UPAYA PENGUATAN IDENTITAS LEMBAGA PENDIDIKAN MELALUI PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SMP NEGERI 15 SURABAYA DENGAN PENDEKATAN ETIKA DAN ESTETIKA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL

Rista Nur Amalia [1)]
[1)]Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur
amalianrista08@gmail.com

ABSTRAK

Transformasi pendidikan tidak hanya ditentukan oleh kualitas pembelajaran, tetapi juga oleh kemampuan lembaga pendidikan dalam menyampaikan identitas, nilai, dan informasi secara etis serta estetis melalui media komunikasi visual. SMP Negeri 15 Surabaya sebagai lembaga pendidikan yang memiliki berbagai prestasi dan budaya sekolah masih memerlukan media informasi yang mampu merepresentasikan karakter institusi secara komprehensif dan profesional. Penelitian ini bertujuan merancang buku company profile sebagai media komunikasi visual yang informatif sekaligus mendukung transformasi pendidikan melalui penerapan prinsip etika dan estetika desain. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan design thinking yang meliputi tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test melalui observasi serta wawancara dengan pihak sekolah. Hasil perancangan menunjukkan bahwa company profile berformat A4 dengan konsep visual modern minimalis, penggunaan warna hijau dan biru, tata letak sistematis, tipografi yang mudah dibaca, serta fotografi autentik mampu menyampaikan informasi secara jelas, akurat, dan menarik tanpa mengurangi identitas sekolah. Penerapan etika desain diwujudkan melalui penyajian informasi yang objektif dan mudah dipahami, sedangkan aspek estetika diwujudkan melalui komposisi visual yang harmonis untuk meningkatkan kenyamanan membaca dan memperkuat citra lembaga. Dengan demikian, company profile berfungsi sebagai media informasi, promosi, dan penguatan identitas lembaga pendidikan melalui komunikasi visual yang bertanggung jawab.

Kata Kunci: company profile, etika desain, estetika desain, identitas lembaga pendidikan

ABSTRACT

Educational transformation is influenced not only by the quality of learning but also by the ability of educational institutions to communicate their identity, values, and information through ethical and aesthetically designed visual media. SMP Negeri 15 Surabaya, an educational institution with various achievements and a strong school culture, still requires an information medium that represents its institutional identity comprehensively and professionally. This study aims to design a company profile book as a visual communication medium that informs audiences while supporting educational development through ethical and aesthetic design principles. The research employed a qualitative descriptive method using the Design Thinking approach, consisting of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages, supported by observations and interviews with school stakeholders. The results show that an A4-sized company profile featuring a modern minimalist concept, green and blue color schemes, systematic layout, readable typography, and authentic photography effectively communicates information clearly, accurately, and attractively while preserving the school's identity. Ethical design is reflected in objective and accessible information, whereas aesthetic design is demonstrated through harmonious visual composition that improves readability and strengthens the institution's image. Therefore, the company profile serves as a medium for information, promotion, and institutional identity through responsible visual communication.

Keywords: *company profile, design ethics, design aesthetics, educational institution identity*

PENDAHULUAN

SMP Negeri 15 Surabaya merupakan lembaga pendidikan menengah pertama di Kota Surabaya yang memiliki berbagai capaian akademik dan nonakademik serta karakter sekolah yang menekankan akhlak, prestasi, kepedulian terhadap lingkungan, dan wawasan global. Namun, keberagaman informasi mengenai identitas, visi, misi, program, fasilitas, kegiatan, dan prestasi sekolah belum sepenuhnya dikemas dalam satu media visual yang mampu merepresentasikan karakter lembaga secara menyeluruh. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kebutuhan terhadap media komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga mampu menyampaikan identitas sekolah secara menarik, terstruktur, dan profesional.

Dalam lingkungan pendidikan, komunikasi visual memiliki peran dalam membantu lembaga menyampaikan nilai dan karakter kepada masyarakat. Company profile dapat menjadi salah satu media yang mengintegrasikan informasi lembaga dalam bentuk visual sekaligus membangun persepsi publik terhadap institusi. Media tersebut dapat memuat identitas, sejarah, visi dan misi, program, fasilitas, kegiatan, serta pencapaian sekolah secara sistematis sehingga dapat digunakan sebagai media informasi, promosi, dan dokumentasi.

