

Perancangan Booklet Fakultas Teknologi Informasi Dan Kreatif Berbasis Design Thinking Sebagai Strategi Penguatan Branding Akademik Fakultas

Afif Adrian Maulana¹, Putri Amelia²

¹ Program Studi Sistem Informasi, ² Fakultas Teknologi Informasi Dan Kreatif ³ Universitas Internasional Semen Indonesia

Email: ¹afif.maulana22@student.ac.id, ²putri.amelia@email.ac.id

Abstrak

Perguruan tinggi dituntut untuk memiliki strategi komunikasi visual yang adaptif guna menyampaikan keunggulan dan identitas institusi kepada publik secara efektif. Permasalahan sering kali muncul ketika media promosi dirancang secara kaku, memiliki hierarki informasi yang tumpang tindih, dan mengabaikan kenyamanan tata baca pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *booklet* bagi Fakultas Teknologi Informasi dan Kreatif (FTIK) Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) sebagai sarana representasi visual yang tepat sasaran. Pendekatan metodologi yang digunakan adalah *Design Thinking*, sebuah kerangka kerja berpusat pada manusia yang mencakup lima tahapan iteratif: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Uji kelayakan purwarupa dilakukan melalui sesi evaluasi langsung bersama pemangku kepentingan tingkat fakultas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan ini sukses menghasilkan *booklet* digital setebal 18 halaman dengan desain yang modern dan dinamis. Karya tersebut secara komprehensif mampu merangkum profil program studi, fasilitas kampus riil, hingga rekam jejak kemitraan industri melalui struktur navigasi yang jelas. Kesimpulannya, penerapan metode *Design Thinking* terbukti sangat efektif dalam mengurai kebuntuan desain institusional, sekaligus menjadikan *booklet* ini sebagai aset strategis untuk memperkuat citra profesional fakultas.

Kata kunci: *booklet*, branding akademik, *design thinking*, komunikasi visual, pengalaman pengguna

Abstract

Higher education institutions are required to have adaptive visual communication strategies to effectively convey their institutional excellence and identity to the public. Problems often arise when promotional media are rigidly designed, have overlapping information hierarchies, and ignore user reading comfort. This study aims to design a *booklet* for the Faculty of Information and Creative Technology (FTIK) at Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) as a targeted visual representation medium. The methodological approach used is *Design Thinking*, a human-centered framework encompassing five iterative stages: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, and *test*. The prototype feasibility test was conducted through a direct evaluation session with faculty stakeholders. The results indicate that this approach successfully produced an 18-page digital *booklet* featuring a modern and dynamic design. The work comprehensively encapsulates study program profiles, actual campus facilities, and industry partnership track records through a clear navigation structure. In conclusion, the application of the *Design Thinking* method is proven highly effective in resolving institutional design deadlocks, while establishing this *booklet* as a strategic asset to strengthen the professional image of the faculty.

Keywords: *booklet*, academic branding, *design thinking*, visual communication, user experience

