

## Perancangan Konsep Visual Website SMK An-Nuuriyyah sebagai Media Promosi dan Informasi

Zakiyah Kharismatuzzahra<sup>1\*</sup>, Pungky Febi Arifianto<sup>2</sup>, Aninditya Daniar<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Desain Komunikasi Visual/Universitas Nasional "Veteran" Jawa Timur

<sup>1</sup>21052010082@student.upnjatim.ac.id.com, <sup>2</sup>pungkyarifianto.dkv@upnjatim.ac.id,

<sup>3</sup>aninditya.daniar.dkv@upnjatim.ac.id

### ABSTRAK

Website sekolah berperan penting sebagai media informasi dan promosi digital yang efektif, terutama di era komunikasi daring saat ini. Penelitian ini bertujuan untuk merancang konsep visual website SMK An-Nuuriyyah dengan pendekatan *Design Thinking* yang menekankan pada pemahaman kebutuhan pengguna. Proses perancangan melibatkan tahapan *empathize, define, ideate, prototype, dan test*, serta analisis data melalui affinity diagram. Hasil desain menampilkan tata letak yang informatif, pilihan warna dan tipografi yang sesuai dengan identitas sekolah, serta elemen visual yang mendukung pengalaman pengguna. Validasi menunjukkan bahwa desain visual yang dikembangkan mampu meningkatkan keterbacaan, navigasi, dan daya tarik website secara keseluruhan. Konsep visual ini diharapkan dapat memperkuat citra digital sekolah dan memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat.

**Kata kunci:** *website sekolah, desain visual, UX/UX, design thinking, SMK An-Nuuriyyah*

### ABSTRACT

School websites play a crucial role as effective digital platforms for both information dissemination and promotional efforts, especially in today's era of online communication. This study aims to design the visual concept of SMK An-Nuuriyyah's website using the *Design Thinking* approach, which emphasizes understanding user needs. The design process includes the stages of empathizing, defining, ideating, prototyping, and testing, supported by data analysis through an affinity diagram. The final design features an informative layout, appropriate use of color and typography that aligns with the school's identity, and visual elements that enhance user experience. Validation results indicate that the developed visual design improves readability, navigation, and overall engagement. This visual concept is expected to strengthen the school's digital presence and broaden its communication reach.

**Keywords:** *school website, visual design, UX/UX, design thinking, SMK An-Nuuriyyah*

### PENDAHULUAN

Media informasi memiliki peran yang sangat penting di era digital saat ini, karena melalui media informasi manusia dapat memperoleh pengetahuan, bertukar pikiran, dan berinteraksi satu sama lain (Verdiana et al., 2022). Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak besar di berbagai sektor, termasuk pendidikan. Teknologi ini mempermudah pengolahan dan penyebaran data secara cepat, efisien, dan relevan (Yana Siregar et al., 2020). Internet sebagai salah satu hasil dari kemajuan teknologi memungkinkan individu maupun lembaga untuk terhubung tanpa batasan geografis (Patmanthara, n.d., 2018). Pada dasarnya, internet adalah media yang berfungsi untuk mempermudah dan mempercepat proses komunikasi dengan mengintegrasikan berbagai aplikasi seperti web, VoIP, dan email. Secara fisik, internet tampak sebagai alat yang menghubungkan jaringan komputer, namun secara umum, internet merupakan sumber informasi yang sangat luas dan dapat diakses oleh siapa saja (Yuricco Aditya & Wayong

Kabelen, 2022). Dalam pendidikan, pemanfaatan teknologi digital tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi strategi penting dalam menyampaikan informasi secara transparan serta memperkuat promosi lembaga pendidikan kepada masyarakat luas. Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi melalui Permendikbudristek No. 47 Tahun 2023 Pasal 22 menekankan bahwa setiap institusi pendidikan wajib menyediakan informasi yang akurat, mudah diakses, dan transparan melalui berbagai media komunikasi. Hal ini menandakan bahwa kehadiran media digital, termasuk website sekolah, bukan lagi sekadar pelengkap, melainkan sebuah kebutuhan. Secara umum, website merupakan sarana untuk menampilkan identitas di internet. Siapa pun dapat mengakses suatu situs web, baik untuk mencari informasi yang bersifat pribadi maupun umum. Melalui internet, sebuah institusi atau perusahaan dapat memperkenalkan dirinya agar dikenal oleh lebih banyak orang. Internet dapat diibaratkan sebagai pusat perdagangan terbesar di dunia, dan website berperan layaknya sebuah toko, gerai, atau kantor di pusat perdagangan tersebut (Hendrawan, dalam Dewi Indahsari & Sugiarto, 2017). Website tidak hanya menjadi representasi identitas digital lembaga, tetapi juga sebagai kanal utama dalam menyampaikan informasi, menjalin komunikasi, serta membangun citra dan kepercayaan publik terhadap institusi pendidikan.

