

PERENCANAAN DESAIN GRAFIS DI ERA MEDIA SOSIAL

STUDI KASUS PADA PERCETAKAN RAMBAH MEDIA KREATIF
SEBAGAI MEDIA PROMOSI

- Hak Cipta Dilindungi UIN SUSKA RIAU
1. Dilarang mengutip
 2. Dilarang mengutip dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- is ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri
Sultan Syarif Kasim Riau untuk Memenuhi Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

OLEH

ALPAN HERU
NIM. 12040313199

UIN SUSKA RIAU

PROGRAM STUDI ILMU KOMUKASI

FAKULTAS DAKWA DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARI KASIM

RIAU

2026

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PERENCANAAN DESAIN GRAFIS DI ERA MEDIA SOSIAL STUDI KASUS
PADA PERCETAKAN RAMBAH MEDIA KREATIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

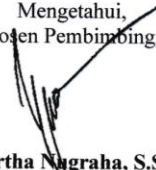
Disusun oleh :



Alpan Heru
NIM. 12040313199

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 31 Desember 2025

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Yudhi Martha Nagraha, S.Sn., M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003



UIN SUSKA RIAU

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Alpan Heru
NIM : 12040313199
Judul : Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 14 Januari 2026

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.I.Kom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Januari 2026
Dekan,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP.19710612 199803 1 033

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Prof. Dr. Masduki, M.Ag
NIP.19710612 199803 1 033

Penguji III,

Dr. Tika Mustika, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP.19261006 201903 2 010

Sekretaris/ Penguji II,

Assyari Abdullah, S.Sos., M.I.Kom
NIP.19860510 202321 1 026

Penguji IV,

Dr. Kodarni, S.ST, M.Pd. CHQA
NIP. 19750927 2023211 005

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION
Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Alpan Heru
NIM : 12040313199
Judul : Peran Desain Grafis Untuk Meningkatkan Minat Konsumen Pada Percetakan Rambah Media Kreatif

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 19 Desember 2024

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 19 Desember 2024

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Penguji II,


Dr. Yudianto, M. I. Kom
NIP. 19801230 200604 1 001


Dewi Sukartik, M. Sc
NIP. 19810914 202321 2 019

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran Surat:
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Alpan Heru
NIM : 12040313199
Tempat/ Tgl. Lahir : Pasir Pengaraian, 13 Juni 2001
Fakultas/Pascasarjana : Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Prodi : S1 Ilmu Komunikasi

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* : **"PERENCANAAN
DESAIN GRAFIS DI ERA MEDIA SOSIAL STUDI KASUS PADA
PERCETAKAN RAMBAH MEDIA KREATIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI
"**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya:

1. Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana disebutkan diatas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya sampaikan bebas dari plagiat.
4. Apabila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya*) saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 28 Januari 2025
Yang membuat pernyataan



ALPAN HERU
NIM. 12040313199

**pilih salah satu sesuai jenis karya tulis*

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 27 Januari 2026

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-

Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Alpan Heru
NIM : 12040313199
Judul Skripsi : Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi

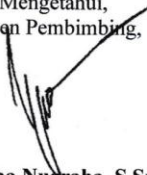
Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

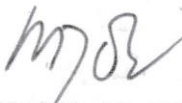
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing,



Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds
NIP. 19790326 200912 1 002

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Musfaldy, S.Sos, M.Si
NIP. 19721201 200003 1 003

ABSTRAK

Industri percetakan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa dekade terakhir akibat kemajuan teknologi digital dan perubahan dalam perilaku konsumen. usaha percetakan tidak hanya bersaing dalam hal kualitas cetak, tetapi juga dalam penyediaan layanan desain grafis yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. peranan desain grafis dalam segala bidang usaha sangat dibutuhkan. Kebutuhan desain promosi yang sekarang semakin marak di dunia usaha, membuat desain grafis dituntut untuk bisa mengembangkan diri dalam membuat sebuah produk yang bisa menarik minat Masyarakat. Strategi komunikasi pemasaran memiliki peran krusial dalam meningkatkan kesadaran konsumen dan memperkuat pemahamannya. Tujuan dalam penelitian ini untuk mengetahui dan melurusuri Bagaimana Strategi Komukasi Bisnis RMK Dalam Meningkatkan Kualitas Desain Grafis Untuk Meningkatkan Minat Konsumen Di Pasir Pangaraian Kabupaten Rokan Hulu. Menggunakan metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan penelaahan substansi makna fenomena. Hasil dan Kesimpulan pemanfaatan media sosial sebagai media promosi oleh RMK masih belum optimal. Di era digital dengan tingginya penggunaan internet, media sosial memiliki potensi besar untuk meningkatkan daya tarik promosi dan memperluas jangkauan pasar. Oleh karena itu, RMK perlu mengembangkan perencanaan desain grafis yang lebih kreatif serta mengelola media sosial secara konsisten agar dapat meningkatkan daya saing dan mendorong pertumbuhan usaha.

Kata Kunci: Desain Grafis, era media sosial, media Promosi

1. Hak cipta dilindungi undang-undang
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

The printing industry has undergone significant changes in recent decades due to the advancement in digital technology and shifts in consumer behavior. Printing businesses now compete not only in terms of print quality but also in providing innovative graphic design services that are responsive to customer needs. The role of graphic design is increasingly essential across various business sectors, particularly as the demand for promotional design continues to grow. This condition requires graphic design to continuously develop in order to create products that can attract public interest. Marketing communication strategies play a crucial role in increasing consumer awareness and strengthening consumer understanding. The purpose of this study is to identify and examine the business communication strategy of Rambah Media Kreatif (RMK) in improving the quality of graphic design to increase consumer interest in Pasir Pangaraian, Rokan Hulu Regency. This research uses a qualitative method, which emphasizes the observation of phenomena and the analysis of their substantive meanings. The results and conclusions indicate that the use of social media as a promotional medium by RMK has not yet been optimal. In the digital era, with the high level of internet usage, social media has great potential to enhance promotional appeal and expand market reach. Therefore, RMK needs to develop more creative graphic design planning and manage social media consistently in order to increase competitiveness and support business growth.

