

Abstrak

Industri pendidikan bimbingan belajar di era digital 4.0 kini menghadapi ragam tantangan persaingan yang semakin ketat dalam mempertahankan dan meningkatkan eksistensinya serta kualitas dan nilai yang dimiliki kepada khalayak. Adanya fenomena ini menjadikan strategi desain melalui *digital branding* yang inovatif guna membangun identitas yang kuat dan daya tarik yang interaktif secara global. Pendekatan strategis dalam mengoptimalkan visual elemen estetis desain antarmuka (UI) dan pengalaman pengguna (UX) pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar. *Website* kini berfungsi dalam merepresentasikan nilai, visi, misi serta identitas lembaga sekaligus media untuk berkomunikasi secara dua arah. Melalui analisis SWOT dalam memetakan kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman dalam strategi *digital branding* dan komunikasi visual, maka penelitian ini berfokus pada analisis *brand centered design* terhadap UI/UX *website* dari tiga lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar di Kota Bandung. Metode yang digunakan yakni kualitatif menggunakan pendekatan strategi desain melalui studi kasus instrumental. *Novelty* pada penelitian terletak pada pemetaan *brand value* melalui rekomendasi UI/UX serta memberikan wawasan secara strategis dan tepat untuk meningkatkan kemampuan daya saing berbasis ulasan daring dan peringkat lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar di Kota Bandung. Ditemukan pada penelitian ini bahwa strategi desain melalui *branding* pada *website* lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar dapat meningkatkan identitas institusional, memberikan pengalaman pengguna yang relevan, dan mendukung perencanaan strategis yang berorientasi pada nilai audiens, serta *brand positioning* yang tepat pada ketiga lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar.

Kata kunci : Strategi Desain UI/UX, *Website* Lembaga pendidikan non formal/bimbingan belajar, Analisis Model SWOT