SMK An-Nuuriyyah merupakan salah satu lembaga pendidikan berbasis Islam yang berlokasi di Kabupaten Gresik, Jawa Timur, dan berada di bawah naungan Yayasan Ismailiyah. Sekolah ini telah berdiri sejak tahun 2012 dan memiliki tiga program keahlian, yaitu Desain Permodelan dan Informasi Bangunan (DPIB), Teknik Otomotif, serta Akuntansi dan Keuangan Lembaga (AKL). Meskipun telah memiliki kerja sama dengan sejumlah industri dan meraih akreditasi B, SMK An-Nuuriyyah menghadapi tantangan dalam penyampaian informasi dan promosi. Saat ini, media yang digunakan masih terbatas pada media konvensional seperti brosur, pamflet, dan banner, serta media sosial seperti Facebook dan Instagram. Berdasarkan hasil wawancara dengan Bu Roudlotunnisa' Ali Fithri, S.Pd., selaku Wakil Kepala Sekolah Bidang Kurikulum, diketahui bahwa penggunaan media sosial belum terkoordinasi secara optimal.

Sementara itu, dalam konteks komunikasi pemasaran, promosi memiliki peran penting dalam menyebarkan informasi serta membangun persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga. Menurut Candra Gunawan & Susanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, n.d., promosi dalam pendidikan tidak hanya bertujuan untuk menarik perhatian, tetapi juga untuk meningkatkan kepercayaan dan membangun citra lembaga di mata publik. Hal senada disampaikan oleh Hariono et al., n.d., bahwa strategi promosi yang tepat sangat menentukan keberhasilan sebuah institusi pendidikan dalam menjangkau calon peserta didik. Maka dari itu, diperlukan media promosi yang tidak hanya informatif tetapi juga menarik secara visual dan mampu menciptakan pengalaman yang positif bagi penggunanya.

Website sekolah merupakan salah satu media promosi digital yang memiliki kendali penuh terhadap konten, tampilan, navigasi, dan branding lembaga. Selain memiliki jangkauan yang lebih luas, website juga memungkinkan informasi disajikan secara real-time dan terorganisir, serta dapat diakses kapan pun dan di mana pun. Menurut Amilia et al., (2022), dalam konteks pendidikan, website tidak hanya menjadi alat penyampai informasi, tetapi juga sebagai jembatan komunikasi antara sekolah dan masyarakat. Di balik fungsionalitas tersebut, terdapat elemen penting yang menentukan keberhasilan sebuah website, yaitu desain visual yang mencakup aspek *User Interface (UI)* dan *User Experience (UX)*.

UI berperan sebagai perantara antara pengguna dengan sistem melalui elemen visual seperti layout, warna, ikon, tipografi, dan tombol interaksi (Wisesa Ngurah Rangga, 2021). UI yang baik mampu mempermudah navigasi, meningkatkan keterbacaan, serta

---

menciptakan konsistensi antar halaman. Sedangkan UX berfokus pada bagaimana pengguna merasakan pengalaman saat menggunakan website tersebut, baik dari segi kenyamanan, kejelasan informasi, maupun efisiensi akses (Fahrudin & Wahyudi, 2023). Dengan memperhatikan UI dan UX, maka desain website tidak hanya estetis secara visual, tetapi juga fungsional dan user-friendly.