Keywords: Graphic Design, Social Media Era, Promotional Media

1. Hal yang harus diperhatikan dalam penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan secara komersial tanpa izin dari UIN Suska Riau.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, menduplikasi, atau menyebarkan secara komersial tanpa izin dari UIN Suska Riau.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Alhamdulillahirabbil'alamin, segala puji bagi Allah SWT pencipta seluruh alam semesta yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya. Penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, suri teladan umat manusia sepanjang zaman. Skripsi yang berjudul **“Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi”** adalah hasil karya ilmiah yang ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih terapat kekurangan baik dalam bentuk susunan, tata bahasa, maupun nilai ilmiah. Namun penulis berharap agar skripsi ini bermanfaat dalam menambah wawasan serta informasi bagi pembaca, khususnya dalam bidang komunikasi strategi komunikasi dan peningkatan kualitas desain grafis.

Keberhasilan dalam penyusunan skripsi ini tentu tidak lepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan kerendahan hati penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa ucapan terima kasih penulis berikan kepada diri sendiri karena telah bertahan sampai saat ini dalam mengerjakan skripsi ini, usaha dan dukungan kepada penulis untuk terus kuat menjalani segala proses dalam menggapai gelar sarjana yang diimpikan. Terima kasih sudah senantiasa ada bersama penulis, kalian merupakan salah satu alasan kenapa penulis menyelesaikan skripsi ini dan akan selalu menjadi alasan penulis dalam mencapai hal-hal baik lainnya. Penulis juga ingin menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti MS, SE, M.Si, Ak, CA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Prof. H. Raihani, M.Ed., Ph.D. selaku Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
3. Bapak Dr. Alex Wenda, S.T., M.Eng selaku Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
4. Bapak Dr. Haris Simaremare, S.T., M.Kt selaku Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
5. Prof. Dr. Masduki, M.Ag selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6. Dr. Muhammad Badri, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Artis, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
8. Bapak Yudhi Martha Nugraha S. Snm. Ds Selaku dosen Pembimbing Skripsi saya terimakasih banyak atas arahan, bantuan dan bimbingan dan waktu yang telah diberukan kepada penulis dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini akhirnya dapat selesai.
9. Bapak Artis, M.I.Kom Selaku Penasehat Akademik sekaligus dosen pembimbing. Terima kasih banyak atas arahan, bantuan, bimbingan, dan waktu yang telah diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan.
10. Seluruh dosen, staff dan seluruh pegawai Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah banyak memberikan ilmu dan pengetahuan kepada penulis selama berada di bangku perkuliahan.
11. Kepada Orang Tua Tercinta: terima kasih yang tak terhingga penulis ucapkan kepada Ayah (Ali Amran) dan Omak (Khadijah). Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus, kasih sayang yang tidak terbatas, serta pengorbanan luar biasa baik secara moral maupun material. Skripsi ini adalah persembahan kecil untuk membalas segala tetes keringat dan cinta yang telah ayah dan omak berikan.
12. Kepada Abang dan Kakak: Untuk Abang (Armen Vales) dan Kakak (Armelida) tersayang, terima kasih telah menjadi sistem pendukung terbaik. Terima kasih atas nasihat, semangat, dan bantuan yang diberikan selama penulis menempuh studi. Keberadaan kalian adalah motivasi bagi penulis untuk segera menyelesaikan tanggung jawab ini.

Pekanbaru, 31 Januari 2025

Penulis

Alpan Heru

NIM. 12040313199

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Batasan Masalah	4
1.3 Penegasan istilah	4
1.4 Rumusan Masalah	4
1.5 Tujuan Rumusan Masalah	5
1.6 Kegunaan Penelitian	5
1.7 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Kajian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Teori Perencanaan	8
2.2.2 Definisi Design Grafis	9
2.2.3 Peran Design Grafis	14
2.2.4 Teori Media Sosial	15
2.2.5 Media Promosi	16
2.2.6 Percetakan	17
2.3 Konsep Oprasional	17
2.4 Kerangka Berpikir	18
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian	19
3.2 Waktu dan Tempat Penelitian	20
3.3 Jenis Dan Sumber Data	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	21
3.5 Analisis Data	22



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	23
4.1 Lokasi Penelitian	23
4.2 Profil Percetakan Rambah Media Kreatif	24
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN PENELITIAN.....	25
5.1 Hasil Penelitian	25
5.1.1 Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Di Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi	25
5.2 Pembahasan Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Di Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi	32
5.2.1 Desain Grafis Di Era Media Sosial di Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi	32
5.1.2 Kualitas Desain Grafis Dalam Meningkatkan Minat Konsumen	37
5.1.3 Peluang Bisnis Melalui Media Promosi Di Percetakan RMK	41
BAB VI PENUTUP	43
6.1 Kesimpulan	43
6.2 Saran.....	43

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau	
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau	
Hak cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
Daftar 1 Informan Penelitian	20



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR GAMBAR

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang	
1. Dilarang dengan sengaja atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.	
Gambar 1	Lokasi Penelitian percetakan Rambah 23
Gambar 2	Aplikasi photoshop 26
Gambar 3	Hasil Design percetakan Rambah Media Kreatif..... 26
Gambar 4	Platform media sosial 35
Gambar 5	Akun Instagram Percetakan Rambah Media Kreatif..... 36
Gambar 6	Design pada percetakan Rambah Media Kreatif..... 40

BAB I

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan digitalisasi telah mengubah secara drastis cara bisnis beroperasi dan berkomunikasi dengan pelanggan serta pemangku kepentingan. Era digital telah menjadi fondasi bagi inovasi dan transformasi dalam dunia bisnis, membuka pintu bagi peluang baru namun juga menimbulkan tantangan yang kompleks. Dalam konteks ini, strategi komunikasi bisnis yang efektif menjadi kritis dalam mempertahankan daya saing, membangun merek yang kuat, dan memastikan hubungan yang berkelanjutan dengan pelanggan.

