

PERANCANGAN DESAIN GRAFIS UNTUK KONTEN MEDIA SOSIAL MUTIARA 88 SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Muhammad Angga Lesmana¹, Sifa Nur Faridi², Rosy Febriani Daud³, Ahmad Sobi Mutohari⁴

^{1,2,3,4}Desain Komunikasi Visual, Universitas Catur Insan Cendekia

Jl. Kesambi No.202, Kota Cirebon, Jawa Barat 45133

e-mail : anggalesmana1203@gmail.com¹, sifa.faridi.dkv21@cic.ac.id², rosy.daud@cic.ac.id³, sobi.mutohari@cic.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggunakan desain grafis yang lebih menarik untuk meningkatkan strategi konten media sosial Mutiara 88. Studi ini membuat strategi konten yang mencerminkan identitas merek dan tujuan komunikasi dengan menggunakan teknik design thinking dan analisis SWOT. Analisis SWOT membantu menentukan target audiens dan kebutuhan klien, sedangkan design thinking digunakan untuk melakukan analisis menyeluruh. Penelitian ini fokus pada strategi konten media sosial, yang mencakup desain postingan feeds dan motion graphic untuk reels Instagram. Hasilnya menunjukkan bahwa Mutiara 88 dapat meningkatkan daya tarik visual dan efisiensi promosi dengan desain grafis yang lebih baik. Selain itu, penelitian ini menawarkan manfaat praktis bagi UMKM dalam mengembangkan strategi konten media sosial yang kreatif.

Kata Kunci: Desain Grafis, Design Thinking, SWOT, Media Sosial, Promosi

ABSTRACT

This study aims to use more engaging graphic design to enhance Mutiara 88's social media content strategy. The study creates content strategies that reflect the brand identity and communication goals by using design thinking techniques and SWOT analysis. SWOT analysis helps determine the target audience and client needs, while design thinking is used for comprehensive analysis. The study focuses on social media content strategies, including feed post designs and motion graphics for Instagram reels. The results show that Mutiara 88 can improve visual appeal and promotional efficiency with better graphic design. Additionally, this study offers practical benefits for SMEs in developing creative social media content strategies.

Keyword: Graphic Design, Design Thinking, SWOT, Social Media, Promotion,

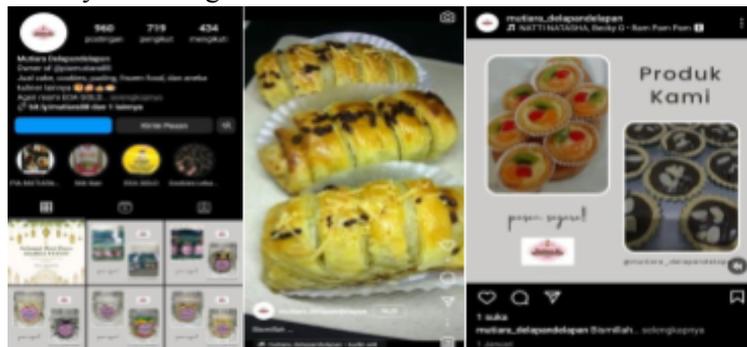
1. PENDAHULUAN

Dengan berkembangnya dunia digital, jaringan internet, dan khususnya teknologi informasi komputer, era digital pun dimulai. Kemampuan mengendalikan media baru di era digital terletak pada jaringan dan Internet. Tidak dapat dipungkiri bahwa di era modern ini, media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan banyak orang. Pengaruh media sosial sangat kuat di berbagai bidang masyarakat, mulai dari bertukar informasi, berkomunikasi dengan teman, dan berbagi momen dengan banyak orang. Media sosial tidak lagi hanya sekedar media komunikasi, namun juga menjadi bagian tak terpisahkan dari dunia bisnis, industri, pendidikan, dan hubungan sosial. Hal ini terutama berlaku untuk jejaring sosial, yang mengalami tingkat pertumbuhan pesat. Contoh media sosial yang banyak digunakan antara lain Instagram, YouTube, Facebook, dll.

