

## Optimalisasi Komunikasi Digital dalam Penerapan Visual Sosial pada Desain atau Layout Website Company Profile

Aisyah Amalia Cahyani<sup>1\*</sup>, Abdul Kholik<sup>2</sup>, Menati Fajar Rizki<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

Email : aisyahamaliacahyani26@gmail.com, abdulkholik@unj.ac.id,  
mfajarrizki@unj.ac.id

### Abstrak

Penelitian ini diperlukan guna memberikan pandangan terbaru tentang Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital melalui media online yaitu website. Selain itu, guna meningkatkan interaksi dengan masyarakat khususnya calon mahasiswa baru yang sedang mencari tahu tentang program studi Humas dan Komunikasi Digital, serta membantu instansi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi sebagai implementasi penerapan komunikasi digital. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan konstruktivis. Peneliti menggunakan konstruktivis untuk mengetahui respon pengunjung website yang maksimal dalam penyebaran informasi di masyarakat terkait Program Studi melalui website. Selain itu pendekatan konstruktivis dipilih agar peneliti memiliki pemahaman yang lebih mendalam, tidak hanya sekedar pengetahuan belaka tetapi diharapkan mampu untuk membangun pengetahuan dan pemahaman melalui pengalaman langsung dan refleksi mengenai website. Implementasi strategi pengembangan situs web untuk memperkuat profil program studi dalam meningkatkan citra merek sebagai salah satu program studi sarjana terapan di Universitas Negeri Jakarta adalah tugas yang berkelanjutan dan memerlukan upaya berkesinambungan membranding program studi ini kepada masyarakat umum, Pendekatan Personal dan History pada Website, dan Teknik dan Estetika dalam Penerapan Komunikasi Digital, serta Pengelolaan dan Pemeliharaan Perkembangan Website Program studi menampilkan topik yang diminati yaitu kurikulum terbaru, topik mengenai dosen kurikulum serta topik prospek kerja lulusan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Digital, Visual Sosial, Layout Website Company Profile

### Abstract

*This research is needed to provide the latest views on the Public Relations and Digital Communication Study Program through online media, namely the website. In addition, in order to increase interaction with the community, especially prospective new students who are looking for information about the Public Relations and Digital Communication study program, as well as to help agencies to continue to adapt to technological developments as an implementation of the implementation of digital communication. This research is a qualitative research with a constructivist approach. The researcher uses constructivists to find out the maximum response of*

<b>How to cite:</b>	Aisyah Amalia Cahyani, Abdul Kholik, Menati Fajar Rizki (2024) Optimalisasi Komunikasi Digital dalam Penerapan Visual Sosial pada Desain atau Layout Website Company Profile, (5) 7
<b>E-ISSN:</b>	2722-5356
<b>Published by:</b>	Ridwan Institute

*website visitors in disseminating information in the community related to the Study Program through the website. In addition, the constructivist approach was chosen so that researchers have a deeper understanding, not just mere knowledge but are expected to be able to build knowledge and understanding through direct experience and reflection on websites. The implementation of the website development strategy to strengthen the profile of the study program in improving the brand image as one of the applied undergraduate study programs at the State University of Jakarta is a sustainable task and requires continuous efforts to brand this study program to the general public, Personal and Historical Approach to Websites, and Engineering and Aesthetics in the Application of Digital Communication, as well as the Management and Maintenance of Website Development of the Study Program Displaying topics of interest, namely the latest curriculum, topics about curriculum lecturers and topics of graduate job prospects.*

**Keywords:** *Digital Communication, Social Visual, Company Profile Website Layout*

## **Pendahuluan**

Media online kini menjadi salah satu platform yang berperan penting dalam budaya dan masyarakat modern, menciptakan fenomena yang signifikan. Menurut Suryanita (2015), media, termasuk media online, menjadi sarana yang vital dalam mendukung kegiatan *Public Relation*. Media online sebagai bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia, mencakup portal, situs web, radio-online, TV-online, pers online, dan mail-online, dengan ciri khas yang unik bagi masing-masing (Ilahi & Syafuddin, 2021). Sebagai contoh, website adalah salah satu bentuk media online yang dapat diakses secara luas (Prasanti & Prihandini, 2019).

Website memiliki berbagai bentuk, termasuk blog pribadi, platform e-commerce, dan media social (Sawhani & SE, 2021). Secara umum, sebuah website terdiri dari halaman-halaman yang membentuk keseluruhan strukturnya, dengan halaman utama yang dikenal sebagai homepage (Hasna, Defriani, & Totohendarto, 2023). Homepage biasanya berada di bagian paling atas hierarki, diikuti oleh halaman-halaman terkait di bawahnya (Priambodo & Farida, 2020). Setiap halaman web dalam sebuah website dapat berisi berbagai konten, seperti teks, gambar, video, dan elemen interaktif. Halaman-halaman di bawah homepage, yang biasanya disebut child page, seringkali berisi tautan atau hyperlink ke halaman lain dalam website (Maharani, Helmiyah, & Rahmadani, 2021). Proses pembuatan dan pengelolaan website membutuhkan berbagai keterampilan, termasuk desain web, pengembangan web, pemasaran online, dan administrasi server.

Dalam era digital ini, kesuksesan suatu organisasi atau lembaga sangat dipengaruhi oleh efektivitas media yang digunakan. Media sebagai sarana penyampaian informasi menjadi faktor kunci dalam menentukan apakah informasi tersebut berhasil disampaikan kepada pengguna media online atau tidak (Mansoor & Abdullatif, 2020). Pentingnya media online bagi suatu lembaga dapat berbeda-beda tergantung pada berbagai faktor seperti jenis lembaga, situasi tertentu yang dihadapi, dan perkembangan konteks media online saat ini.