Dalam perancangan konsep visual website SMK An-Nuuriyyah ini, pendekatan Design Thinking memudahkan pembuatan solusi yang berfokus pada pengguna melalui lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Proses ini membantu memahami kebutuhan pengguna, merumuskan masalah utama, menciptakan solusi, serta menguji prototipe agar sesuai dengan harapan perancang dan pengguna. (Eva, dalam Al Hadida & Wibawa, 2024). Pendekatan ini memungkinkan desainer untuk memahami kebutuhan pengguna secara mendalam dan menghasilkan solusi yang relevan.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merancang konsep visual website SMK An-Nuuriyyah yang tidak hanya memenuhi kebutuhan informasi, tetapi juga mendukung strategi promosi digital sekolah melalui desain yang menarik, terstruktur, dan mudah diakses. Dengan adanya konsep visual yang dirancang secara sistematis, diharapkan SMK An-Nuuriyyah dapat lebih menjangkau target audiens, meningkatkan citra sekolah, serta memperluas jangkauan promosi ke masyarakat yang lebih luas.

## **PEMBAHASAN**

### **Konsep Verbal dan Visual**

Konsep verbal dalam proyek ini dikembangkan berdasarkan kata kunci yang muncul dari analisis wawancara dan survei: informatif, terstruktur, edukatif, islami, dan modern. Kata-kata ini tidak hanya mewakili citra ideal SMK An-Nuuriyyah di mata publik, tetapi juga menjadi fondasi dalam membangun identitas visual website. Konsep visual kemudian dibentuk dari padanan konsep verbal tersebut. Visualisasi konsep mengambil inspirasi dari nilai-nilai Islam, serta penerapan elemen geometris islami sebagai pattern tambahan. Desain mengedepankan pendekatan minimalis, dengan penekanan pada keterbacaan, keteraturan informasi, dan aksesibilitas.

### **Affinity Diagram**

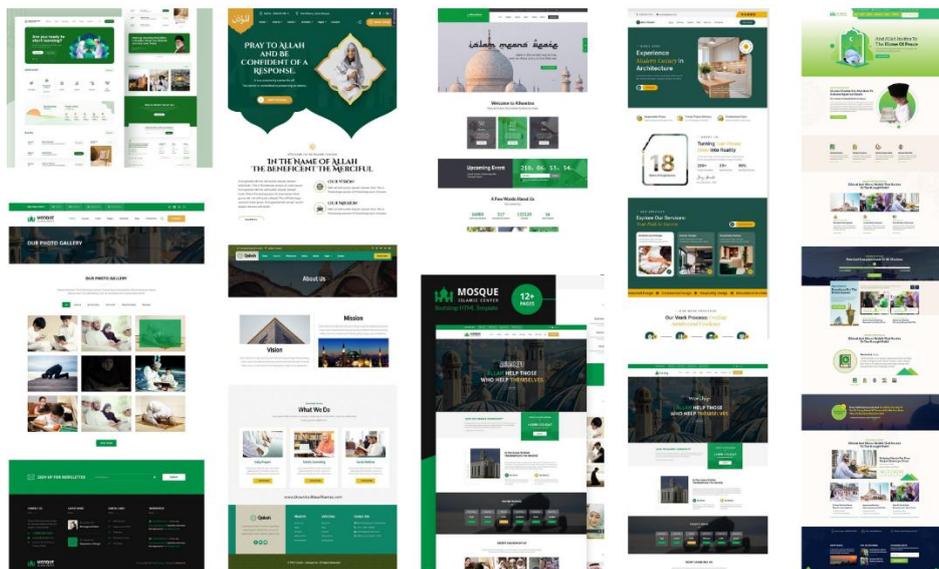
Tahapan penyusunan affinity diagram dilakukan setelah proses *empathize* dan *define* dalam metode Design Thinking. Pada tahap ini, berbagai temuan dari wawancara, observasi, dan kuesioner dikelompokkan berdasarkan kesamaan makna dan kategori. Tujuannya adalah untuk mengidentifikasi pola pemikiran, kebutuhan, keluhan, dan harapan dari para pengguna terhadap media informasi sekolah.