I. PENDAHULUAN

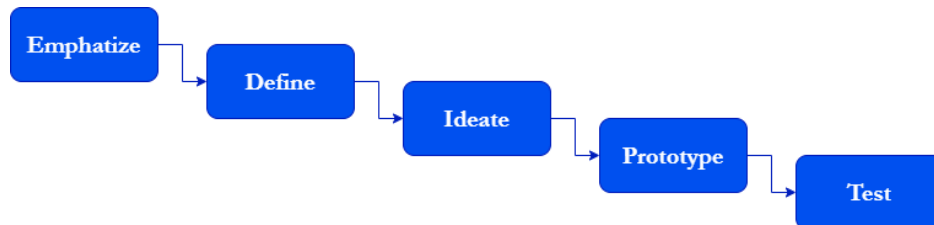
Perguruan tinggi saat ini dihadapkan pada tuntutan kompetitif yang terus berkembang, tidak hanya dalam hal peningkatan kualitas akademik, tetapi juga pada cara mereka beradaptasi dalam mengomunikasikan identitas serta keunggulannya kepada publik. Fakultas Teknologi Informasi dan Kreatif (FTIK) Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) memerlukan strategi komunikasi visual yang representatif untuk memproyeksikan identitas inovasi dan kreativitasnya secara tepat sasaran [1]. Dari sekian banyak instrumen komunikasi, *booklet* dinilai masih sangat relevan sebagai representasi visual institusi. Dibandingkan media promosi konvensional berdurasi singkat, *booklet* memiliki kapasitas untuk merangkum profil, program studi, dan fasilitas secara lebih komprehensif. Meskipun demikian, keberhasilan transmisi pesan dalam *booklet* sangat bergantung pada pengelolaan elemen desain seperti tata letak (*layout*), tipografi, dan hierarki informasi, yang secara akumulatif menentukan kenyamanan dan retensi kognitif pembaca saat menelusuri halaman [2].

Sering kali, proses perancangan media informasi institusional terjebak pada gaya desain yang kaku dan mengabaikan pengalaman interaksi penggunaanya (*user experience*). Struktur konten yang tumpang tindih serta minimnya perhatian terhadap alur baca natural dapat memunculkan beban kognitif yang tinggi. Kondisi semacam ini berisiko membuat audiens sasaran seperti calon mahasiswa baru, orang tua, maupun mitra kerja sama merasa kebingungan dan kesulitan menangkap substansi informasi. Berbagai kajian literatur secara konsisten menunjukkan bahwa perancangan produk visual yang gagal mengakomodasi perspektif dan empati pengguna akan berdampak signifikan pada kegagalan transmisi pesan; oleh karena itu, diperlukan pergeseran paradigma menuju pendekatan yang murni berorientasi pada manusia [3].

Menjawab urgensi tersebut, penelitian ini difokuskan pada penerapan metode *Design Thinking* dalam merancang *booklet* FTIK UISI. Pendekatan ini dipilih secara spesifik karena sangat mengedepankan prinsip *human-centered design*, di mana proses kreatif berjalan secara sistematis dan iteratif melalui tahapan empati, pendefinisian masalah, ideasi gagasan, hingga pembuatan purwarupa (*prototype*). Guna memastikan bahwa solusi desain yang ditawarkan benar-benar fungsional dan teruji validitasnya, purwarupa akhir tersebut akan dievaluasi secara objektif menggunakan instrumen *User Acceptance Test* (UAT). Tahapan evaluasi ini dirancang untuk mengukur tingkat keberterimaan pembaca, kemudahan navigasi informasi, serta daya pikat visualnya secara holistik, sehingga pada akhirnya mampu melahirkan *booklet* yang interaktif, komunikatif, dan selaras dengan citra profesional fakultas [4].

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi kerangka kerja *Design Thinking* sebagai metodologi utama untuk merumuskan solusi desain pada *booklet* FTIK. *Design Thinking* merupakan paradigma perancangan yang menempatkan manusia sebagai pusat dari setiap keputusan kreatif, yang bertujuan untuk memecahkan masalah kompleks melalui pemahaman empati dan proses eksperimentasi yang berulang [5]. Pemilihan metode ini didasari oleh karakteristiknya yang fleksibel dan non-linear, sehingga memungkinkan peneliti untuk terus menyempurnakan aspek visual dan struktur informasi hingga mencapai titik optimal bagi audiens sasaran. Implementasi metode ini diuraikan melalui lima tahapan sistematis :



Gambar 1. Alur Metode Design Thinking

2.1. Empathize

Tahap awal ini merupakan proses fundamental untuk menyelami perspektif audiens sasaran, terutama calon mahasiswa dan mitra industri. Dilakukannya pengumpulan data kualitatif melalui observasi lapangan dan wawancara mendalam guna memetakan kebutuhan informasi serta preferensi visual mereka. Tujuan utamanya adalah untuk mengidentifikasi apa yang sebenarnya dicari oleh audiens dalam sebuah media informasi fakultas, sehingga perancangan tidak hanya didasarkan pada asumsi internal organisasi semata.