Media online memiliki dampak yang signifikan terhadap reputasi suatu instansi. Informasi atau berita yang dipublikasikan dapat menyebar dengan cepat dan

mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap lembaga tersebut (Kharisma & Pamungkas, 2020). Pentingnya menjaga citra lembaga disebabkan oleh perlunya pengelolaan dan tanggapan yang cepat terhadap isu-isu yang muncul secara online. Banyaknya masyarakat yang cenderung mencari informasi melalui internet telah membuat website menjadi platform online yang tidak hanya berfungsi sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai alat promosi yang efektif.

Media online adalah sebuah jaringan komputer yang luas dan saling terhubung, yang memungkinkan penyebaran dan berbagi file digital serta mengurangi jarak antar negara dengan izin (Ariestyani & Ramadhanty, 2022). Kemampuan media online untuk mengakses informasi dari berbagai lokasi menjadi salah satu keunggulan utamanya, selain kecepatan dan kebebasan akses informasi yang dimiliki oleh pengguna internet (Kurniati, 2022). Surat kabar online dan berita dalam media online lebih update karena konten-konten tersebut selalu diperbarui secara berkala, berbeda dengan surat kabar cetak (Kurniadi, Septiana, Ningsih, & Suhendar, 2021).

Dalam melakukan komunikasi digital pada media berbasis online diperlukan adanya strategi untuk menghasilkan atau mengelola informasi yang termuat dalam media online agar menjadi sesuatu yang berguna bagi para pengunjung media online (Setyaningsih, Abdullah, Prihantoro, & Hustinawaty, 2020);(Alimin & Islami, 2022). Sebuah organisasi atau instansi harus membangun kredibilitas merek yang kuat agar pengunjung tertarik pada apa yang ditawarkan melalui website tersebut (Santi & Yanti, 2020). Ini berlaku terutama untuk merek yang terkait erat dengan organisasi atau lembaga tersebut.

Komunikasi daring sinkron terdiri dari komunikasi melalui komputer sebagai media dan terjadi secara bersamaan dalam waktu nyata. Pesan teks dan video termasuk dalam komunikasi daring sinkron. Komunikasi daring asinkron terjadi melalui perangkat komputer atau perangkat lain namun dilakukan secara terpisah. Komunikasi online memiliki banyak jenis media. Institusi pendidikan sering menggunakan media seperti Google Meet, Zoom Meeting, Google Hangout, dan Google Classroom untuk menyampaikan informasi kepada siswa atau mahasiswa mereka. Media ini memiliki banyak fitur yang dapat membantu pembelajaran (Asari et al., 2023);(Cahyono & Laksana, 2022);(Kholik, 2018).

Menurut berpendapat bahwa perkembangan dunia teknologi komputer yang luar biasa mengubah sistem dan cara berkomunikasi massa (Wahyono, 2019). Perkembangan ini juga menyebabkan tatanan penting budaya hampir di seluruh dunia. Oleh karena itu, komunikasi yang dibangun ialah komunikasi yang sesuai dengan media yang digunakan. Sekarang, media komunikasi menjadi digital (Amin Taufiq, 2012). Pengembangan digital berarti bahwa teknologi tersebut dapat melakukan banyak hal, seperti menyimpan, memproses, mengambil, dan melakukan hal lain dengan data. Selain itu, istilah "digital" saat ini sering dikaitkan dengan internet atau jaringan yang dibuat dan memiliki sifat digital. Kecanggihan ini memungkinkan pengamatan data dalam teks elektronik daripada teks tercetak.

Kondisi digital telah membuat cara setiap orang berkomunikasi menjadi digital. Saat ini, berkomunikasi secara digital adalah kebutuhan sehari-hari. Hampir di setiap aspek pekerjaan, fasilitas teknologi digital digunakan. Bagi pengguna smartphone, kecepatan dan kemudahan akses sangat penting. Website dapat diakses melalui jaringan yang memadai, sehingga data dapat diperoleh dengan cepat dan bermanfaat. Oleh karena itu, teknologi digital menjadi kebutuhan setiap orang di berbagai bidang, dan konsep-konsep digital mempengaruhi perilaku di hampir semua aspek kehidupan. Budaya komunikasi dan cara setiap orang berkomunikasi telah dipengaruhi oleh cara berkomunikasi secara digital. Percakapan video perlahan menggantikan komunikasi tatap muka.

Karena digitalisasi, termasuk media, perolehan berbagai informasi atau berita menjadi lebih mudah, cepat, praktis, dan murah. Akibatnya, media digital juga harus bersaing untuk memberikan berita terkini. Dengan kemajuan teknologi internet, ada pilihan baru untuk berbagai sumber informasi. Pembaca berita sekarang tidak hanya dapat mengakses berita melalui radio, televisi, atau media cetak seperti koran dan majalah; sekarang berita juga dapat diakses melalui berbagai situs web berita yang tersedia dalam format audio, visual, dan audio visual. Selain itu, masyarakat dapat memeriksa informasi yang diberikan oleh berbagai situs web tersebut dan menentukan suatu informasi yang diterima benar atau salah.

Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital adalah salah satu program studi yang memanfaatkan media online seperti website sebagai bentuk komunikasi digital terutama dalam bidang informasi. Pengembangan website yang dibuat oleh Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital ini sebagai bentuk perkembangan media online dalam konteks komunikasi berbasis digital sehingga dapat menjangkau masyarakat secara lebih luas.

Website Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital dibuat untuk memenuhi tujuan peningkatan status program dari hanya Program Diploma Hubungan Masyarakat menjadi Program Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Hal ini disebabkan oleh Surat Keputusan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 139/D/OT/2022 yang memberikan izin untuk membuka Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Seluruh mahasiswa dan dosen Prodi Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Jakarta juga telah menyetujui keputusan ini sebelumnya.