Perancangan media komunikasi visual dalam konteks pendidikan tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga etika penyampaian informasi. Informasi yang disajikan perlu sesuai dengan kondisi lembaga dan dapat dipahami oleh audiens, sedangkan unsur visual perlu disusun secara harmonis agar mendukung keterbacaan dan penyampaian pesan. Dengan demikian, desain tidak hanya berfungsi memperindah media, tetapi juga menjadi sarana untuk menerjemahkan nilai dan identitas lembaga ke dalam bentuk visual yang dapat dipahami publik.

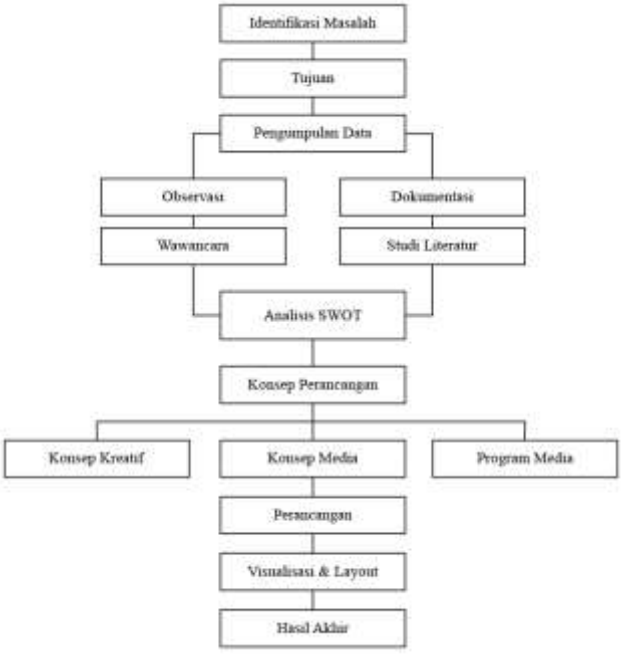
Berdasarkan kondisi tersebut, perancangan buku Company Profile SMP Negeri 15 Surabaya diarahkan sebagai upaya penguatan identitas lembaga melalui media komunikasi visual yang etis dan estetis. Perancangan dilakukan melalui proses penelitian terhadap karakter sekolah, pengumpulan dan analisis data, perumusan konsep, eksplorasi visual, pembuatan desain, serta evaluasi hasil rancangan.

Rumusan masalah dalam perancangan ini adalah bagaimana merancang buku company profile yang mampu merepresentasikan identitas dan nilai SMP Negeri 15 Surabaya melalui struktur informasi dan elemen visual yang komunikatif, etis, serta estetis. Tujuan perancangan adalah menghasilkan buku company profile yang mampu menyampaikan informasi sekolah secara sistematis, memperkuat identitas lembaga, dan membangun citra sekolah melalui penerapan prinsip desain komunikasi visual yang sesuai dengan karakter pendidikan.

METODOLOGI

Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan pendekatan design thinking. Metode ini digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai kondisi nyata, karakter, kebutuhan komunikasi, serta nilai-nilai yang dimiliki SMP Negeri 15 Surabaya sebelum diterjemahkan ke dalam bentuk desain. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara, dokumentasi, dan studi pembanding terhadap media company profile lembaga pendidikan lainnya.

Proses perancangan terdiri atas lima tahap design thinking, yaitu empathize, define, ideate, prototype, dan test.



Gambar 1. Skematika Perancangan

Sumber: penulis (2026)

Empathize

Tahap empathize dilakukan melalui observasi langsung terhadap lingkungan SMP Negeri 15 Surabaya untuk memahami suasana sekolah, fasilitas, aktivitas siswa, serta karakter visual lingkungan. Wawancara dilakukan dengan kepala sekolah, guru, dan siswa untuk memperoleh informasi mengenai identitas, nilai, kegiatan, prestasi, serta kebutuhan sekolah terhadap media profil. Dokumentasi lingkungan dan aktivitas sekolah juga dikumpulkan sebagai bahan visual agar rancangan dapat menggunakan representasi yang sesuai dengan kondisi nyata.

Define

Data hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi kemudian dikelompokkan untuk menemukan permasalahan utama komunikasi. SMP Negeri 15 Surabaya memiliki identitas yang kuat melalui tiga karakter utama, yaitu pembentukan akhlak, pencapaian prestasi, dan kepedulian terhadap lingkungan. Selain itu, terdapat kebutuhan untuk menyampaikan informasi sekolah secara lebih terstruktur dan tidak terbatas pada data administratif.