Mengacu pada perspektif komunikasi bisnis dalam , perusahaan perlu memiliki kompetensi dalam menganalisis situasi yang sedang terjadi, baik dalam lingkup internal maupun lingkungan bisnis di luar perusahaan. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam merumuskan strategi yang lebih terarah agar tujuan bisnis akan tetap tercapai. Sayangnya, banyak perusahaan masih kesulitan dalam melakukan prosedur tersebut disebabkan oleh kurangnya kesadaran serta rendahnya inisiatif dalam mendalami dan menguasai strategi bisnis. Keadaan seperti ini yang akhirnya mendorong perusahaan untuk segera merumuskan metode komunikasi bisnis yang komprehensif. Konsep komunikasi dan pemasaran merupakan suatu taktik dalam menentukan keputusan kondisional terkait tindakan yang akan perusahaan laksanakan demi mencapai tujuan. Perusahaan, dalam menjalankan komunikasi bisnis, perlu mengidentifikasi dan merumuskan strategi bisnis serta target market yang tepat.

Industri percetakan telah mengalami perubahan besar dalam beberapa dekade terakhir akibat kemajuan teknologi digital dan perubahan dalam perilaku konsumen. Kini, usaha percetakan tidak hanya bersaing dalam hal kualitas cetak, tetapi juga dalam penyediaan layanan desain grafis yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Desain grafis memiliki arti khusus sebagai keahlian dalam menyusun dan merancang unsur-unsur visual sehingga informasi dapat dipahami dan dimengerti oleh masyarakat. Tujuan desain grafis adalah menggunakan elemen visual, seperti gambar dan ilustrasi, untuk menyampaikan informasi atau pesan dengan efektif. Desain grafis dapat dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi dalam kehidupan sosial masyarakat, serta memberikan peluang sebagai sumber penghasilan. Desain grafis memiliki peran yang krusial di berbagai sektor bisnis, termasuk multimedia, periklanan, dan percetakan..

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Pada saat ini, peranan desain grafis dalam segala bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya bidang usaha yang memanfaatkan keahlian designer grafis. Kebutuhan desain promosi yang sekarang semakin marak di dunia usaha, membuat desain grafis dituntut untuk bisa mengembangkan diri dalam membuat sebuah produk yang bisa menarik minat masyarakat. Para calon designer harus bisa dan mampu terjun kedalam lingkungan masyarakat yang lebih luas, agar dapat mengetahui seberapa besarnya pengaruh dunia kerja dengan pekerjaan yang ditekuni.

Percetakan Rambah Media Kreatif adalah salah satu industri percetakan custom, mulai dari baju pdh hingga percetakan baju dengan partai besar, percetakan ini berlokasi di area Pasir Pengaraian. Lokasi percetakan RMK sangat strategis karna wilayah ini adalah wilayah perkantoran dinas pemerintahan kabupaten Rokan Hulu. Percetakan RMK telah memiliki alat yang memadai, dan cukup dikenal di wilayah Pasir Pengaraian.

Strategi komunikasi melibatkan komunikasi yang bersifat informatif dan persuasif untuk memperkuat pemahaman dan dukungan terhadap suatu konsep, gagasan, produk, atau layanan yang direncanakan oleh suatu organisasi, baik yang bertujuan untuk keuntungan maupun non-profit. Strategi ini memiliki tujuan, perencanaan, dan berbagai opsi berdasarkan penelitian serta dievaluasi secara menyeluruh. Strategi komunikasi pemasaran memiliki peran krusial dalam meningkatkan kesadaran konsumen dan memperkuat pemahamannya. Perusahaan harus dengan cermat merancang strategi komunikasi pemasaran agar pesan mudah diterima oleh masyarakat. Strategi komunikasi pemasaran memiliki peran yang sangat penting dalam memasarkan produk. Tujuannya adalah agar pesan sampai ke enak pembeli dan mendorongnya untuk membeli. Perusahaan harus berfokus pada penawaran nilai dan tingkat kepuasan pelanggan, bukan hanya memahami kebutuhan pasar

Strategi komunikasi pemasaran yang efektif berperan penting dalam memperkuat posisi perusahaan di pasar. Menurut Kotler dan Keller dalam , komunikasi pemasaran yang inovatif dan terintegrasi dapat membantu perusahaan menjangkau target pasar yang lebih luas dan membangun hubungan yang lebih kuat dengan pelanggan. Dalam konteks Pertakan RKM, penerapan strategi komunikasi pemasaran yang inovatif bertujuan meningkatkan visibilitas layanan desain grafis dan menciptakan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan melalui interaksi yang lebih personal dan adaptif.

Di era globalisasi dan persaingan bisnis yang semakin ketat, komunikasi memegang peranan penting dalam menentukan keberhasilan suatu organisasi. Perusahaan tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk dan jasa yang berkualitas, namun juga mampu menyampaikan informasi secara efektif kepada berbagai pihak, baik internal maupun eksternal perusahaan. Komunikasi bisnis

yang tidak direncanakan dengan baik dapat menimbulkan kesalahpahaman, konflik internal, menurunnya kinerja karyawan, dan menurunnya kepercayaan pelanggan.

Komunikasi bisnis didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan yang berorientasi pada tujuan, dilakukan secara strategis untuk mendukung kelancaran operasi bisnis, membangun hubungan baik, dan memperkuat reputasi perusahaan. Tujuan utama komunikasi bisnis adalah untuk memastikan pesan tersampaikan dengan efektif, baik secara internal di dalam organisasi maupun eksternal kepada pemangku kepentingan. Komunikasi bisnis telah menjadi fondasi bagi inovasi dan transformasi dalam dunia bisnis, membuka peluang baru tetapi juga menghadirkan tantangan yang kompleks. Konteks ini, strategi komunikasi yang efektif menjadi sangat penting untuk mempertahankan daya saing, membangun merek yang kuat, serta menjaga hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Perkembangan teknologi informasi juga membawa perubahan signifikan dalam cara perusahaan berkomunikasi. Media digital, media sosial, dan platform komunikasi online menuntut perusahaan untuk memiliki strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan konsisten, jelas, dan tepat sasaran. Tanpa strategi komunikasi bisnis yang tepat sasaran, informasi yang disampaikan tidak akan tepat sasaran dan berpotensi merugikan tempat usaha.