Meskipun program ini masih tergolong sebagai program studi yang baru diperbarui, ada banyak peminat. Menurut informasi yang ditemukan di <https://humas-unj.com/> (Tim Redaksi Humas-unj.com, 2023), Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital berada di posisi ke-7 dari 20 program vokasi terketat di seluruh negeri dengan tingkat kesulitan 3,13 persen. Pengumuman ini diumumkan pada Konferensi Pers Pengumuman Seleksi Nasional Berbasis Tes (SNBT) pada tahun 2023. Jadi, masuk ke Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital pasti sulit.

Selain karena status upgrading tersebut, terdapat hal lain mengenai program studi ini yaitu kurangnya informasi mengenai Sarjana Terapan di kalangan masyarakat

khususnya calon mahasiswa baru, menjadi salah satu permasalahan yang bisa mempengaruhi pemilihan program studi bagi calon mahasiswa baru. Sarjana Terapan merupakan pendidikan tinggi yang fokus pada penerapan praktis pengetahuan dalam dunia nyata, dirancang untuk membekali mahasiswa dengan keterampilan langsung yang dapat diterapkan di industri atau sektor pekerjaan tertentu. Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital memiliki daya tarik dengan program magang di bidang Pemerintahan dan Swasta, yang diharapkan membekali mahasiswa dengan kemampuan adaptasi di kedua sektor tersebut. Seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi digital, kebutuhan akan website meningkat karena menjadi metode komunikasi populer bagi individu yang mencari informasi tentang perusahaan atau organisasi. Oleh karena itu, setiap perusahaan atau organisasi perlu melengkapi metode komunikasinya dengan membuat situs web (Nani, 2020).

Keberlanjutan perguruan tinggi dan program studi sangat dipengaruhi oleh penerapan dan peningkatan teknologi informasi, yang penting bagi dosen, siswa, dan karyawan. Calon mahasiswa, dosen, dan stakeholder juga mempertimbangkan akreditasi dan fasilitas teknologi informasi yang baik. Website menjadi sarana branding utama bagi perguruan tinggi, memungkinkan mereka menampilkan profil, prestasi, kegiatan, biaya, dan fasilitas. Website harus dikelola secara berkala dan kontennya diperbarui agar tetap relevan dan informatif. Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital menggunakan website untuk menerapkan kemajuan dalam komunikasi digital, memberikan informasi yang menarik, dan mendorong opini positif. Oleh karena itu, perguruan tinggi harus melibatkan media dalam pendidikan mereka.

Media online seperti website berfungsi sebagai jalur komunikasi antara komunikator dan komunikan, bertujuan memberi informasi sebanyak mungkin tentang kegiatan atau peristiwa. Website menyebarkan informasi, menyediakan layanan, menjalankan bisnis online, dan menyediakan platform untuk interaksi. Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital menggunakan website untuk mengomunikasikan kemajuan program, meningkatkan persepsi publik, serta menampilkan prestasi civitas akademika dan akreditasi. Website berperan dalam branding, penyampaian informasi, serta meningkatkan kredibilitas dengan tampilan profesional, dan informasinya dapat diperbarui dengan cepat.

Kemudian selain itu, dibandingkan dengan media promosi lainnya, promosi berbasis internet dapat lebih murah dan lebih menjangkau khalayak umum. Website dapat digunakan sebagai cara untuk mempromosikan suatu hal atau brand, dalam hal ini mengenai promosi suatu instansi. Meskipun dalam website program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital bentuk promosi sifatnya tersirat.

Website dengan manfaat sebagai wadah edukasi, penting untuk mengoptimalkan penggunaan web dengan memperhatikan isi atau konten dari web. Seperti artikel yang diunggah, agar menarik minat pembaca dan meninggalkan kesan yang baik sehingga peran edukasi dalam website dapat terwujud.

Penelitian terdahulu oleh Riadi (2023) Hasil penelitian menyebutkan muatan unsur komunikasi visual yang relevan, penggunaan identitas visual yang konsisten dan

kelengkapan informasi yang disajikan pada website brand bank digital sebagai upaya membentuk brand trust. Melalui penelitian ini diharapkan industri yang menerapkan financial technology dapat mengoptimalkan website sebagai media pembentuk brand trust dan dasar pertimbangan untuk menentukan strategi competitive advantage perusahaan.

Penelitian ini diperlukan guna memberikan pandangan terbaru tentang Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital melalui media online yaitu website. Selain itu, guna meningkatkan interaksi dengan masyarakat khususnya calon mahasiswa baru yang sedang mencari tahu tentang program studi Humas dan Komunikasi Digital, serta membantu instansi untuk terus beradaptasi dengan perkembangan teknologi sebagai implementasi penerapan komunikasi digital.

### **Metode Penelitian**

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan konstruktivis. Peneliti menggunakan penelitian kualitatif karena peneliti ingin mengetahui respon pengunjung website yang dirasa maksimal dalam penyebaran informasi di masyarakat terkait Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital melalui website. Selain itu pendekatan konstruktivis dipilih agar peneliti memiliki pemahaman yang lebih mendalam, tidak hanya sekedar pengetahuan belaka tetapi diharapkan mampu untuk membangun pengetahuan dan pemahaman melalui pengalaman langsung dan refleksi mengenai website Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital.

Selain itu, melalui pendekatan konstruktivis mendorong peneliti agar terlibat dalam pembelajaran aktif dalam proses pembangunan pengetahuannya sendiri. Konstruktivisme adalah pendekatan alternatif yang dapat mengatasi kekurangan dari pandangan behavioristik. Secara sederhana, konstruktivisme, yang dipelopori oleh J. Piaget, berpendapat bahwa pengetahuan adalah hasil dari proses kita sendiri dalam menganalisis sesuatu. Pembelajaran seorang individu, menurut pendekatan ini, berarti secara aktif dan terus-menerus membangun pemahaman atau pengetahuan..