Dengan semakin canggihnya perkembangan teknologi dan komunikasi, penggunaan media sosial untuk tujuan promosi merupakan sebuah keputusan penting bagi para pebisnis di zaman modern ini. Penggunaan media sosial kini sudah menjadi arus utama dalam menyebarkan informasi. Semakin baik dalam memanfaatkan penggunaan platform media sosial, semakin ketat

persaingan dalam media sosial untuk mendapatkan banyak peminat. Para pengguna juga berusaha membuat konten media yang dapat menarik perhatian pengguna lain. Untuk mencapai hal tersebut, desain grafis adalah solusinya. Desain grafis membuat konten digital yang dibuat menjadi lebih menarik dan tidak membosankan.

Desain grafis merupakan suatu bentuk visual yang menggunakan media gambar untuk menyampaikan sebuah informasi dan pesan seefektif mungkin. Dengan demikian, desain grafis memainkan peran yang sangat penting dalam mempromosikan produk dan layanan baik untuk perusahaan maupun usaha kecil. Setiap perusahaan dan usaha kecil menggunakan media seperti desain grafis untuk memasarkan produk dan layanannya untuk menarik minat konsumen. Saat ini peran desain grafis dalam bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya lapangan usaha yang memanfaatkan keahlian desainer grafis untuk media promosi. Maka dari itu, pentingnya menerapkan desain grafis pada konten media sosial, untuk dapat meningkatkan kualitas visualnya yang bertujuan menarik perhatian audiens. Salah satunya Mutiara 88. Merupakan UMKM yang menjual berbagai jenis kue basah dan kue kering seperti, Pie Brownies, Pie Buah, Lapis Surabaya, Boleem Peyeuem Keju, Boleem Lilit, Bolu Kukus Pelangi, Bolu Jadul Uk 25, Cumcum, Stik Ikan Tenggiri, Roti Sosis Mutiara 88. Produk tersebut dibuat dengan bahan-bahan berkualitas serta harga terjangkau murah, Mutiara 88 dapat menerima pesanan sesuai keinginan dari konsumen dengan ketentuan minimal 50 pcs. Dalam penjualannya, Mutiara 88 tidak hanya berjualan secara offline, namun juga secara online dengan memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi kepada konsumen mengenai produk dan promosi yang dijualnya. Platform media sosial yang digunakan Mutiara 88 adalah Instagram, Whatsapp, dan Facebook. Pada saat ini, Mutiara 88 berfokus pada platform media sosial yang digunakan yaitu Instagram.



Gambar 1. Instagram Mutiara 88

Sumber : Instagram Mutiara 88

Maka dari itu solusi yang dapat diterapkan untuk meningkatkan daya tarik dengan pengikut pada platform media sosial di Instagram, dapat dilakukan dengan membuat strategi konten seperti postingan feeds Instagram berupa promosi, tips dan trik, motivasi, foto produk yang lebih jelas, dan video motion grafis reels yang informatif seputar Mutiara 88. Dengan menggunakan metode design thinking, memungkinkan Mutiara 88 untuk mengidentifikasi permasalahan yang dihadapi, memahami kebutuhan pengguna, serta secara kreatif menciptakan solusi yang inovatif dan efektif.

Maka dari itu, dapat disimpulkan untuk membuat daya tarik pengikut Mutiara 88 di media sosialnya, dibutuhkan perancangan desain grafis untuk konten media sosial agar Mutiara 88 mempunyai desain yang baik pada konten media sosialnya, harapan dengan perancangan ini Mutiara 88 banyak dikenal luas oleh pengguna media sosial dan meningkatkan promosi penjualan produknya.

2. METODE PERANCANGAN

Dalam perancangan ini menggunakan metode design thinking untuk memecahkan masalah di media sosial Mutiara 88. Metode ini berfokus pada pemecahan masalah dan inovasi,

yang memungkinkan pembuatan solusi yang matang serta memungkinkan penggunaan teknologi untuk memenuhi kebutuhan dalam mencapai kesuksesan bisnis.

Menurut Bahrul Ulum Ilham (2024), Design Thinking dapat diartikan sebagai “cara berpikir seperti desainer atau orang yang mendesain”. Desainer sendiri berasal dari kata dasar ‘design’ yang berarti kerangka bentuk atau rancangan, merujuk pada seseorang yang merancang.