2.2. Define

Data yang telah dikumpulkan pada tahap sebelumnya dianalisis untuk menyaring inti permasalahan. Pada fase ini, peneliti merumuskan "pernyataan masalah" yang berfokus pada hambatan komunikasi, seperti ketidakjelasan alur informasi atau kurangnya daya tarik visual pada media sebelumnya. Proses ini sering kali dibantu dengan pembentukan *user persona* untuk merepresentasikan karakteristik pembaca, sehingga arah pengembangan konsep *booklet* menjadi lebih tajam dan terstruktur.

2.3. Ideate

Setelah akar permasalahan terdefinisi, tahap ideasi dilakukan untuk mengeksplorasi berbagai alternatif solusi kreatif. Peneliti melakukan *brainstorming* untuk menyusun arsitektur konten, menentukan palet warna yang sesuai dengan identitas FTIK, serta memilih tipografi yang mendukung keterbacaan tinggi. Fokus utama dalam tahap ini adalah menghasilkan gagasan tentang bagaimana informasi yang kompleks dapat dikomunikasikan secara sederhana namun tetap menarik secara estetika.

2.4. Prototype

Gagasan-gagasan yang telah terpilih kemudian diwujudkan dalam bentuk fisik atau digital melalui tahap *prototype*. Proses ini dimulai dari pembuatan *wireframe* atau draf tata letak kasar hingga menjadi desain *high-fidelity*. Purwarupa ini bertindak sebagai alat simulasi yang menggambarkan bagaimana interaksi pembaca terhadap urutan informasi dan elemen visual dalam *booklet* sebelum masuk ke tahap produksi akhir.

2.5. Test

Tahap akhir melibatkan evaluasi langsung terhadap purwarupa oleh calon pengguna melalui *User Acceptance Test* (UAT). Pengujian ini dilakukan dengan memberikan skenario penggunaan kepada responden untuk menilai efektivitas navigasi informasi dan daya tarik desain. Validasi ini sangat krusial untuk memastikan bahwa hasil akhir perancangan benar-benar memenuhi kriteria fungsional dan mampu memperkuat citra fakultas secara profesional. Efektivitas hasil UAT kemudian diukur dengan memformulasikan skor keberterimaan pengguna guna memberikan dasar pengambilan keputusan yang objektif.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Emphatize

Proses penggalian empati dilakukan dengan menganalisis demografi audiens yang dituju oleh FTIK UI SI. Calon mahasiswa baru Gen-Z cenderung mengabaikan blok teks yang terlalu panjang dan lebih menyukai representasi visual berbasis infografis dan tata letak yang *clean*. Di sisi lain, mitra industri dan orang tua membutuhkan informasi solid terkait kompetensi lulusan, fasilitas *real* yang menunjang praktik, serta kejelasan program studi yang ditawarkan di Fakultas Teknologi Informasi dan Kreatif.

3.2. Define

Dari identifikasi kebutuhan tersebut, ditarik rumusan masalah bahwa *booklet* FTIK UI SI harus mampu menjembatani informasi yang sangat padat dari tiga Program Studi (Informatika, Sistem Informasi, Desain Komunikasi Visual) menjadi satu kesatuan dokumen yang terintegrasi secara visual. Tidak hanya sekadar katalog, *booklet* harus mencerminkan identitas "Teknologi" sekaligus "Kreatif" yang dikemas secara harmonis tanpa membuat pembaca mengalami distorsi hierarki informasi.