Adapun obyek penelitian mengenai pengembangan company profile dengan website ini adalah website Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Selain itu subjek penelitiannya adalah pihak yang terlibat dalam pengelolaan website yaitu designer website. Pada pendokumentasian data, peneliti juga melakukan observasi online dengan cara menelusuri website Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital yang beralamat di <https://humas-unj.com/>. Dalam melakukan pengumpulan data, peneliti menggunakan 2 metode, yaitu wawancara mendalam atau interaktif dan dan observasi. Target sasaran dalam penelitian ini meliputi Website Program Studi Humas dan Komunikasi Digital.

Analisis penelitian ini menggunakan pendekatan semiotika visual. Secara umum, semiotika adalah studi tentang makna dari tanda-tanda. Namun, dalam konteks semiotika visual sosial, pendekatan ini lebih banyak melibatkan sumber semiotik untuk menyampaikan pesan dan tindakan melalui gambar (atau sarana komunikasi visual lainnya) yang dapat diinterpretasikan (Jewitt, 2004:2). Sumber semiotik yang dimaksud

tidak hanya mencakup pembuat tanda, tetapi juga ideologi-ideologi yang diterapkan dalam merek produk serta kebijakan dari otoritas yang lebih tinggi.

Teori Semiotika Visual Sosial adalah bidang studi yang relatif baru (berkembang sejak tahun 1990-an) dan dipopulerkan oleh Jewitt dan Oyama. Teori ini menggambarkan bagaimana sumber semiotik digunakan untuk menyampaikan pesan atau tindakan melalui gambar (atau media visual lainnya) yang dapat diinterpretasikan (Harrison, 2003:48). Setiap bentuk visual membawa pesan tertentu sesuai dengan komposisi yang diterapkan dalam gambar tersebut. Interpretasi terhadap pesan tersebut dapat berbeda antara pembuat gambar dan khalayak umum. Pemahaman semiotika dimulai dengan pengetahuan tentang tiga kategori gambar: ikon, indeks, dan simbol. Ikon adalah tanda yang menyerupai objek yang diwakilinya. Pemahaman semiotika visual sosial dapat dipahami melalui beberapa metafungsi yang terdiri dari pola-pola pemaknaan yang diterapkan dalam bentuk visual.

## **Hasil dan Pembahasan**

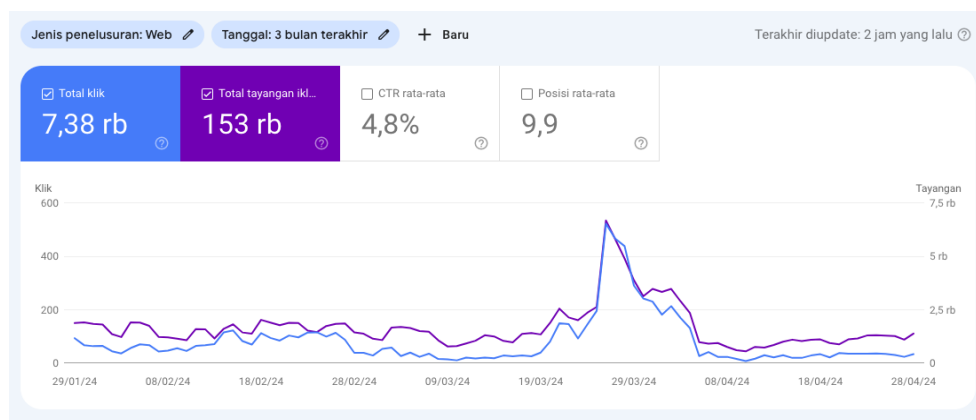
### **A. Strategi Company Profile Program Studi Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital melalui Website [Humas.unj.ac.id](http://Humas.unj.ac.id)**

Peneliti menemukan bahwa pengembangan situs web sepenuhnya dilakukan oleh desainer yang merupakan bagian internal dari Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital sebagai pengembang utama situs web [humas-unj.com](http://humas.unj.com). Implementasi strategi pengembangan situs web untuk memperkuat profil program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital dalam meningkatkan citra mereknya sebagai salah satu program studi sarjana terapan di Universitas Negeri Jakarta adalah sebagai tugas yang berkelanjutan, yang memerlukan upaya berkesinambungan untuk terus memperkenalkan dan membranding program studi ini kepada masyarakat umum.

Prinsip yang diterapkan dalam perancangan situs web ini adalah menciptakan tampilan yang lebih kontemporer yaitu relevan dengan era digitalisasi saat ini, serta menggunakan palet warna yang lebih menarik yaitu dengan mempertahankan cerminan dari Logo Universitas Negeri Jakarta (hijau dan kuning) sebagai palet warna yang konsisten. Dapat memberikan kesan warna yang kuat dan teratur, sehingga dapat menciptakan kesan mudah diingat. Diharapkan bahwa dengan adanya hal tersebut dapat mendatangkan lebih banyak pengunjung ke situs web, sehingga meningkatkan minat terhadap program studi, yang merupakan salah satu indikasi kesuksesan pengembangan situs web ini. Khususnya, lonjakan pengunjung diharapkan terjadi saat periode penerimaan mahasiswa baru.

Selain itu, konten yang disajikan di situs web memiliki dampak langsung terhadap jumlah pengunjungnya. Dengan menyajikan beragam topik yang paling dikunjungi, dapat meningkatkan jumlah kunjungan ke situs tersebut. Salah satu contohnya adalah dengan menampilkan informasi tentang dosen praktisi, yang merupakan para pengajar dengan pengalaman praktis di industri atau dunia usaha, yang kemudian berbagi pengetahuan, pengalaman, dan keterampilan kepada mahasiswa melalui kegiatan mengajar. Ini merupakan bagian dari kebijakan

pendidikan yang diterapkan oleh Kementerian Pendidikan Kebudayaan Riset dan Teknologi di lingkungan perguruan tinggi.