Design Thinking adalah metodologi sistematis untuk memecahkan masalah yang juga mampu menyempurnakan produk dan mempercepat proses pengembangan produk atau solusi. Dengan memahami pendekatan ini, dapat dilakukan dari seluruh tahapan serta proses pengembangan produk atau solusi, sehingga solusi dan desain yang efektif dapat dicapai. Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test adalah beberapa tahapan implementasi dari design thinking.

1. Empathize

Melakukan observasi dan wawancara langsung kepada pemilik atau owner untuk mengetahui masalah apa yang ada di Mutiara 88 seperti kurangnya strategi konten instagram yang dibuat dengan tampilan visual yang kurang menarik pada media sosial Instagram.

2. Define

Pengumpulan data yang telah didapat pada saat observasi dan wawancara dengan rekaman audio yang telah dilakukan saat wawancara dengan owner lalu menganalisis semua data dan informasi yang didapat untuk menentukan konten dan ide apa saja yang cocok dan menarik untuk media sosial Instagram Mutiara 88.

3. Ideate

Mencari solusi untuk menyelesaikan masalah yang didapat dan mengumpulkan ide untuk menemukan solusi terbaik dalam memecahkan masalah. Membuat postingan feeds instagram dengan konten tips & trik, foto produk, motivasi dan promosi. Membuat postingan reels instagram dengan konten motion graphics dengan topik informatif, promosi, interaktif.

4. Prototype

Menerapkan ide yang telah didapat untuk memecahkan masalah yang ada. Pembuatan sketsa desain feeds dan reels Instagram Mutiara 88.

5. Test

Menguji solusi dan ide yang telah dibuat untuk meningkatkan dan menyempurnakan solusi dan ide menjadi lebih baik. Memposting konten – konten feeds dan reels instagram yang sudah dibuat.

Maka dapat disimpulkan, dari beberapa proses melalui langkah – langkah design thinking untuk Mutiara 88 dapat membantu mengidentifikasi serta memecahkan masalah terkait strategi konten instagram Mutiara 88 dengan pendekatan yang berfokus pada pemahaman audiens dan meningkatkan daya tarik produk dan keterlibatan audiens di media sosial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Konsep Perancangan

3.1.1. Tema Desain

Tema desain yang digunakan dalam perancangan ini didasarkan pada keyword visual yang didapatkan berdasarkan target audiens dan kompetitor. Untuk membuat tampilan media sosial yang menarik dan estetis, kami menggunakan gaya desain minimalis dan modern.



Gambar 2. Referensi Tema Desain

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/587930926352265217/>

3.1.2. Estetika Dan Gaya Visual

Estetika dan gaya yang akan diterapkan pada perancangan akan berfokus pada beberapa elemen utama, yaitu:

a. Minimalis

Berfokus pada tampilan yang bersih dan mengurangi elemen yang tidak perlu.



Gambar 3. Referensi Minimalis

Sumber :

https://www.freepik.com/premium-psd/food-instagram-post-graphic-template_10060409.html

b. Modern

Dengan menerapkan elemen-elemen desain yang terbaru yang sedang menjadi tren saat ini.



Gambar 4. Referensi Modern

Sumber : <https://id.pinterest.com/pin/617345061496628597/>

3.1.3. Referensi Desain



Gambar 5. Referensi Desain 1

Sumber : <https://pin.it/483OLEH0b>

Gambar diatas merupakan sebagai referensi layouting yang akan digunakan pada konten Mutiara88.



Gambar 6. Referensi Desain 2

Sumber : <https://shorturl.at/PI7oU>

Gambar diatas merupakan sebagai referensi untuk isi konten pada sosial media Mutiara88.

3.1.4. Tipografi



Gambar 7. Geologica *Typeface*

Sumber : <https://fontesk.com/geologica-typeface/>

Dengan menggunakan jenis huruf sans serif yang modern dan mudah dibaca, seperti Geologica sebagai judul dan Open Sans sebagai bodycopy untuk konten media sosial, kedua tipografi yang dipilih akan meningkatkan kenyamanan membaca teks dengan ukuran huruf yang cukup besar dan kontras warna yang kuat.