RMK belum memiliki rencana yang matang dan tanggap dalam menghadapi situasi-situasi yang kritis di era digitalisasi. Maka peneliti perlu meneliti apa saja yang menjadi faktor ketidakberkembangannya usaha percetakan design grafis ini. Dengan zaman yang semakin canggih dan dimana Perkembangan teknologi informasi juga membawa perubahan signifikan dalam cara tempat usaha berkomunikasi. Media digital, media sosial, dan platform komunikasi online menuntut RMK untuk memiliki strategi komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan konsisten, jelas, dan tepat sasaran. Tanpa strategi komunikasi bisnis yang tepat sasaran, informasi yang disampaikan tidak akan tepat sasaran dan berpotensi merugikan perusahaan design grafis berupa kan karya penghasil uang atau bisnis yang menjanjikan tidak hanya di suatu wilayah namun bisnis ini bisa sampai seluruh Indonesia atau manca negara. Maka dari itu perlunya strategi komunikasi dalam usaha jasa desain yang baik dan sesuai dengan kemauan customer dan harga. Kesalahan komunikasi eksternal (misalnya promosi yang tidak jelas atau respons yang lambat) dapat merusak reputasi perusahaan.

Fenomena dalam Penelitian ini yaitu banyak hasil design grafis tidak sesuai dengan alur kerja yang efisien, masih banyak customer yang tidak menghargai design grafis, dan masih kurangnya komunikasi terhadap pelanggan, mengenai desain sesuai dengan tingkatannya misalnya belum adanya media sosial seperti instagram, facebook, tiktok dan media sosial lainnya. Khusus untuk percetakan RMK sebagai media komunikasi pelanggan RMK di pasir pangaraian, sehingga

- a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Penelitian tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tidak ada kemajuan dalam promosi percetakan dan belum tercapainya peningkatan konsumen pada percetakan RMK ini.

Maka berdasarkan latar belakang diatas peneliti akan membahas bagaimana Perencanaan yang diberikan oleh design grafis terhadap dunia percetakan khususnya di wilayah pasir pengaraian, dengan ini peneliti akan membahas penelitian ini dengan judul penelitian **“Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi”**.

1.2 Batasan Masalah

Batasan dalam penelitian ini merupakan pedoman penelitian agar pembahasan tidak secara menyeluruh maka dengan ini peneliti membatasi masalah penelitian ini yaitu “peneliti akan menganalisis bagaimana Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi”.

1.3 Penegasan istilah

Penegasan istilah merupakan pedoman untuk penelitian agar tidak terjadi kesalahan paham dalam memahami kajian ini. Maka penegasan istilah penelitian ini sebagai berikut:

1. Perencanaan adalah proses merumuskan langkah-langkah atau strategi untuk mencapai tujuan tertentu secara sistematis dan terstruktur.
2. Design grafis suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin
3. Era media sosial adalah periode di mana platform media sosial menjadi sarana utama komunikasi, promosi, dan interaksi antara individu, bisnis, dan masyarakat secara luas.
4. Media promosi adalah sarana atau alat yang digunakan oleh individu, perusahaan, atau organisasi untuk menyampaikan informasi tentang produk, jasa, atau layanan kepada konsumen agar menarik perhatian, membangun minat, dan mendorong keputusan pembelian.
5. Percetakan rambah media kreatif salah satu industri percetakan baju custom, mulai dari baju pdh hingga percetakan baju dengan partai besar, percetakan ini berlokasi di wilayah Pasir Pengaraian Kab Rokan Hulu.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka peneliti akan merumuskan masalah dalam penelitian ini yaitu Bagaimana Perencanaan Desain Grafis di Era Media

Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

1.5 Tujuan Rumusan Masalah

Tujuan penelitian digunakan sebagai patokan hasil penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Agar peneliti memahami dan mengetahui Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Di Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi.
2. Agar mengetahui dan memahami materi tentang Perencanaan Desain Grafis di Era Media Sosial sebagai bahan penelitian selanjutnya.

1.6 Kegunaan Penelitian

Adapun kegunaan penelitian adalah:

Kegunaan teoritis

- a. Sebagai syarat untuk menyelesaikan program S1
- b. Sebagai bahan masukan dan referensi bagi para pengkaji Ilmu Komunikasi khususnya bidang perencanaan Desain grafis era media sosial yang berminat meneliti permasalahan yang sama.

Kegunaan praktis

- a. Memberikan masukan bagi perencanaan desain grafis di era media sosial yang dilakukan oleh percetakan rambah kreatif di pasir pengaraian.
- b. Untuk memberi manfaat dan wawasan bagi para pelaksana komunikasi agar mengetahui secara mendalam bagaimana peranan Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Di Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi yang dilakukan oleh percetakan Rambah Kreatif di pasir pengaraian.

1.7 Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran pokok dari rancangan pembahasan ini, penulis membagi sistematika penulisan dalam lima bab yang akan dirincikan dalam beberapa sub-bab dengan sistematika penulisan dalam skripsi ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisikan latar belakang masalah, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi kajian terdahulu, landasan teori dan kerangka pikir.



UIN SUSKA RIAU

BAB III

: METODE PENELITIAN

Bab ini berisi design penelitian, lokasi penelitian dan waktu penelitian, sumber data penelitian, informan penelitian, Teknik pengumpulan data, dan Teknik Analisa data untuk menghasilkan penelitian.

BAB IV

: GAMBARAN UMUM

Bab ini berisi profil objek penelitian, dari mulai sejarah, visi dan misi serta hal-hal yang berkaitan dengan perencanaan desain grafis di era media social percetakan Rambah Media Kreatif.