Berdasarkan analisis tersebut, kebutuhan desain dirumuskan ke dalam tiga aspek, yaitu kemampuan media dalam merepresentasikan identitas sekolah, penyusunan struktur informasi yang mendukung keterbacaan, serta pemilihan elemen visual yang sesuai dengan citra sekolah sebagai lembaga yang berprestasi, peduli lingkungan, dan berwawasan global.

Ideate

Tahap ideate dilakukan dengan mengembangkan gagasan berdasarkan hasil analisis karakter sekolah. Konsep kreatif dirumuskan melalui tiga pilar utama sekolah, yaitu akhlak, prestasi, dan kepedulian terhadap lingkungan. Gagasan utama yang digunakan adalah **"Menggali Potensi, Meraih Prestasi"**,

yang selaras dengan slogan sekolah. Konsep tersebut menggambarkan proses pendidikan yang mendorong siswa mengenali potensi, berkembang secara intelektual dan emosional, serta mencapai prestasi dengan karakter yang baik.

Gagasan tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam konsep visual modern minimalis yang bersih, hangat, humanis, dan edukatif. Perancangan tidak diarahkan hanya untuk menampilkan data sekolah, tetapi juga membangun narasi visual mengenai kehidupan dan karakter sekolah melalui perpaduan teks, fotografi dokumenter, ilustrasi, dan elemen grafis.

Prototype

Tahap prototype dilakukan dengan menyusun struktur konten, menentukan sistem layout, mengembangkan tipografi, memilih warna, mengolah fotografi, serta membuat elemen grafis. Struktur isi buku mencakup berbagai informasi sekolah mulai dari sampul, sejarah, visi dan misi, identitas sekolah, struktur organisasi, profil guru dan staf, fasilitas, program akademik, ekstrakurikuler, prestasi siswa, profil alumni, hingga informasi pendaftaran.

Media utama dirancang dalam bentuk buku berukuran A4 dengan orientasi portrait dan jumlah sekitar 40 halaman. Buku menggunakan Art Carton 260 gsm untuk sampul dengan laminasi doff dan spot UV, Art Paper 150 gsm untuk isi, serta teknik perfect binding. Selain media cetak, disiapkan pula versi digital dalam format PDF interaktif untuk mendukung akses informasi secara daring.



Gambar 2. Cover, layout, typografi,
Sumber: DKV UPNVJT, 2019

Test

Tahap test dilakukan melalui evaluasi tampilan dan isi bersama pihak sekolah. Evaluasi digunakan untuk menyesuaikan informasi dan desain agar tetap sesuai dengan kebutuhan komunikasi serta citra SMP Negeri 15 Surabaya. Tahap ini menjadi proses validasi terhadap kesesuaian rancangan dengan karakter lembaga dan pesan yang hendak disampaikan.

Hasil

Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa SMP Negeri 15 Surabaya memiliki karakter yang berorientasi pada pembentukan akhlak, pencapaian prestasi, dan kepedulian terhadap lingkungan. Karakter tersebut tercermin melalui visi sekolah, program Adiwiyata, kegiatan akademik dan nonakademik, serta lingkungan sekolah. Analisis kebutuhan media menunjukkan perlunya company profile yang tidak hanya menyajikan informasi administratif, tetapi juga merepresentasikan kegiatan, prestasi, fasilitas, lingkungan, dan nilai sekolah secara menyeluruh. Berdasarkan hasil tersebut, arah komunikasi visual ditetapkan pada citra akademik dan profesional, nilai karakter dan spiritualitas, serta kepedulian lingkungan dan kreativitas siswa.

Perumusan konsep kreatif

Hasil analisis diterjemahkan ke dalam konsep **"Menggali Potensi, Meraih Prestasi"** yang merepresentasikan pengembangan potensi dan pencapaian prestasi siswa. Konsep tersebut diwujudkan melalui gaya visual modern minimalis yang hangat, profesional, dan berjiwa muda sehingga company profile memiliki alur informasi sekaligus pengalaman visual yang sesuai dengan karakter sekolah.

Penerapan etika dan estetika desain

Etika diterapkan melalui penyajian informasi berdasarkan data sekolah, observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta penggunaan fotografi yang merepresentasikan kondisi sekolah secara nyata. Struktur informasi juga disusun secara logis dan mudah dipahami.

Estetika diterapkan melalui kombinasi warna hijau dan biru, tipografi Montserrat untuk judul serta Lato/Open Sans untuk isi, sistem grid, ruang kosong, fotografi dokumenter, dan elemen grafis seperti garis geometris, bentuk daun, ikon edukatif, serta batik sukun. Keseluruhan elemen disusun secara harmonis dan konsisten untuk memperkuat karakter sekolah sekaligus menjaga keterbacaan.