3.1.5. Pallete Warna

Dengan menggunakan warna coklat, oren, kuning dan putih cukup mewakili apa yang Mutiara 88 produksi atau jual seperti kue kering dan juga basah juga owner nya request sendiri meminta memakai warna – warna tersebut untuk dipakai.

3.1.6. Visual Content



Gambar 8. Referensi Visual

Sumber : <https://www.sribu.com/id/blog/foto-produk-makanan-ringan/>

Dengan menggunakan gambar dan grafik berkualitas tinggi yang relavan dengan tema dan gaya.

3.1.7. Motion Graphics



Gambar 9. Referensi Motion Graphics

Sumber : <https://www.instagram.com/reel/Ck-ydsFj91q/?igsh=MTZwMnE4dWhwM3I3Ng==>



Gambar 10. Referensi Motion Graphics 2

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CK5WkQBh6hn/?igsh=b3lma2ZpZ3cwOGlp>

Gambar diatas merupakan referensi konten media sosial sebagai pembuatan motion graphics.

3.2. Konsep Media

3.2.1. Tujuan Media

Tujuan media menuju pada perancangan konten-konten instagram seperti feeds instagram dan reels instagram untuk meningkatkan daya tarik audiens.

3.2.2. Strategi Media

a. What To Say :

Menyampaikan pesan yang informatif dan edukatif tentang keunggulan produk pada Mutiara 88.

b. How To say :

Agar pesan dapat tersampaikan, maka dibuat kategori konten Instagram untuk feeds dan reels, seperti Tips dan Trik, Motivasi, Foto Produk, Promosi dengan menerapkan desain grafis.

Maka dari kesimpulan di atas, Mutiara 88 ingin menyampaikan pesan yang informatif dan edukatif serta pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan sangat baik dan jelas. Maka dari itu, Strategi pembuatan media Mutiara 88 menggunakan pembuatan content plan. Tujuannya untuk membuat jadwal postingan secara terencana dan teratur sesuai dengan apa yang di tetapkan.

Tabel 1. Content Plan
Sumber : Penulis, 2024

Minggu	Senin, 29 Juli 2024	Rabu, 31 Juli 2024	Jumat, 02 Agustus 2024	Sabtu, 03 Agustus 2024
1.	Cara Mengetahui Roti yang Sudah Basi	Foto Produk Stik Ikan Tenggeri	Motivasi Peliharalah Kesehatanmu	Reels Yuk Pilih Makanan Kesukaanmu
Minggu	Senin, 05 Agustus 2024	Rabu, 07 Agustus 2024	Jumat, 09 Agustus 2024	Sabtu, 10 Agustus 2024
2.	Cara Menghindari Makanan Berjamur	Foto Produk Roti Sosis	Motivasi Orang yang Mengabaikan Kesehatannya	Reels Yuk Ikuti Langkah Langkah nya
Minggu	Senin, 12 Agustus 2024	Rabu, 14 Agustus 2024	Jumat, 16 Agustus 2024	Sabtu, 17 Agustus 2024
3.	Tips Menyimpan Kue Kering	Foto Produk Lapis Surabaya	Promosi Kamu Pilih Mana	Reels Ingin Kue Spesial Di Acaramu
Minggu	Senin, 19 Agustus 2024	Rabu, 21 Agustus 2024	Jumat, 23 Agustus 2024	Sabtu, 24 Agustus 2024
4.		Reels Si Kecil Tidak Suka Makan Ikan?	Foto Produk Pie Buah	Promosi Hadirkan Kelezatan Istimewa ini

3.2.3. Panduan Media

a. Media Utama

Media utama yang digunakan adalah berupa instagram seperti pembuatan konten feeds instagram, dan reels instagram.

b. Media Penunjang

Media penunjang yang akan digunakan berupa media cetak seperti kartu nama, brosur dan stiker.

3.2.4. Biaya Media

Biaya Media di bawah merupakan bagian keseluruhan dengan Total Nominal yang diinginkan untuk melakukan pemasaran Baik secara Offline dan Online.