**Gambar 1.** Jumlah data klik pada website

Dilihat dari gambar berikut dapat terlihat bahwa untuk Total Klik yang pengunjung lakukan mencapai 7,38 ribu, untuk total tayangan iklan mencapai 153.000, untuk rata-rata CTR (rata-rata pengunjung untuk mengunjungi website) mencapai 4,8 persen. Garis biru menunjukkan total klik pengunjung website. Total klik pada kunjungan website dapat digunakan sebagai ukuran tingkat keterlibatan dan interaksi pengunjung dengan konten situs web. Semakin banyak klik yang dilakukan, semakin besar kemungkinan pengunjung terlibat dengan konten dan menemukan apa yang mereka cari. Sedangkan garis ungu menunjukkan total tayangan iklan. Total tayangan iklan mengacu pada jumlah total kali iklan ditampilkan atau dilihat oleh pengunjung pada situs web tersebut.

Total tayangan iklan yang lebih tinggi umumnya berarti potensi pendapatan iklan yang lebih besar untuk pemilik situs. Namun, penting untuk menyeimbangkan antara jumlah iklan dan pengalaman pengguna agar tidak mengganggu pengunjung dan meningkatkan tingkat pembatalan. Selain itu, terdapat lonjakan pengunjung yang signifikan terjadi pada tanggal 29 Maret 2024, perlu diketahui bahwa pada tanggal tersebut adalah masa pendaftaran Seleksi Nasional Berdasarkan Tes (SNBT) dan 1 hari setelah pengumuman penerimaan mahasiswa baru jalur Seleksi Nasional Berdasarkan Prestasi (SNBP). Hal ini menunjukkan bahwa lonjakan tersebut menjadi acuan calon mahasiswa baru dengan mengunjungi situs web program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital.

Topik kurikulum yang tersedia di situs web juga merupakan salah satu yang paling diminati oleh pengunjung. Kurikulum yang diterapkan dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital adalah yang terbaru dan telah disesuaikan dengan status peningkatan menjadi program studi sarjana terapan, sehingga menawarkan berbagai mata kuliah yang mengikuti perkembangan teknologi komunikasi berbasis digital.



KUERI	HALAMAN	NEGARA	PERANGKAT	TAMPILAN	PENELUSURAN	TANGGAL
	Halaman teratas			↓ Klik		Tayangan
	<a href="https://humas-unj.com/">https://humas-unj.com/</a>			3.809		41.211
	<a href="https://humas-unj.com/kurikulum-d4/">https://humas-unj.com/kurikulum-d4/</a>			1.550		26.985
	<a href="https://humas-unj.com/prospek-karir/">https://humas-unj.com/prospek-karir/</a>			1.458		33.266
	<a href="https://humas-unj.com/kalender-akademik/">https://humas-unj.com/kalender-akademik/</a>			494		27.757
	<a href="https://humas-unj.com/2022/06/09/prodi-d3-humas-unj-resmi-upgrading-menjadi-sarjana-terapan/">https://humas-unj.com/2022/06/09/prodi-d3-humas-unj-resmi-upgrading-menjadi-sarjana-terapan/</a>			125		19.352
	<a href="https://humas-unj.com/dosen/">https://humas-unj.com/dosen/</a>			122		16.249

**Gambar 2.** Kunjungan paling banyak di website

Berdasarkan gambar tersebut, terlihat bahwa kunjungan pada halaman terbanyak adalah halaman utama / homepage, dengan jumlah klik sebanyak 3.809 dan jumlah tayangan sebanyak 41.211. Halaman selanjutnya yaitu kunjungan pada halaman yang menampilkan kurikulum, lalu halaman yang menampilkan prospek karir. Dapat disimpulkan bahwa topik mengenai kurikulum dan prospek karir menjadi topik yang sering dikunjungi dalam situs web ini.

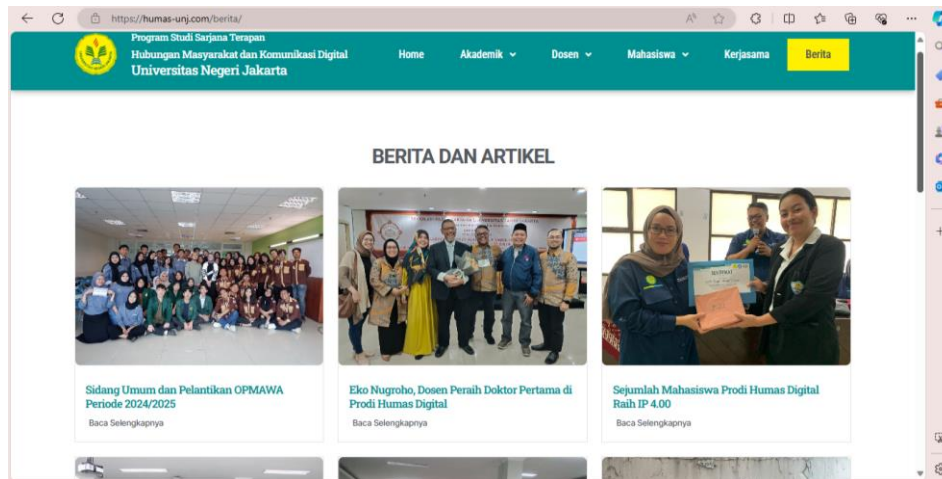
Strategi pengembangan situs web untuk program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital ini didasarkan pada konsep informasi publik, merujuk pada model dasar Hubungan Masyarakat yang dikembangkan oleh James E. Grunig dan Todd Hunt. Model ini menggunakan berbagai teknik komunikasi satu arah, seperti rilis pers dan metode lainnya, untuk menyebarkan informasi tentang organisasi. Salah satu penerapannya adalah dengan mempublikasikan kegiatan di situs web ini. Akibatnya, interaksi di situs web ini bersifat satu arah, hanya sebagai sumber informasi tanpa adanya timbal balik (interaksi dua arah) dari pengunjung.