3.3. Ideate

Konsep desain yang digagas adalah "Modern, Dinamis, dan Profesional". Warna korporat/fakultas (biru, merah, hitam, dan putih) dipilih untuk merepresentasikan elemen teknologi yang elegan serta kreativitas yang berani. Navigasi konten dipecah menjadi beberapa *section* berurutan: Pengenalan Visi Misi, Penonjolan Sarana (sebagai nilai jual unik kampus), Kredibilitas (Prestasi dan Alumni), Rincian Program Studi beserta Bidang Keahlian, Profil Pengajar, dan ditutup dengan Ekosistem Kemitraan (Mitra Kerja Sama).

3.4. Prototype

Purwarupa akhir dari *booklet* dirancang ke dalam dokumen digital (*high-fidelity*) yang terstruktur.

3.4.1. Halaman Sampul dan Daftar Isi

Menampilkan logo identitas FTIK secara tegas dengan elemen geometris modern. Daftar isi dirancang presisi untuk memudahkan pencarian bab mulai dari Visi Misi hingga Profil Dosen DKV.

3.4.2. Visi, Misi, dan Pengantar Fakultas

Halaman ini dirancang untuk merepresentasikan roh dari FTIK UI SI. Teks *copywriting* menonjolkan komitmen fakultas dalam menyatukan kekuatan teknologi digital dengan kecerdasan kreatif. Visual pendukung menampilkan gedung kampus yang ikonik. Visi untuk menjadi pusat pendidikan yang

berorientasi industri dan adaptif terhadap tantangan global diletakkan dengan hierarki font terbesar, didukung oleh 3 poin misi yang dibingkai secara rapi.

3.4.3. Sarana Prasarana

Desain fokus pada foto-foto riil yang menarik (*showcase*). Sorotan utamanya adalah Perpustakaan dengan 8.000+ buku, fasilitas Laboratorium teknologi dan *virtual reality*, Auditorium yang representatif, serta keunikan estetika Masjid kampus yang merupakan hasil transformasi kreatif dari eks-silo clay pabrik Semen Indonesia.

3.4.4. Prestasi dan Testimoni Alumni

Dibangun untuk menciptakan kepercayaan. Tata letaknya menggunakan *grid* kolase foto mahasiswa berprestasi dan kutipan testimoni langsung dari alumni yang telah sukses berkarier, seperti alumni yang bekerja di PT Semen Indonesia hingga beberapa perusahaan mitra kerja UIISI.

3.4.5. Profil Program Studi Dan Dosen

Bagian inti dari *booklet* dipecah menggunakan *color coding* atau aksan visual unik untuk membedakan ketiga pilar keilmuan:



Gambar 2. Bidang Keahlian Dan Profil Dosen Informatika

Menjelaskan bidang *AI Engineer*, *Software Engineer*, dan *UI/UX Designer* menggunakan aset ilustrasi vektor berbasis isometrik yang merepresentasikan teknologi komputasi. Disertai dengan profil akademisi/dosen pendukungnya.



Gambar 3. Bidang Keahlian Dan Profil Dosen Sistem Informasi.

Menjelaskan bidang *AI Engineer*, *Software Engineer*, dan *UI/UX Designer* menggunakan aset ilustrasi vektor berbasis isometrik yang merepresentasikan teknologi komputasi. Disertai dengan profil akademisi/dosen pendukungnya.



Gambar 4. Bidang Keahlian Dan Profil Dosen Desain Komunikasi Visual.

Menonjolkan jalur keahlian Ilustrasi, *Creativepreneur*, dan Multimedia. Ilustrasi visualnya mencerminkan industri kreatif global dengan *layout* yang asimetris namun proporsional, beserta *showcase* kepakaran dosen di bidangnya.

3.4.6. Mitra Kerja Sama Dan Kontak

Sebagai validasi keunggulan FTIK UI SI, desain dikhususkan pada pemasangan logo-logo korporasi mitra strategis. Kemitraan dengan perusahaan BUMN ternama seperti PT Semen Indonesia (Persero) Tbk., SIG Foundation, Petrokimia Gresik, hingga Pelindo ditampilkan secara *grid* yang rapi. Halaman penutup disematkan *QR Code* interaktif serta informasi *call-to-action* ke pmb.uisi.ac.id.