Tabel 2. Biaya Media
Sumber : Penulis, 2024

Media Utama			
No.	Jenis Media & Jasa	Qty	Harga
1	Kamera Sony A6100	1	Rp. 125.000
2	Lighting tt460	1	Rp. 75.000
3	Background	3	Rp. 5.000
4	Property Foto Produk	6	Rp. 20.000
5.	Foto Produk	100	Rp. 250.000
6.	Desain	15	Rp. 60.000
Jumlah			Rp. 535.000
Media Penunjang dan Promosi			
No.	Jenis Media & Jasa	Qty	Harga
1.	Kartu Nama	1	Rp. 2.500
2	Stiker (A3+ Kertas BW310 gsm)	1	Rp. 4.000
3	Brosur (A3+ Kertas BW310 gsm)	1	Rp. 4.000
4	Desain	3	Rp. 12.000
Jumlah			Rp. 22.500
Total Keseluruhan			Rp. 552.500

3.3. Final Desain

Hasil final desain postingan feeds instagram Mutiara 88 dengan konten tips dan trik yang sudah dibuat menggunakan aplikasi adobe illustrator.



Gambar 11. Feeds Kategori Tips & Trik
Sumber : Penulis, 2024

Hasil final desain postingan feeds instagram Mutiara 88 dengan konten foto produk pengenalan produk yang sudah dibuat menggunakan aplikasi adobe illustrator.



Gambar 15. Hasil Motion Graphics

Barcode diatas merupakan hasil dari empat postingan *Reels Motion Graphics*, atau bisa dengan mengunjungi link berikut: <https://drive.google.com/drive/folders/1UTrnNjqHrejtxEgpa9ceZtW6AqzzV1YV?usp=sharing>

3.4. Standar manual Media

Menggabungkan desain melalui moodboard, yang akan dicetak menjadi berbagai halaman dan mencakup keseluruhan perancangan yang telah dibuat.



Gambar 19. Moodboard GSM
Sumber : Penulis, 2024

3.5. Poster Diri Pameran



Gambar 20. Poster Diri Pameran
Sumber : Penulis, 2024

3.6. Hasil Pengujian Media

Hasil pengujian yang telah diperlihatkan dan dinilai oleh owner Mutiara 88 menurut nya sudah terlihat lebih baik dari konten konten sebelum nya yang monoton, dan informasi yang disampaikan juga sudah cukup jelas, juga layouting desain dan perpaduan warna yang terlihat lebih menarik.

Setelah melakukan hasil pengujian kepada owner kami juga melakukan pengujian kepada konsumen dengan mencari data melalui quisoner, dari data quisoner yang kami dapat menurut nya tampilan desain media promosi pada instagram Mutiara 88 masih kurang menarik dan informasi yang disampaikan juga masih kurang jelas. Pengaruh media promosi sangat lah penting terhadap minat keputusan konsumen yang memberikan informasi yang jelas, foto produk yang menarik dan konten yang tidak monoton.

Dari hasil quisoner perancangan konten konten pemasaran Mutiara 88 yang telah kami buat sudah sesuai dan menarik juga terlihat lebih baik dari sebelumnya, informasi yang disampaikan juga sudah sangat jelas tersampaikan. Dan kami juga melakukan wawancara ke beberapa siswa sekolah menengah atas menurutnya dari desain instagram yang dibuat sudah cukup menarik, informasi yang dicantumkan sudah cukup jelas, juga desainnya yang terlihat simple dan mudah dipahami, tidak berlebihan – lebih jadi lebih baik dari sebelumnya.



Gambar 21. Feeds & Reels Instagram Mutiara 88
Sumber : Penulis, 2024

4. KESIMPULAN

Dalam proyek perancangan ini, penulis berhasil mengembangkan dan membuat desain grafis pada konten sosial media Mutiara 88 yang mencerminkan identitas merek dan tujuan komunikasi yang diinginkan. Proses perancangan dimulai dengan melakukan analisis mendalam terhadap target audiens dan kebutuhan klien, kemudian hasilnya diterjemahkan ke dalam konsep visual yang konsisten dan menarik.