Gambar 1. Affinity Diagram

### Moodboard dan Gaya Visual

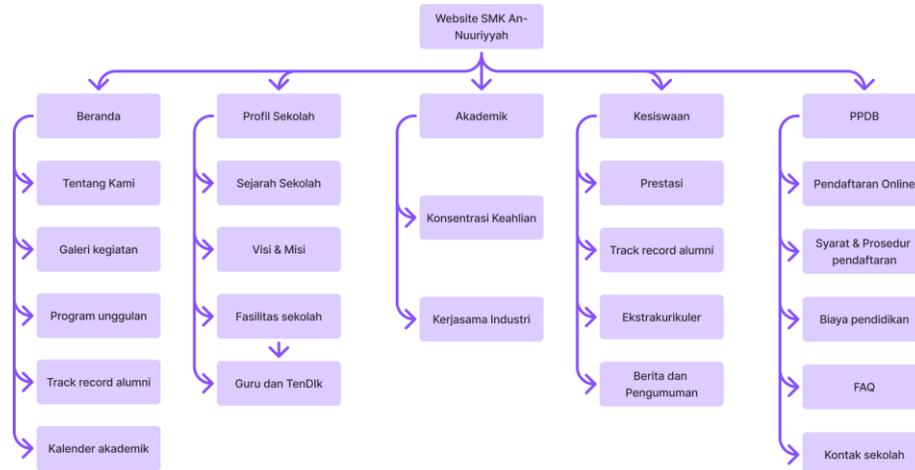
Moodboard disusun untuk menyatukan referensi gaya visual yang sesuai dengan karakter SMK An-Nuuriyyah. Referensi gaya visual mencakup elemen flat illustration dan font modern seperti Outfit, yang dipilih karena memiliki karakteristik formal namun tetap bersahabat.



Gambar 2. Moodboard

### Struktur Navigasi dan Alur Informasi

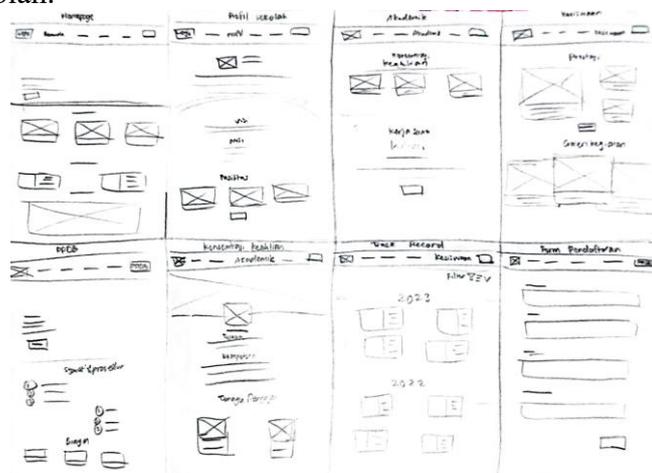
Arsitektur ini bertujuan memudahkan pengguna mengakses informasi yang dibutuhkan tanpa kebingungan. Penataan informasi mengikuti prinsip *proximity* dan *hierarchy*, dengan prioritas utama pada informasi PPDB dan jurusan sebagai materi promosi utama.



Gambar 3. Arsitektur Informasi

**Crazy 8's**

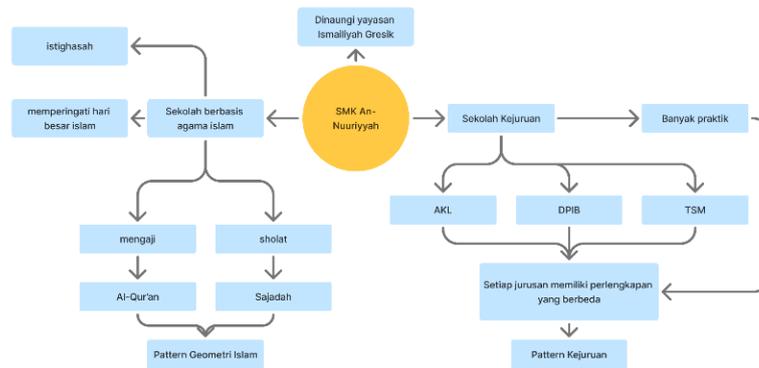
Metode *Crazy 8's* digunakan untuk mengeksplorasi berbagai alternatif layout dan komponen UI secara cepat. Dalam waktu terbatas, dibuat delapan sketsa berbeda yang menampilkan variasi desain homepage dan halaman dalam. Hasil dari tahap ini menjadi bahan evaluasi untuk menentukan struktur layout yang paling sesuai dengan user flow dan identitas visual sekolah.