BAB V

: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas mengenai hasil penelitian

BAB VI

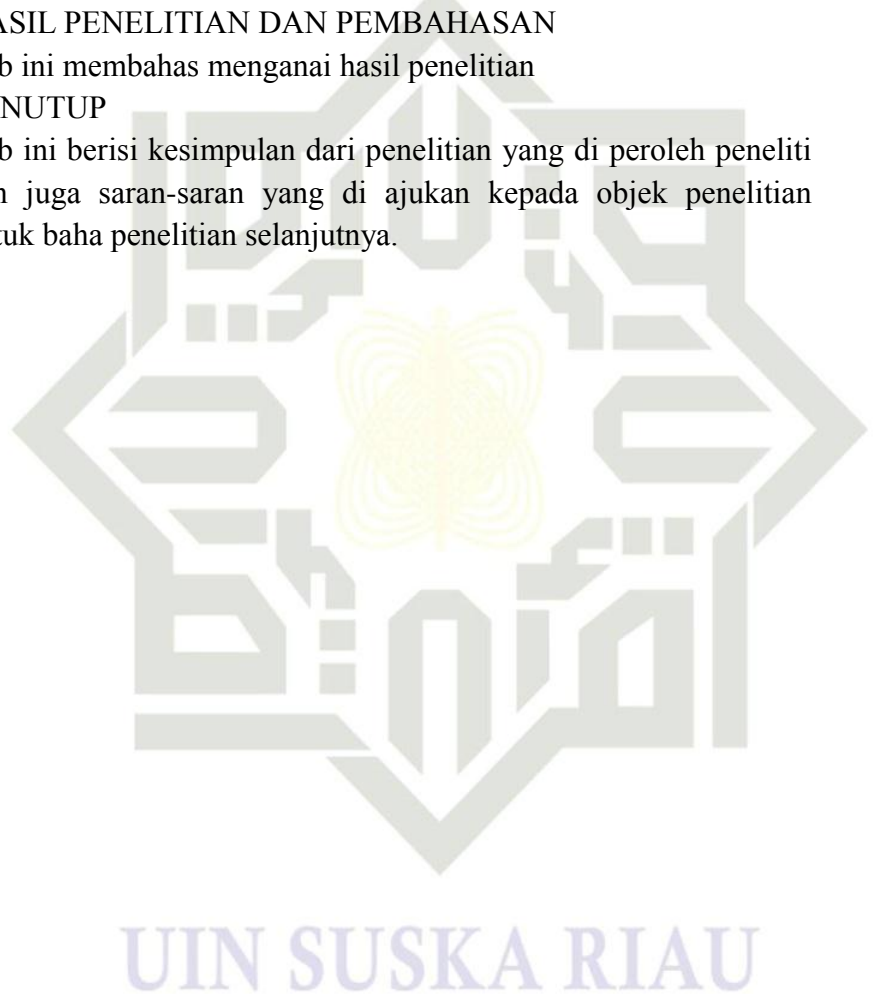
: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang di peroleh peneliti dan juga saran-saran yang di ajukan kepada objek penelitian untuk baha penelitian selanjutnya.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Terdahulu

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Kadek Ratih Kusuma Dewi, Ni Nyoman Padmi Harini, Putu Adi Ananta Yoga dengan judul penelitian Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif Pada Era Digital. Hasil penelitian menyatakan pemanfaatan Canva sebagai media promosi kreatif dan inovatif cukup efektif serta efisien untuk meningkatkan pendapatan usaha.
2. Penelitian ini dilakukan oleh Eddy Kusnadi dengan judul penelitian Peran Graphic Designer Dalam Mempromosikan Brand Everfresh. Hasil Penelitian Seorang desainer grafis di dunia periklanan bekerja di bawah agensi periklanan dan bertugas mengeksekusi pesan iklan secara visual secara kreatif, efektif, dan efisien. Dalam melaksanakan tugasnya, seorang desainer grafis harus menguasai berbagai macam sisi keilmuan desain grafis, agar nantinya mampu menghasilkan karya visual yang kreatif, efektif, dan efisien. Sehingga brand yang dipromosikan bisa mendapat peran dalam masyarakat.
3. Penelitian ini dilakukan oleh Dion Eko Valentino dengan judul penelitian Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung Hasil Penelitian implementasi pembuatan desain grafis sebagai media promosi yang dilakukan oleh Divisi Pemasaran Desainer Grafis di Novena Hotel Bandung masih kurang baik.
4. Penelitian ini dilakukan oleh Saifur Rohman Cholil, Vensy Vydia, Aria Hendrawan dengan judul penelitian Peningkatan Kemampuan Membuat Desain Promosi Produk Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Ukm) Propinsi Jawa Tengah Output akhir yang dicapai dari kegiatan ini adalah peningkatan kemampuan mitra kerja dalam menggunakan komputer sebagai sarana pengembangan kreativitas di bidang desain grafis. Secara ilmiah, hasil akhir dari kegiatan pengabdian ini adalah publikasi hasil pengabdian ini di jurnal layanan dan publikasi media massa.
5. Penelitian ini dilakukan oleh Kanaya Bintang Aulia Simangunsong, and Pu Arifianto. Dengan judul Penelitian Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Bagi Pt. ColarCreativ Industri Bagian ColarLiving Hasil Penelitian Platform ini telah terbukti menjadi alat efektif untuk keperluan pemasaran, promosi, dan interaksi sosial. Dalam penggunaan desain grafis pada publikasi konten, mulai dari perencanaan hingga proses desain,

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penerapan desain grafis yang terstruktur diharapkan memberikan hasil yang memuaskan. Peran krusial desain grafis sangat terasa dalam strategi pemasaran produk, terutama untuk brand yang baru seperti Colar Living.

6. Penelitian yang dilakukan oleh Ari Amir Alkodri, Fitriyani, Burham Isnanto, Chandra Kirana, Bambang Adiwinot. Dengan judul penelitian Implementasi Desain Grafis Untuk Media Promosi Umkm Di Pangkalpinang, Hasil penelitian menunjukkan proses digitalisasi UMKM melalui pembuatan desain digital dan pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penghasilan bagi UMKM
7. Penelitian yang dilakukan I Angelica, A R Gunawan, S N Hayati, A G Yulianto, A K Sunu, Muhammad Arifin Gunawan, G L Pritalia dengan judul Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement pada Koin Design Yogyakarta. Hasil penelitian *Insights* Instagram Koin Design Yogyakarta terlihat ada kenaikan setelah diadakan pelatihan dari akun yang dicapai dan akun yang aktif dalam berinteraksi .
8. Penelitian yang dilakukan Gesnida Yunita dengan judul Pengaruh desain komunikasi visual estetika dalam daya beli konsumen di media sosial. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa masyarakat cenderung setuju dan memutuskan membeli sebuah produk di media social jika desain yang ditampilkan oleh para online shop memiliki nilai estetika visual dalam desain tampilan feed instagram .