Selama pembuatan proyek perancangan ini, Hasil akhirnya dari proyek perancangan ini adalah sebagai berikut:



1. Meningkatkan isi konten yang dibuat, yang mencakup seperti tips dan trik, motivasi, foto produk, promosi dan membuat motion graphic untuk reels yang bertujuan meningkatkan daya tarik audiens.
2. Pengembangan desain pada konten media sosial dengan menerapkan prinsip dan komponen desain grafis, sehingga menciptakan desain yang mudah dikenali.
3. Meningkatkan isi konten dan desain memastikan pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan jelas dan mudah dipahami audiens.

DAFTAR PUSTAKA

E-book

- Suyanto, M. (2004). aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan. Penerbit Andi.
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=K7lbfhvt6aac&Lpg=Pa1&Dq=Muhammad%20suyanto%20desain%20grafis&Lr&Hl=Id&Pg=Pa1#V=Onepage&Q=Muhammad%20suyanto%20desain%20grafis&F=False>
- Enterprise, J. (2018). desain Grafis Komplet. Elex Media Komputindo.
<https://Books.Google.Co.Id/Books?Id=Ujjudwaaqbaj&Lpg=Pp1&Dq=Desain%20grafis&Lr&Hl=Id&Pg=Pp1#V=Onepage&Q=Desain%20grafis&F=False>
- Ilham B. U. (2024). Aplikasi Design Thinking. Nobel Press.
<http://Repository.Nobel.Ac.Id/1329/1/Buku%20ajar%20bahrul%202024.Pdf>
- Mueller-Ruterberg, C. (2018). Handbook Of Design Thinking. Kindle Direct Publishing.
https://Www.Researchgate.Net/Publication/329310644_handbook_of_design_thinking
- Fakhrudin, Arif, Maria Valeria Roellyanti, And Awan. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
<https://Repository.Sttkd.Ac.Id/Documents/Arif%20fakhrudin%2c%20s.E.%2c%20m.M./1.%20buku%20bauran%20pemasaran.Pdf>
- Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Cetakan I. Isbn 978-602-60263-4-7.
<https://Repository.Kemdikbud.Go.Id/11838/1/9-Desain-Grafis-Ok.Pdf>
- Cahyadi, D. (2023). Editing Dan Motion Graphic. Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Dan Desain, Universitas Negeri Makassar.
https://Www.Researchgate.Net/Publication/376072534_motion_graphics_dasar

Jurnal

- Cahyono, A. S. (1). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *publiciana*, 9(1): 140-157.
- Fitriani, Yuni. Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Penyajian Konten Edukasi Atau Pembelajaran Digital. *jisamar (Journal Of Information System, Applied, Management, Accounting And Research)*, [S.L.], 5(4): 1006-1013.
- Kementerian Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia. *Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah*. Indonesia Baik, N.D.

Skripsi

- Novalita, A. (2022). Hubungan Konten Media Sosial Terhadap Minat Beli Produk Umkm Pada Followers Instagram @Plajuberdaya (Skripsi). Universitas Sriwijaya.
https://Repository.Unsri.Ac.Id/87993/3/Rama_70201_07031381924197_0001057901_0013099204_01_front_ref.Pdf
- Kamil, U. I. (2023). Perancangan Konten Media Sosial Sebagai Media Promosi Toko Thrifting Double Our Standard (Skripsi). Politeknik Negeri Jakarta.
<https://Repository.Pnj.Ac.Id/Id/Eprint/12145/1/Halaman%20identitas%20skripsi.Pdf>
- Shabir, R. (2022). Pengembangan Video Motion Graphics Sebagai Media Pembelajaran Pada Materi Jaringan Berbasis Luas Di Smk Negeri 2 Bandar Lampung (Skripsi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung, Bandar Lampung).
<https://Digilib.Unila.Ac.Id/63226/3/Skripsi%20tanpa%20bab%20pembahasan.Pdf>



Afi, M. A. (2020). Perancangan Motion Graphic Untuk Mengedukasi Orang Tua Terhadap Masa Keemasan Otak Anak (Skripsi, Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Fakultas Industri Kreatif, Universitas Telkom, Bandung).
https://ifik.telkomuniversity.ac.id/assets/upload/thesis/aliafi/draft_preview_3_-_mhammad_ali_afi_-_1601160351.pdf