Gambar 4. *Crazy 8's*

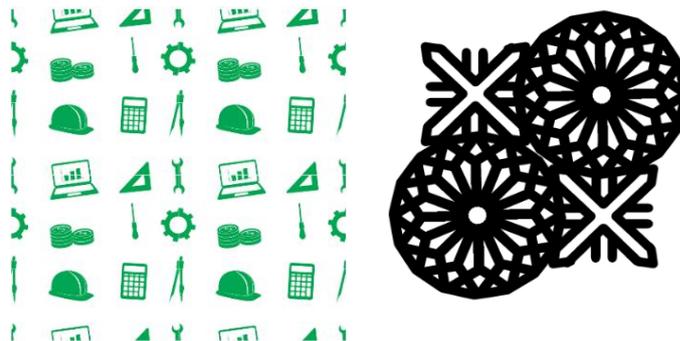
**Ilustrasi dan Aset Visual**

Pada proses pembuatan aset ilustrasi dilakukan mind mapping untuk menemukan kata kunci yang sesuai dengan keyword yang sudah ditentukan sebelumnya. Berikut merupakan hasil mind mapping yang telah dilakukan.



Gambar 5. Mindmap asset ilustrasi

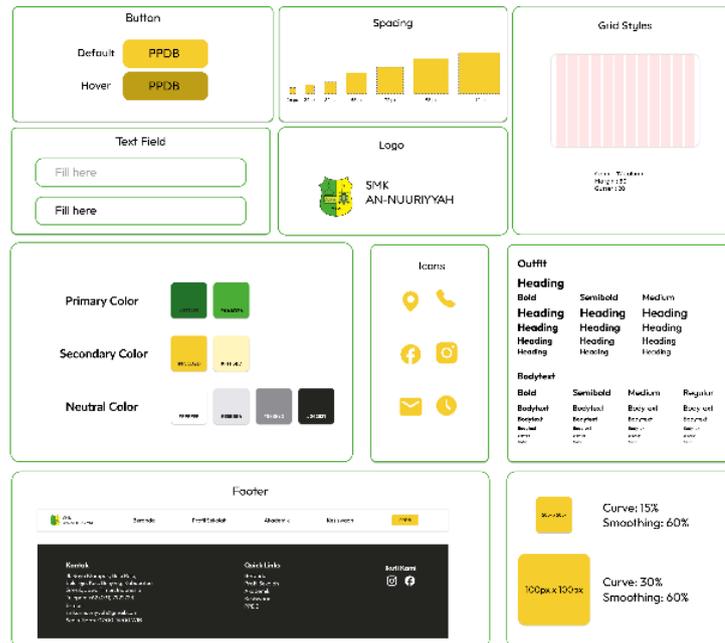
Dari *mindmap* tersebut didapatkan dua ilustrasi yaitu pattern geometri islam dan pattern kejuruan.



Gambar 6. Aset ilustrasi pattern

**Design System**

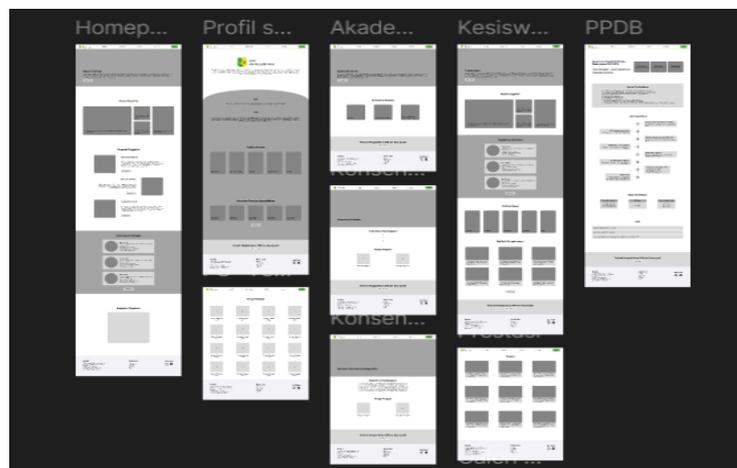
Design system disusun sebagai panduan visual agar seluruh elemen tampilan konsisten di setiap halaman. Dengan adanya sistem ini, desain website dapat dipertahankan dalam satu kesatuan visual dan mudah dikembangkan lebih lanjut ke versi final.