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Perencanaan

Perencanaan adalah proses berkelanjutan, yang terdiri dari keputusan atau pilihan dan berbagai cara untuk menggunakan sumber daya yang ada, dengan sasaran untuk mencapai tujuan tertentu di masa mendatang. Pada dasarnya segala kegiatan pembangunan itu baru akan terarah apabila dilandaskan pada suatu perencanaan pembangunan dan dikontrol, serta dievaluasi. Perencanaan adalah keseluruhan proses pemikiran penentuan secara matang dari hal-hal yang akan dikerjakan di masa yang akan datang dalam rangka yang telah ditentukan . Perencanaan menurut Faludi dalam merumuskan program-program untuk bertindak. Dalam sebuah perencanaan dalam merumuskannya terdapat beberapa ciri-ciri konsep yang digunakan untuk merumuskan masa depan, Faludi dalam telah menyusun sebuah kerangka klasifikasi yang membedakan tiga dimensi dalam tipologi perencanaan, yang masing-masingnya diberi penamaan menurut nilai-nilai ekstrem dimensi yang bersangkutan, yaitu

- a. Perencanaan cetak biru berhadapan dengan perencanaan proses: Sampai seberapa jauhkah bisa dilahirkan suatu perencanaan sebagai hasil dari pendekatan secara ketat yang berasal dari tradisi teknologi.



- b. Perencanaan beruang lingkup rasional berhadapan dengan perencanaan secara terurai-inkrementalis (meningkat): Sampai seberapa jauhkah suatu perencanaan bisa bersifat mirip dengan ideal yang rasional.

c. Perencanaan normatif berhadapan dengan perencanaan fungsional: Apakah sasarannya sudah bersifat pasti/tak berubah sehingga hanya bisa dilakukan pilihan mengenai perlatannya, ataukah sasarannya juga bisa dipilih-pilih.

Dari penjelasan para ahli diatas, maka dapat disimpulkan secara umum bahwa pengertian perencanaan adalah proses mendefinisikan tujuan organisasi, membuat strategi untuk mencapai tujuan itu, dan mengembangkan rencana aktivitas kerja organisasi.

Proses perencanaan ada beberapa tahapan menurut Dusseldorp dalam tahapan yang pertama yaitu rumusan masalah, dilanjut dengan pengumpulan dan pemeriksaan bahan, penyusunan rencana, penetapan rencana, dan tahapan terakhir adalah melaksanakan dan menilai hasilnya. Dalam tahap- tahap tersebut kecuali sebagian dari tugas untuk merumuskan sasaran-sasaran seperti pembuatan perencanaan dan sebagian penilaian, dimasukkan kedalam proses perencanaan. Kemudian pembuatan rencana dapat dibagi dalam 7 bagian:

- a. Perencanaan harus dimulai dengan melakukan analisa terhadap situasi yang sedang terjadi dan mengukur terhadap sasaran-sasaran yang harus dicapai kedepannya.
- b. Selanjutnya yaitu menentukan program aksi yang mana akhirnya dapat dilaksanakan pada situasi yang sedang terjadi untuk mencapai sasaran tersebut. Ditetapkan dalam tahap yang terdahulu disarankan untuk membuat alternatif program bagi rencana-rencana yang terbentuk.
- c. Langkah selanjutnya yaitu penentuan waktu dan metode yang dibutuhkan untuk pelaksanaan dari tiap-tiap program.

Berbagai program aksi lebih dianjurkan ditinjau dari latarbelakang dan situasi yang sedang terjadi. Sekaligus memperhitungkan alat-alat yang tersedia dan periode yang diperlukan untuk pelaksanaannya.

Pemeliharaan haruslah dibuat diantara program-program yang optimal dan praktis.

Dalam keadaan-keadaan umumnya sejumlah program aksi yang diwujudkan bersama-sama dalam sebuah rencana, haruslah diintegrasikan.

Hasil dari kegiatan-kegiatan yang telah terhubung oleh bagian terdahulu harus diuraikan secara jelas dalam laporan yang mencakup pula tujuan analisa singkat mengenai situasi yang terjadi sekarang serta program pelaksanaan yang tepat .

2.2.2 Definisi Design Grafis

Desain grafis adalah suatu bentuk komunikasi visual yang menggunakan gambar untuk menyampaikan informasi atau pesan seefektif mungkin. Dalam desain grafis, teks juga dianggap gambar karena merupakan hasil abstraksi

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Penelitian hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

simbol-simbol yang bisa dibunyikan. Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metoda merancang, produk yang dihasilkan (rancangan), atau pun disiplin ilmu yang digunakan (desain). Seni desain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak

Menurut Suyanto dalam desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi. Sedangkan Jessica Helfand mendefinisikan desain grafis sebagai kombinasi kompleks kata-kata dan gambar, angka-angka dan grafik, foto-foto dan ilustrasi yang membutuhkan pemikiran khusus dari seorang individu yang bisa menggabungkan elemen-elemen ini, sehingga mereka dapat menghasilkan sesuatu yang khusus, sangat berguna, mengejutkan atau subversif atau sesuatu yang mudah diingat.

Desain grafis merupakan bidang yang berkaitan dengan pembuatan elemen visual untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan cara yang menarik dan efektif. Secara umum, desain grafis menggabungkan elemen seperti teks, gambar, warna, dan bentuk untuk menciptakan komunikasi visual yang jelas dan menarik. Menurut Meggs dan Purvis (2016), desain grafis adalah seni dan praktik dalam perencanaan serta proyeksi ide dengan pengalaman visual. Ruang lingkup desain grafis sangat luas dan mencakup berbagai bidang, seperti periklanan, branding, media cetak, desain digital, serta desain UI/UX. Dalam industri kreatif, desain grafis memainkan peran penting dalam menarik perhatian.

Desain grafis mempekerjakan berbagai elemen misalnya marka, simbol, tulisan yang divisualisasikan lewat tipografi & gambar baik menggunakan teknik fotografi ataupun ilustrasi.

