang Menumbuhkan Karakter, Potensi, dan Pengalaman Belajar Nyata.” Konsep tersebut diterjemahkan melalui pendekatan visual *storytelling* untuk memperkuat identitas institusi. Konsep ini menempatkan sekolah sebagai ruang tumbuh yang aktif, religius, dan relevan dengan perkembangan zaman. Penyajian konten menggunakan pendekatan visual storytelling dengan teks ringkas yang berfungsi sebagai pengantar visual. Urutan informasi dibuat bertahap agar pembaca dapat mengenali sekolah sebelum masuk ke program, prestasi, dan informasi pendukung.

Arah visual menggunakan gaya modern-edukatif dengan tata letak bersih dan terstruktur. Hijau digunakan sebagai warna dominan untuk merepresentasikan nilai keislaman, pertumbuhan, dan keseimbangan, sedangkan oranye menjadi aksen untuk menghadirkan kesan energik, kreatif, dan optimis. Garis, blok warna, fotografi aktivitas, dan grid digunakan untuk membentuk hierarki visual. Pendekatan ini bertujuan menjaga keseimbangan antara karakter religius dan citra progresif sekolah.



Gambar 3. Hasil layout buku secara keseluruhan
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Konsep media dan struktur konten

Media utama berupa buku company profile berukuran B5 (17,6 × 25 cm) dengan orientasi potret dan 29 halaman. Format dipilih karena proporsional untuk dibaca dan dibawa, sekaligus memberikan ruang yang cukup untuk memadukan teks dan fotografi. Rancangan juga diwujudkan dalam bentuk flipbook digital dengan sistem visual yang sama sehingga identitas dapat diterapkan secara konsisten pada dua bentuk distribusi.

Tabel 1. Spesifikasi Buku

Spesifikasi	Keterangan
Ukuran	B5 (17,6 × 25 cm)
Jumlah halaman	29 halaman
Kertas cover	Art Paper 260 gsm
Kertas isi	Splendorgel
Laminasi	Laminasi doff
Jilid	Soft cover

Sumber: Dokumentasi perancangan, 2025

Tabel 2. Struktur konten buku

Konten Utama	Konten Pendukung
Sejarah singkat	Program ekstrakurikuler
Visi, misi, nilai	Siswa berprestasi
Identitas sekolah	Rasio kelulusan siswa
Bagan struktur organisasi	Galeri dokumentasi

	Profil guru dan staf	Statistik sekolah
	Fasilitas sekolah	Informasi PPDB
Sumber:	Program akademik	Penutup dan kontak

Dokumentasi perancangan, 2025



Gambar 4. Mockup buku company profile
Sumber: Dokumentasi pribadi, 2025

Evaluasi hasil perancangan

Hasil akhir memperlihatkan penerapan sistem visual yang lebih terintegrasi dibandingkan media sebelumnya. Struktur informasi dibuat hierarkis, warna hijau dan oranye digunakan secara konsisten, sedangkan tipografi dan layout berbasis grid menjaga keterbacaan. Fotografi aktivitas sekolah ditempatkan sebagai bukti visual yang memperkuat informasi verbal. Dengan demikian, media tidak hanya menyampaikan data, tetapi juga membangun pengalaman membaca yang lebih terarah.

Secara fungsional, rancangan diarahkan untuk mendukung empat kebutuhan komunikasi: awareness melalui identitas visual yang mudah dikenali; *engagement* melalui fotografi dan narasi aktivitas; edukasi melalui penyajian program dan nilai sekolah; serta promosi melalui informasi keunggulan dan PPDB. Klaim peningkatan dalam penelitian ini diposisikan sebagai hasil evaluasi desain, bukan pengukuran kuantitatif terhadap perubahan jumlah pendaftar.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perancangan buku *company profile* SMP Muhammadiyah 18 Surabaya dilakukan untuk menjawab persoalan struktur informasi, konsistensi identitas visual, dan efektivitas komunikasi media promosi. Hasil analisis menunjukkan bahwa *company profile* lama belum sepenuhnya merepresentasikan karakter sekolah karena alur informasi dan sistem visual belum terintegrasi. Melalui pendekatan *Design Thinking*, kebutuhan tersebut diterjemahkan menjadi konsep visual modern-edukatif dengan pendekatan visual storytelling.

Hasil perancangan berupa buku cetak dan flipbook digital dengan sistem visual yang sama. Penggunaan hierarki informasi, warna hijau dan oranye, grid, tipografi, serta fotografi aktivitas sekolah membentuk media yang lebih terstruktur dan representatif. Rancangan tersebut mendukung fungsi awareness, engagement, edukasi, dan promosi sekolah. Dengan demikian, company profile dapat diposisikan sebagai media komunikasi strategis yang sekaligus merepresentasikan identitas visual institusi. Rekomendasi ditujukan kepada sekolah agar menggunakan sistem visual secara konsisten pada kegiatan promosi seperti PPDB, presentasi institusi, dan kerja sama eksternal. Sistem yang telah dirancang juga dapat dikembangkan ke media digital lain seperti website dan media sosial. Evaluasi konten perlu dilakukan secara berkala agar informasi program, prestasi, dan kebijakan sekolah tetap relevan.

REFERENSI

Brown, T. 2009. *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. New York: Harper Business.

Creswell, J.W. 2014. *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 4th ed. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Hemsley-Brown, J. & Oplatka, I. 2015. *Higher Education Consumer Choice. London: Palgrave Macmillan.*

Kotler, P. & Keller, K.L. 2016. *Marketing Management.* 15th ed. Pearson Education.

Rustan, S. 2019. *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta.

Wheeler, A. 2017. *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. 5th ed. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.