## **B. Pendekatan Personal dan History pada Website**

Pendekatan personal menurut Albert Bandura (1986) teori ini menggambarkan pembelajaran sosial yang menekankan pentingnya pengaruh lingkungan dan proses pemodelan dalam membentuk perilaku individu, individu mengolah sendiri Dalam konteks pengunjung website, teori ini menunjukkan bahwa individu belajar perilaku baru melalui pengamatan dan peniruan perilaku orang lain. Hal tersebut berlaku untuk semua pengunjung website, tidak hanya calon mahasiswa baru, website profil prodi dapat diakses secara bebas oleh siapapun tanpa adanya batasan tertentu. Dengan menyediakan informasi, edukasi, dan promosi, website memberikan manfaat bagi pengunjungnya secara luas.

Update informasi di situs web berfokus pada berbagai kegiatan terbaru dari Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Sebagai contoh, pada tanggal 22 April 2024, situs web menampilkan pengumuman mengenai Pelaksanaan Sidang Umum dan Pelantikan OPMAWA Periode 2024 - 2025. Selain itu, terdapat juga informasi tentang Studium Generale, sebuah kegiatan terbuka untuk umum yang menghadirkan pembicara yang berpengalaman di bidang komunikasi. Secara

keseluruhan, tujuan dari konten informatif ini adalah membantu pengunjung untuk lebih memahami Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital berdasarkan informasi yang telah diberikan.



**Gambar 3.** Tampilan Homepage Bagian Berita

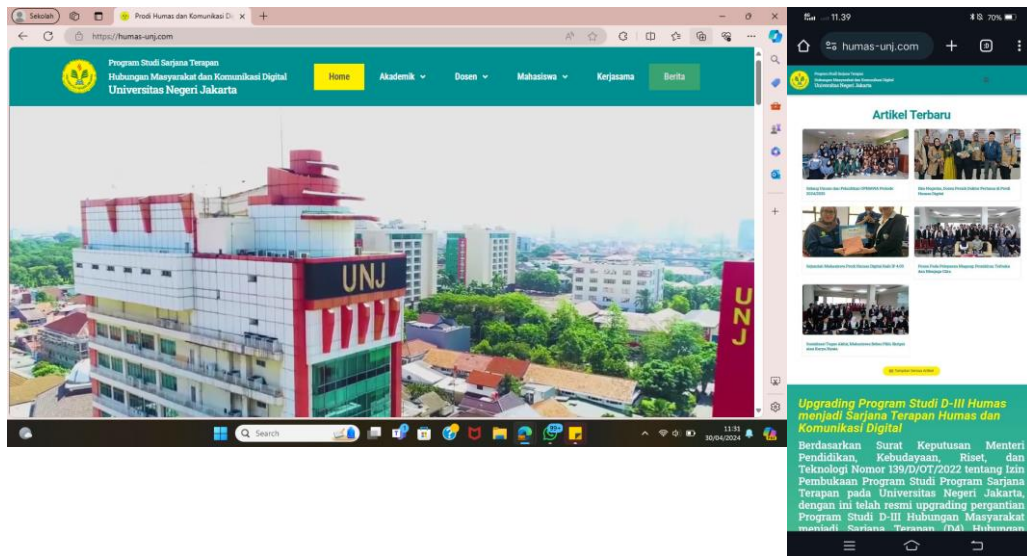
Di samping itu, situs web ini juga memiliki fungsi edukatif dengan menyampaikan informasi mengenai Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital yang sebelumnya mungkin tidak diketahui oleh pengunjung, terutama terkait dengan aspek pendidikan tingkat perguruan tinggi. Aspek edukatif ini tidak hanya terbatas pada pembelajaran di dalam kelas, tetapi juga mencakup program magang yang merupakan bagian dari kurikulum.

Selain fungsi informatif dan edukatif, situs web ini juga memiliki karakteristik yang bersifat promosi. Informasi tidak hanya berbasis teks, namun juga berupa bentuk visual seperti video. Sebagai contoh, terdapat video Company Profile. Video tersebut merupakan hasil karya dari Mahasiswa Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Selain itu juga terdapat testimoni mengenai program studi yang dipaparkan oleh alumni. Bentuk promosi yang terdapat dalam situs web ini bersifat tersirat, tidak secara langsung mengajak pengunjung situs web untuk mendaftar di program studi ini melainkan dengan menampilkan hasil karya menarik yang diproduksi langsung oleh civitas akademika program studi ini.

### **C. Teknik dan Estetika dalam Penerapan Komunikasi Digital**

Teori mengenai teknik dan estetika dalam tampilan website mencakup berbagai prinsip dan konsep yang digunakan untuk merancang dan mengembangkan situs web yang efektif secara visual dan fungsional, hal tersebut mencakup responsif. Dengan memastikan bahwa situs web dapat diakses dan dinavigasi dengan baik di berbagai perangkat, termasuk desktop, tablet maupun gadget. Estetika dalam penerapan tampilan website tidak hanya mampu meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga mempengaruhi persepsi pengunjung tentang kredibilitas program studi, profesionalisme branding program studi dan keterbacaan informasi mengenai komunikasi digital.

## Optimalisasi Komunikasi Digital dalam Penerapan Visual Sosial pada Desain atau Layout Website Company Profile



**Gambar 4.** tampilan website melalui desktop dan tampilan website melalui mobile

Pemilihan warna pada desain layout website didasari oleh warna khas dari Universitas Negeri Jakarta yaitu hijau dan kuning, lalu dimodifikasi ke dalam website menjadi warna hijau tosca dengan tujuan agar lebih modern. Menurut Steve Krug (2000), elemen desain mencakup semua aspek yang mempengaruhi interaksi pengguna dengan antarmuka, seperti tata letak, tombol, dan teks. Krug menekankan pentingnya desain yang sederhana dan mudah dipahami untuk memudahkan pengguna dalam berinteraksi dengan antarmuka tersebut.