Jenis Desain Grafis Desain grafis memiliki beberapa jenis, antara lain:

- a. Desain Grafis Visual Identity
Desain grafis visual identity. Peran desainer ini berkaitan dengan pembuatan identitas merek. Desain yang dibuat berkaitan dengan kepribadian, emosi, dan pengalaman sebuah brand. Produk yang termasuk pada lingkup ini adalah logo, warna, tipografi dan lain-lain.
- b. Desain Grafis Pemasaran
Desain grafis pemasaran merupakan bentuk desain grafis marketing. Jenis desain ini umumnya banyak digunakan dan ditemukan. Banyak perusahaan kecil maupun besar yang menggunakan desain ini untuk memasarkan sebuah produk yang dimiliki.
- c. Desain Grafis Periklanan

Selanjutnya adalah desain grafis periklanan. Jenis desain yang satu ini hampir sama dengan desain pemasaran. Desain yang dibuat khusus untuk periklanan. Produk-produknya seperti baliho, banner digital, iklan digital, iklan vehiclewrap (iklan stiker mobil). Meskipun desain jenis ini hampir sama dengan pemasaran, namun tetap ada perbedaannya. Desain jenis pemasaran berfokus pada kebutuhan atau keinginan audiens. Sedangkan desain grafis periklanan adalah desain yang menekankan ajakan untuk audiens.

d. Desain Grafis Web

Tipe desain grafis ini berfokus pada halaman web saja. Biasanya banyak yang menggunakan website untuk berjualan. Akan tetapi seorang web designer harus mampu mendesain semua fitur yang dibutuhkan audiens dan juga harus memikirkan estetika hingga kenyamanan pengunjung situs.

e. Desain Grafis Publikasi

Seorang designer publikasi adalah desainer yang membuat desain seperti buku, majalah, koran, dan hal sejenis lainnya. Selain dari ketiga jenis desain grafis publikasi tersebut, dibawah ini merupakan beberapa contoh desain grafis publikasi: newsletter, laporan, katalog dan lain-lain. Mereka sering disebut bisnis media cetak. Jenis desain grafis ini sekarang sudah mulai bergeser ke arah digital. Ada banyak grafis publikasi online berupa laporan digital, e-book, dan lain-lain.

1. Unsur-Unsur Desain Grafis

Menurut terdapat unsur-unsur desain grafis, di antaranya titik, garis, bidang, ilustrasi, tekstur, dan ruang. Berikut penjelasan mengenai unsur tersebut:

1. Font

Font merupakan hal yang penting dalam pembuatan karya desain grafis. Beda jenis font, akan berbeda juga gaya serta fungsi penggunaannya. Ada font yang lebih cocok digunakan untuk keperluan formal, santai dan nada nada casual. Semua memengaruhi sifat yang akan dihasilkan pada karya tersebut.

2. Warna

Warna merupakan unsur yang tidak kalah penting dalam desain grafis. Warna dapat memberi makna dan tema pada sebuah desain. Unsur ini terbagi dalam dua kategori, yaitu warna yang timbul karena sinar (RGB) dan warna yang dibuat dari unsur tinta (CMYK).

3. Tekstur

Tekstur merupakan visualisasi dari permukaan suatu objek yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. Contohnya, corak dari suatu

permukaan benda. Ada yang halus, kasar, lembut, licin, berpori, mengkilap, dan sebagainya. Penggunaan tekstur dapat menambah dimensi dan memperkaya sebuah layout, sehingga objek jadi lebih hidup.

Ruang

Saat membuat desain, mungkin kita ingin memasukkan berbagai macam objek agar terlihat lebih kaya dan menarik. Namun, terkadang objek yang terlalu banyak dan menumpuk akan membuat mata audiens menjadi jenuh. Oleh karena itulah, unsur ruang dibutuhkan. Ruang merupakan jarak antara unsur-unsur desain grafis, seperti objek, background, dan teks. Tanpa adanya ruang, kita akan sulit untuk mencerna informasi yang ingin disampaikan.

5. Fungsi Desain Grafis

Menurut fungsi desain grafis dalam bidang bisnis dapat memperindah dan mampu meraih perhatian masyarakat. Adapun desain grafis yang digunakan oleh sebuah perusahaan harus mencerminkan beberapa hal. Agar program marketing perusahaan berhasil, berikut beberapa hal yang bisa dibantu oleh jasa desain grafis untuk bisnis dapat dimulai dari logo perusahaan, banner, brosur, spanduk dan sebagainya. Berguna untuk menyampaikan visi perusahaan kepada masyarakat luas.

Selain hal tersebut, desain grafis memiliki beberapa fungsi bagi perusahaan, berikut adalah fungsi dari desain grafis:

1. Mencerminkan citra perusahaan

Desain yang menarik mencerminkan bisnis yang menarik juga. Dari sebuah desain logo maupun media promosi calon pelanggan akan tahu apa, siapa dan bagaimana perusahaan tersebut. Bahkan desain visual yang digunakan akan mencerminkan di tingkatan mana perusahaan tersebut berada. Desain grafis dapat mendorong keinginan dan kebutuhan calon konsumen. Kurangnya pemahaman bisnis oleh seorang desainer visual akan menimbulkan sebuah masalah di mana proses pengenalan tersebut menjadi tidak efektif. Pada akhirnya tujuan marketing yang sesungguhnya tidak akan tercapai.

2. Menciptakan Branding

Dalam sebuah campaign marketing, desain memberikan peran besar untuk menciptakan serta meningkatkan penjualan. Desain bisa hadir dalam berbagai bentuk seperti halnya *design web, poster, brosur, flyer, banner* dan masih banyak lainnya. Desain grafis sangat berperan penting dalam dunia bisnis desain memberikan peran besar. Dalam meningkatkan penjualan, dengan bentuk yang beragam seperti *web design, poster, brosur, flyer* dan sebagainya. tidak hanya sebagai strategi marketing terdepan, akan tetapi mengenali produk mereka sendiri dengan sebuah desain produk yang unik dan menarik.