Gambar 5. Kemitraan Dan kode QR resmi universitas.

3.5. Test

Guna mengonfirmasi kualitas purwarupa dari sisi strategis manajerial, penulis melakukan tahapan uji publik tingkat internal melalui sesi responsi bersama Dekan FTIK UI SI. Dalam sesi evaluasi tatap muka ini, draf *booklet* ditinjau dari sisi akurasi penyampaian *value proposition* fakultas. Dekan memberikan validasi positif terhadap *flow* informasi yang sudah terstruktur dengan baik (dari pengenalan *heritage campus* hingga detail kompetensi prodi). Masukan yang diperoleh selama responsi difokuskan pada penyesuaian porsi ruang visual agar ketiga program studi mendapatkan eksposur yang sama rata, serta penyesuaian logo mitra kerja sama terbaru agar merepresentasikan status *update* relasi industri fakultas. Seluruh *feedback* strategis dari Dekan langsung diinkorporasikan ke dalam draf final, menjadikan produk akhir *booklet* tervalidasi baik secara estetika (*user experience*) maupun secara representasi politis-akademis fakultas.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan proses perancangan, dapat disimpulkan bahwa implementasi metode *Design Thinking* terbukti sangat efektif dalam merumuskan media komunikasi visual *booklet* bagi FTIK UI SI. Pendekatan yang iteratif bermula dari pemahaman empati audiens berhasil memutus rantai kebuntuan desain institusional yang cenderung kaku. Purwarupa *booklet* setebal 18 halaman ini sukses menjabarkan informasi krusial. Mulai dari Visi Misi, Sarana eks-silo pabrik, Prestasi, hingga spesifikasi tiga Program Studi (Informatika, Sistem Informasi, DKV) beserta mitra industrinya ke dalam struktur navigasi visual yang dinamis, ringan kognitif, dan bernuansa profesional. Terlebih lagi, proses validasi melalui responsi bersama Dekan FTIK mengunci kelayakan produk ini, memastikannya beroperasi tidak sekadar sebagai instrumen informatif, melainkan sebagai aset *branding* strategis yang sah guna memproyeksikan FTIK UI SI sebagai pelopor fakultas teknologi kreatif yang unggul dan dekat dengan industri.

V. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Fakultas Teknologi Informasi dan Kreatif (FTIK) Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI) selaku objek penelitian yang telah memberikan ruang observasi serta dukungan data selama proses perancangan berlangsung. Apresiasi khusus juga ditujukan kepada Dekan FTIK UISI atas kesediaannya meluangkan waktu dalam memberikan arahan strategis, masukan, serta validasi kelayakan produk pada tahapan uji coba purwarupa.

REFERENSI

- [1] K. Ozanian, "The Impact of Visual Communication on Student Engagement and Learning," Technical University - Sofia, Branch Plovdiv.
- [2] R. E. Mayer and R. Moreno, "Nine Ways to Reduce Cognitive Load in Multimedia Learning," *Educational Psychologist*, vol. 38, no. 1, pp. 43-52, 2003.
- [3] K. Vredenburg, J.-Y. Mao, P. W. Smith, and T. Carey, "A Survey of User-Centered Design Practice," in *CHI 2002*, Minneapolis, Minnesota, USA, Apr. 20-25, 2002, pp. 471-478.
- [4] Harsya, S. Faizah, and A. A. Hapsari, "Applying the design thinking methodology in UI/UX development: A case study of justeatss.id e-commerce platform," *Journal of Soft Computing Exploration*, vol. 6, no. 3, pp. 245-257, Sep. 2025.
- [5] T. Brown, "Design Thinking," *Harvard Business Review*, Jun. 2008.