Dalam desain website, elemen-elemen khusus seperti penggunaan bentuk untuk tombol, pemilihan garis berwarna, pengaturan tipografi, serta tampilan tata letak digunakan dengan tujuan agar pengalaman interaksi menjadi intuitif dan pengunjung dapat dengan mudah mengenali serta berinteraksi di halaman utama / homepage website. Komponen khusus seperti penggunaan bentuk oval untuk tombol, pengaturan garis berwarna tosca, dan pengaturan tipografi digunakan dalam desain web agar interaksi menjadi mudah dipahami dan pengguna dapat dengan mudah mengidentifikasi dan berinteraksi dengan tombol. Penggunaan bentuk tombol untuk desain web ini yaitu bentuk oval, sebagai elemen desain dalam website membantu meningkatkan interaksi pengguna, navigasi, dan fungsionalitas website secara keseluruhan.

Penggunaan garis yang berwarna tosca mengikuti prinsip modern dalam pemilihan warna yang dapat memberikan kesan segar pada tampilan situs web. Menurut Karen Haller (*The Little Book of Colour*, 2019), warna tosca merupakan hasil perpaduan sifat-sifat menenangkan dari warna biru dengan kesegaran yang dimiliki oleh warna hijau, menciptakan kombinasi yang menenangkan dan menyegarkan. Peran tipografi mempengaruhi keterbacaan informasi dan penyampaian pesan kepada pengunjung website. Konsistensi dan hierarki desain pada tipografi sangat diperhatikan untuk memastikan informasi dapat disampaikan dengan jelas.

Tipografi yang digunakan pada website adalah Roboto, Roboto merupakan salah satu jenis font sans-serif yang sangat populer dan serbaguna, sehingga banyak digunakan oleh desainer grafis, pengembang web, dan profesional desain lainnya dalam berbagai proyek kreatif. Selain itu, penerapan layout dengan memakai Bento Style mengacu pada pendekatan desain yang mengorganisir konten halaman web menjadi bagian-bagian yang jelas dan terpisah, seperti kotak-kotak dalam sebuah bento (kotak makanan Jepang). Ini menciptakan tampilan yang terstruktur, teratur, dan responsif.

**Tabel 1. Analisis Visual**

Aspek	Implementasi	Makna
Bentuk	Oval	Meningkatkan interaksi, navigasi dan fungsionalitas
Warna	Tosca	Modern dan segar pada tampilan
Tipografi	Roboto	Keterbacaan informasi, modern dan profesional
Layout	Bento Style	Tampilan yang terstruktur, kemudahan navigasi, dan menarik

Selain itu, keterbacaan informasi dalam desain website menurut Steve Krug (2000) adalah tentang prinsip-prinsip desain yang bertujuan untuk memudahkan pengguna dalam memahami dan berinteraksi dengan halaman web tanpa mengalami kesulitan atau kebingungan berlebihan. Dalam mengimplementasikan komunikasi digital melalui situs web, teknik dan estetika yang digunakan dalam pengembangan website saling mendukung untuk menciptakan pengalaman terbaik bagi pengunjung.

#### **D. Strategi Pengelolaan dan Pemeliharaan Perkembangan Website**

Penerapan strategi pengelolaan dalam pengembangan situs web profil untuk program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital berdampak besar dalam memperkuat citra dan identitas program, meningkatkan keterlibatan dan pemahaman pengunjung serta keberlangsungan situs web. Penerapan strategi pengelolaan pengembangan website ini dilakukan dengan memperhatikan peta situs (sitemap). Secara harfiah, sitemap adalah istilah yang terdiri dari dua suku kata, 'site' dan 'map', jika diterjemahkan berarti peta situs. Peta ini bukanlah elemen navigasi yang biasa dilihat di bagian header atau footer situs web.

Sitemap dibuat dalam format *Extensible Markup Language* (XML) dan mencakup daftar semua halaman penting dari sebuah website. Untuk mengoptimalkan peta situs, pengelola website melakukan benchmarking. Menurut Robert Camp (Benchmarking, 1989), benchmarking adalah proses yang sistematis dan berkelanjutan untuk mengevaluasi produk, layanan, atau proses organisasi terhadap standar terbaik di bidangnya. Proses benchmarking dimulai dengan pencarian situs web yang serupa, dilanjutkan dengan penyusunan draft, dan layouting.

Pencarian situs web dilakukan dengan memperhatikan situs web yang memiliki kesamaan, seperti situs web company profile dari instansi atau badan yang sejenis.

Selanjutnya, hasil benchmark tersebut disusun dalam bentuk draft untuk kemudian dilakukan layouting. Proses layouting melibatkan penyusunan ulang hasil draft, serta pembaruan situs web program studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital, sebagai upaya untuk memperkaya komunikasi kepada pengguna dan memperhatikan inklusi budaya dalam konten, desain, dan fitur situs web.

Di samping itu, untuk meningkatkan manajemen website secara kritis, pengelola website melakukan evaluasi secara rutin. Evaluasi ini melibatkan diskusi dengan tujuan mengembangkan website ke depan. Proses evaluasi melibatkan berbagai pihak, termasuk Koordinator Program Studi, Laboran, dan sejumlah mahasiswa yang terlibat dalam pengelolaan website ini.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital Universitas Negeri Jakarta dalam membangun company profile melalui website terbukti efektif. Program studi ini menampilkan topik-topik menarik seperti kurikulum terbaru, informasi dosen, dan prospek kerja lulusan, yang berhasil menarik minat pengunjung.

Pendekatan ini tidak hanya mencerminkan perkembangan komunikasi digital saat ini, tetapi juga menunjukkan lonjakan pengunjung pada waktu-waktu tertentu, terutama saat penerimaan mahasiswa baru. Desain visual website yang menggunakan elemen seperti bentuk oval, garis toska, tipografi Roboto, dan tata letak bento style meningkatkan keterbacaan informasi. Selain itu, pemeliharaan website yang berkelanjutan sangat penting untuk mengikuti perkembangan teknologi dan memastikan peningkatan yang terus menerus. Secara keseluruhan, strategi ini berhasil membangun branding yang kuat dan relevan bagi pengunjung.