Gambar 7. Design System

**Wireframe**

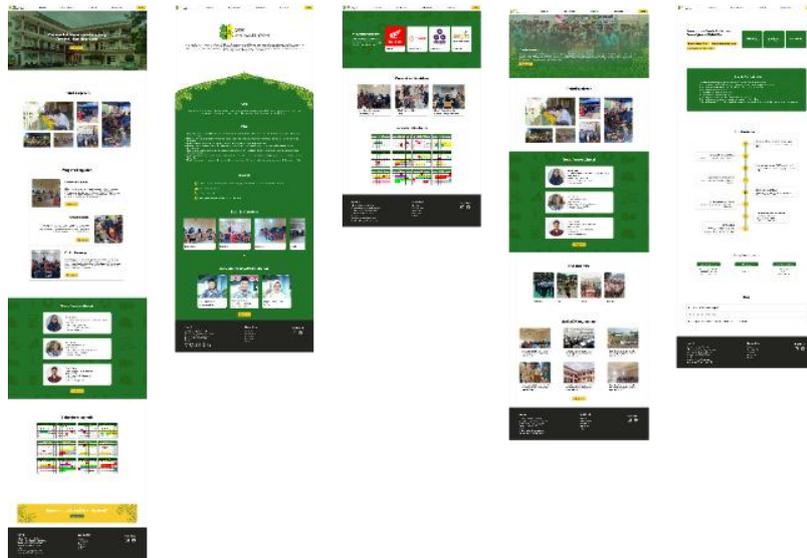
Wireframe dikembangkan untuk memetakan struktur dasar tiap halaman sebelum masuk ke tahap desain akhir. Tujuan utamanya adalah menyusun kerangka logis informasi dan memvalidasi user flow dari awal masuk ke website hingga ke halaman kontak atau formulir PPDB.



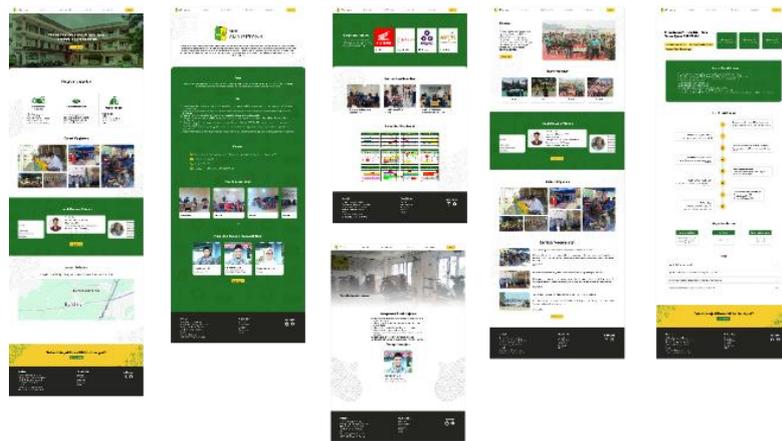
Gambar 8. Wifreframe Low Fidelity

**Desain Final**

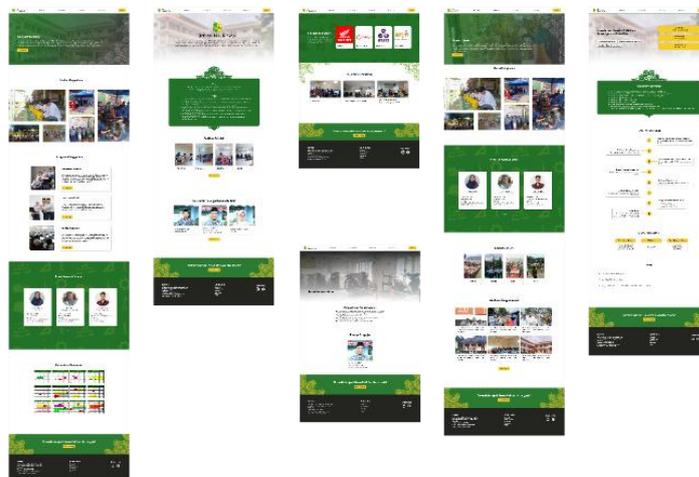
Tiga alternatif desain dikembangkan berdasarkan hasil eksplorasi awal. Setiap versi memiliki pendekatan warna, tata letak, dan elemen dekoratif yang berbeda. Alternatif tersebut diuji ke stakeholder internal (siswa, guru, dan staf sekolah), dan desain yang terpilih adalah alternatif 2.