Proses dan hasil perancangan

Proses desain dimulai dari penyusunan struktur konten, pengembangan grid, pemilihan fotografi, hingga penerapan warna, tipografi, dan elemen grafis pada setiap halaman. Logo dan konsep "Menggali Potensi, Meraih Prestasi" digunakan secara konsisten untuk memperkuat identitas visual.

Hasil akhir berupa buku Company Profile SMP Negeri 15 Surabaya dengan tampilan modern, humanis, dan komunikatif yang mengintegrasikan informasi sekolah, fotografi dokumenter, serta elemen visual secara konsisten. Media ini berfungsi sebagai sarana informasi, promosi, dokumentasi, dan representasi identitas sekolah.

Peran desain dalam penguatan identitas lembaga

Perancangan menunjukkan bahwa desain komunikasi visual dapat menerjemahkan nilai akhlak, prestasi, kebersamaan, dan kepedulian lingkungan ke dalam bentuk visual yang konkret. Konsistensi warna, tipografi, fotografi, layout, logo, dan elemen grafis membentuk karakter visual yang memperkuat pengenalan terhadap SMP Negeri 15 Surabaya. Dengan demikian, company profile tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga mendukung komunikasi nilai dan identitas lembaga secara etis, estetis, dan berkelanjutan.

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Perancangan Buku Company Profile SMP Negeri 15 Surabaya merupakan upaya penguatan identitas lembaga pendidikan melalui desain komunikasi visual dengan mempertimbangkan aspek etika dan estetika. Proses perancangan dilakukan melalui penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan design thinking yang meliputi tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test. Tahapan tersebut memungkinkan proses desain didasarkan pada kondisi dan kebutuhan komunikasi sekolah, bukan semata-mata pada pertimbangan visual.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa SMP Negeri 15 Surabaya memiliki karakter utama berupa akhlak, prestasi, dan kepedulian terhadap lingkungan. Karakter tersebut kemudian diterjemahkan ke dalam konsep "Menggali Potensi, Meraih Prestasi" dan diwujudkan melalui buku company profile dengan gaya modern minimalis, humanis, dan komunikatif.

Penerapan etika dilakukan melalui penyajian informasi yang berdasarkan data sekolah, penggunaan dokumentasi yang merepresentasikan kondisi nyata, serta penyusunan informasi yang memperhatikan keterbacaan. Sementara itu, estetika diterapkan melalui pemilihan warna hijau dan biru, tipografi yang mudah dibaca, sistem grid, ruang kosong, fotografi dokumenter, dan elemen grafis yang konsisten dengan identitas sekolah.

Buku company profile yang dihasilkan tidak hanya berfungsi sebagai media informasi dan promosi, tetapi juga sebagai dokumentasi dan representasi visual identitas SMP Negeri 15 Surabaya. Perancangan ini menunjukkan bahwa desain komunikasi visual dapat membantu lembaga pendidikan mengomunikasikan nilai dan karakter secara lebih konkret, terstruktur, dan mudah dipahami.

Untuk menjaga keberlanjutan fungsi media, pembaruan konten disarankan dilakukan secara berkala agar informasi prestasi, kegiatan, dan fasilitas tetap aktual. Hasil desain juga dapat dikembangkan menjadi versi digital interaktif dan dijadikan acuan visual bagi media komunikasi sekolah lainnya untuk menjaga konsistensi identitas lembaga.

REFERENSI

Firdaus, A. P., Rahmawaty, D., & Nuh, M. (2024). *Perancangan Visual Company Profile "PABLE" sebagai Media Promosi dan Branding.* Jurnal Desain – Kajian Penelitian Bidang Desain, Interstudi.

Kriyantono, R. (2020). *Public Relations Writing: Teori dan Praktik Penulisan dalam Kehumasan dan Komunikasi Massa.* Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Luzar, L. C. (2005). *Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Suatu Lembaga.* Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia. Neliti.

Ningsih, Y. A. (2021). *Perancangan Company Profile sebagai Media Informasi dan Promosi Lembaga Pendidikan.* Jurnal Desain Komunikasi Visual (JDKV). Universitas Negeri Surabaya.

Rahardjo, H. (2019). *Media Komunikasi Visual dalam Pembangunan Citra Institusi.* Yogyakarta: Andi Offset.