### **BIBLIOGRAFI**

- Alimin, Fahira, & Islami, Adelia Nurul. (2022). *Teknologi Digital dalam Komunikasi*. OSF Preprints.
- Amin Taufiq, Kurniawan. (2012). Pemberdayaan Minat Baca Masyarakat di Kawasan Pedesaan Melalui Media-Media Komunikasi Visual. *Lentera Pustaka*, 1(1).
- Ariestyani, Ken, & Ramadhanty, Adisa. (2022). Khalayak Media Sosial: Analisis Resepsi Stuart Hall Pada Kesehatan Seksual Orang Muda. *Konvergensi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 3(2), 266–277.
- Asari, Andi, Syaifuddin, Efa Rubawati, Ningsi, Nurfitriya, Maria, Hana Diana, Adhicandra, Iwan, Nuraini, Rini, Baijuri, Achmad, Pamungkas, Adie, Kusumah, Firdan Gusmara, & Yuhanda, Genik Puji. (2023). *Komunikasi Digital*. Penerbit Lakeisha.
- Cahyono, Jefri Eko, & Laksana, Novianto Yudha. (2022). STRATEGI DIGITAL BRANDING MELALUI WEBSITE GUNA MENUMBUHKAN BRAND AWARENESS MUSEUM SONOBUDOYO YOGYAKARTA. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- Hasna, Khaeva, Defriani, Meriska, & Totohendarto, Moch Hafid. (2023). Redesign User

- Interface Dan User Experience Pada Website Eclinic Menggunakan Metode Design Thinking. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 4(1), 84–92.
- Ilahi, Fajar Kurnia, & Syafuddin, Khairul. (2021). Konsumsi Pemberitaan Media Online di Masa Pandemi oleh Ikatan Pelajar Riau Yogyakarta (IPRY-KB) Komisariat Bengkalis Selama Covid-19. *Jurnal Riset Komunikasi*, 4(2), 275–292.
- Kharisma, Rizqi Sukma, & Pamungkas, Bintang Yoga. (2020). Sistem Informasi Rental Kamera Berbasis Website (Studi Kasus: Iframe Rental). *Sistemasi: Jurnal Sistem Informasi*, 9(2), 321–332.
- Kholik, Abdul. (2018). Komunikasi Pemasaran Visual Program Radio Melalui Instagram. *Prosiding Konferensi Nasional Komunikasi*, 2(01), 71–84.
- Kurniadi, Dede, Septiana, Yosep, Ningsih, Asri Rahayu, & Suhendar, Heri. (2021). Perancangan Sistem Informasi Kependudukan di Lingkungan Rukun Tetangga atau Rukun Warga Berbasis Web. *Jurnal Algoritma*, 18(2), 385–395.
- Kurniati, Depi. (2022). Penggunaan Media Sosial Dalam Pembelajaran Bahasa Arab Dengan Model Blended Learning. *Ta'limi| Journal of Arabic Education and Arabic Studies*, 1(2), 119–138.
- Maharani, Dewi, Helmiyah, Fauriatun, & Rahmadani, Nurul. (2021). Penyuluhan Manfaat Menggunakan Internet dan Website Pada Masa Pandemi Covid-19. *Abdiformatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 1(1), 1–7.
- Mansoor, Halah H., & Abdullatif, Firas A. (2020). *Design and Implementation Dynamic Website for Electronic Library*.
- Nani, Setiani. (2020). *STRATEGI KOMUNIKASI BERBASIS KOMUNITAS (STUDI INTERAKSI KOMUNITAS DI WARUNG SABDA KOPI PURWOKERTO)*. IAIN Purwokerto.
- Prasanti, Dhita, & Prihandini, Puji. (2019). FENOMENA AKSI MENYAKITI DIRI BAGI REMAJA DALAM MEDIA ONLINE TIRTO. ID Analisis Teori Konstruksi Sosial Dalam Fenomena Aksi Menyakiti Diri Bagi Remaja Dalam Media Online Tirto. Id. *Jurnal Nomosleca*, 5(2).
- Priambodo, Damas Ade, & Farida, Naili. (2020). Pengaruh E-Website Quality dan E-Service Quality terhadap E-Repurchase Intention melalui E-Trust (Studi pada Konsumen produk fashion Lazada Mahasiswa Universitas Diponegoro). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(3), 335–344. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.28113>
- Riadi, Ari, Soewardikoen, Didit Widiatmoko, & Swasty, Wirania. (2023). Pengungkit Kredibilitas dan Brand Trust pada Website Bank Digital di Indonesia. *Serat Rupa Journal of Design*, 7(1), 1–14.
- Santi, Novi, & Yanti, Rika Apri. (2020). Analisis Wacana Kritis Teks Berita Kriminal Dalam Koran Sumatera Ekspres Edisi Mei 2020 (Teori Roger Fowler). *Dialektologi*, 5(2), 34–47.
- Sawlani, Dhiraj Kelly, & SE, M. (2021). *Keputusan pembelian online: kualitas website, keamanan dan kepercayaan*. Scopindo Media Pustaka.
- Setyaningsih, Rila, Abdullah, Abdullah, Prihantoro, Edy, & Hustinawaty, Hustinawaty. (2020). Penanaman etika komunikasi digital di pesantren melalui pemanfaatan e-learning. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 8(1), 128–140.
- Suryanita, Zam Zam. (2015). *Strategi Komunikasi Costumer Relationship Management PT. Media Fajar Koran dalam Membangun Relasi dengan Publik*. Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Wahyono, Hari. (2019). Pemanfaatan teknologi informasi dalam penilaian hasil belajar pada generasi milenial di era revolusi industri 4.0. *Proceeding of Biology Education*,

**Copyright holder:**

Aisyah Amalia Cahyani, Abdul Kholik, Menati Fajar Rizki (2024)

**First publication right:**

Syntax Admiration

**This article is licensed under:**