Gambar 9. Alternatif 1



Gambar 10. Alternatif 2 (Terpilih)



Gambar 10. Alternatif 3

## KESIMPULAN

Perancangan konsep visual website SMK An-Nuuriyyah dilakukan untuk menjawab kebutuhan akan media informasi dan promosi yang lebih efektif, terstruktur, dan mudah diakses. Berdasarkan hasil analisis kebutuhan pengguna melalui metode *Design Thinking*, diperoleh berbagai data yang menunjukkan bahwa media yang selama ini digunakan oleh sekolah belum mampu menjangkau audiens secara optimal, baik dari segi tampilan visual maupun fungsionalitas.

Proses perancangan dimulai dengan penyusunan affinity diagram untuk mengelompokkan temuan lapangan menjadi kategori utama, yang kemudian dikembangkan menjadi konsep verbal dan visual. Moodboard, eksplorasi ilustrasi, struktur navigasi, serta sistem tipografi dan warna disusun berdasarkan identitas sekolah sebagai lembaga pendidikan Islam yang modern dan inklusif. Konsep visual ini diimplementasikan secara konsisten dalam desain wireframe dan prototipe akhir, dengan memperhatikan prinsip desain *UX/UX* serta kebutuhan pengguna dari berbagai latar belakang.

Desain akhir website menampilkan struktur informasi yang jelas, tampilan visual yang bersih dan komunikatif, serta elemen grafis yang mendukung branding sekolah. Validasi terhadap desain menunjukkan respons positif dari pengguna, khususnya dalam hal kemudahan akses informasi dan daya tarik visual.

Dengan demikian, konsep visual yang dirancang tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam membentuk citra sekolah dan mendukung kegiatan promosi digital secara menyeluruh.

## DAFTAR PUSTAKA

- Al Hadida, Y. W., & Wibawa, M. (2024). Implementasi Ragam Hias Nusantara dalam Perancangan Desain Karakter Game Nuswantara. In *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSIA)* (Vol. 08, Issue 01).
- Amilia, F., Rowindi, G., & Mubaroq, S. (2022). Pemanfaatan Publikasi Di Media Sosial Untuk Lembaga Pendidikan. *Dinamisia : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(5), 1141–1147. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v6i5.9355>
- Candra Gunawan, A., & Susanti Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi, F. (n.d.). *PENGARUH BAURAN PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MAYBELLINE DI KOTA PADANG*.
- Dewi Indahsari, R., & Sugiarto, A. (2017). Perancangan Media Promosi pada Smile Island Digital Printing Menggunakan Website. In *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia* (Vol. 1, Issue 1).
- Fahrudin, N. F., & Wahyudi, A. D. (2023). Modeling Inventory Systems Using The User Experience Design Model Method. *Journal of Data Science and Information Systems (DIMIS)*, 1(1), 9–16. <https://doi.org/10.58602/dimis.v1i1.12>
- Hariono, T., Fadhli, K., Farid Nasrulloh, M., Syifaunnajah, A., Qomarudin Ahsan, A., Kholil Asy, M., Andriyanto Cahyo Nugroho, A., Informasi, S., & A Wahab Hasbullah, U. K. (n.d.). *Peningkatan Promosi Lembaga Pendidikan Melalui Pendampingan Pembuatan Website Sekolah* (Vol. 3, Issue 3).
- Patmanthara, S. (n.d.). *PEMANFAATAN TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNTUK PENGEMBANGAN PEMBELAJARAN MELALUI WEB SEKOLAH*. <http://www.pustekkom.go.id>
- Verdiana, E. O., Widya, Y., Warsaa, S., Oskar, R., & Inando, G. (2022). *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSIA) Buku Foto Acara Musik "Grow Between A Threat: Through The Lens" Komunitas Titikdua Kolektif Sebagai Media Informasi* (Vol. 6, Issue 2).

- Wisesa Ngurah Rangga. (2021). USER INTERFACE DAN USER EXPERIENCE UNTUK MENGELOLA KEPUASAN PELANGGAN. In *Jurnal Sosial Humaniora Terapan* (Vol. 3, Issue 2).
- Yuricco Aditya, B., & Wayong Kabelen, N. (2022). Dampak Positif Game Online Di Era Globalisasi. In *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSA)* (Vol. 6, Issue 2).