3. Mempercepat proses pekerjaan

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Seseorang karyawan dapat memberikan hasil karyanya dengan presentasi berupa gambar, chart dan sebagainya. Semisal proposal, anda tidak perlu lagi menyusun dengan format seperti laporan. Namun cukup mengisinya dengan poin yang penting dalam bentuk desain yang menarik. Seseorang dapat memberikan hasil karya dengan menyajikan presentasi pekerjaan berupa gambar, chart, atau sebuah tulisan dengan gaya desain yang bisa mewakili presentasi pekerjaan.

4. Desain grafis sebagai andalan strategi marketing

Desain merupakan strategi marketing yang sangat efektif. Dimana desain mampu menggambarkan image yang dibangun pada sebuah produk atau perusahaan sehingga menarik customer. Kebanyakan alasan orang membeli produk karena media promosi yang bagus terutama desain packagingnya atau branding dari produk itu sendiri. Dengan desain yang terencana dan tepat sasaran kepada target marketnya akan mampu meningkatkan penjualan. Sebuah desain harus mampu menggambarkan tujuan yang ingin dicapai secara visual. Selain itu, desain juga harus dapat mengidentifikasi perusahaan dengan menjadi ciri khas perusahaan yang nantinya akan membedakan perusahaan dengan kompetitornya yang biasa disebut branding.

Perkembangan teknologi telah membawa perubahan signifikan dalam dunia desain grafis, baik dari segi alat yang digunakan maupun metode kerja yang diterapkan. Jika dahulu desain grafis hanya terbatas pada media cetak, kini teknologi memungkinkan desainer untuk menciptakan karya dalam berbagai format digital, termasuk desain interaktif dan animasi. Pada awal perkembangannya, desain grafis dibuat secara manual menggunakan teknik gambar, seperti ilustrasi, sketsa, dan litografi. Namun, dengan munculnya teknologi komputer pada pertengahan abad ke-20, proses desain mulai beralih ke digital.

Desain grafis diterapkan dalam desain komunikasi dan fine art. Seperti jenis desain lainnya, desain grafis dapat merujuk kepada proses pembuatan, metode merancang, produk yang dihasilkan atau pun disiplin ilmu yang digunakan. Desain grafis adalah proses untuk menciptakan tampilan sebuah publikasi, presentasi, atau di situs web yang menarik, dengan cara logis. Ketika desain selesai maka menarik perhatian, menambah nilai, dan meningkatkan minat audiens simpel, terorganisir, memberikan penekanan selektif, dan menciptakan kesatuan yang utuh. (Arwan, 2009) Seni disain grafis mencakup kemampuan kognitif dan keterampilan visual, termasuk di dalamnya tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar, dan tata letak. Desain grafis pada awalnya diterapkan untuk media-media statis, seperti buku, majalah, dan brosur. Sebagai tambahan, sejalan dengan perkembangan zaman, desain grafis juga diterapkan dalam media elektronik, yang sering kali disebut sebagai desain interaktif atau desain multimedia. Batas dimensi pun telah berubah seiring perkembangan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



pemikiran tentang desain. Desain grafis bisa diterapkan menjadi sebuah desain lingkungan yang mencakup pengolahan ruang. Langkah-langkah dalam Proses Desain Grafis:

1. Menganalisis audiens.
2. Menentukan tujuan anda pesan.
3. Memutuskan dimana dan bagaimana Anda akan muncul (apakah ia akan menjadi publikasi cetak, presentasi, atau situs web).
4. Menetapkan tujuan.
5. Mengatur teks dan gambar.
6. Pilih format yang sesuai dan tata letak.
7. Pilih sesuai typefaces, jenis ukuran, jenis gaya, dan spasi.
8. Menambah dan memanipulasi grafik.
9. Mengatur teks dan gambar.
10. Proses proofing.
11. Memperbaiki dan menyempurnakan.

2.2.3 Peran Design Grafis

Peran penting design grafis dalam pemasaran dalam sebuah program pemasaran, desain berperan sangat amat penting dalam tercapainya target penjualan. Desain bisa hadir dalam berbagai bentuk seperti: web, desain poster, brosur, flyer, banner dll. Sebuah desain idelanya menjadi bagian dari strategi marketing yang efektif. Desain harus mampu menggambarkan kualitas ataupun citra yang dibangun pada sebuah produk atau perusahaan. Desain yang baik harus bisa menggambarkan apa yang ingin ditampilkan atau ingin dicapai produk/perusahaan. Desain bukan hanya mengatur tata letak tulisan dan gambar dengan bagus.

Desain harus mampu menggambarkan tujuan yang ingin dicapai secara visual. Selain itu, desain juga harus mampu mengidentifikasi produk/perusahaan yaitu menjadi ciri khas yang nantinya akan membedakan dengan pesaingnya. Jadi Desain Grafis sangat berpengaruh sekali dalam marketing, sebuah brand/produk/perusahaan jika tak memiliki Desain Grafis yang menarik maka akan sulit dimarketkan, dan sebagus bagusnya desain jika tidak dibarengi dengan branding atau marketing yang bagus akan percuma juga.

Peran desain grafis dalam segala bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya bidang usaha yang memanfaatkan keahlian designer grafis. Bergesernya kebiasaan menggunakan media digital dalam aktivitas manusia menjadikan penggunaan desain sebagai media promosi semakin marak di dunia usaha, Sehingga kemampuan desain grafis dituntut untuk dimiliki dalam membuat sebuah produk visual yang bisa menarik minat konsumen.

Contoh media promosi mencakup brosur, leaflet, poster, name card, billboard, spanduk, dan banner. Hal tersebut menggambarkan bahwa keterampilan desain grafis menjadi hal penting yang perlu dimiliki oleh mahasiswa di era modern ini.

Prinsip dasar desain grafis dalam

- a. Kesatuan atau unity merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang mendasarinya.
- b. Keseimbangan atau balance merupakan prinsip dalam komposisi yang menghindari kesan berat sebelah atas suatu bidang atau ruang yang diisi dengan unsur-unsur rupa.
- c. Irama atau ritme adalah penyusunan unsur-unsur dengan mengikuti suatu pola penataan tertentu secara teratur agar didapatkan kesan yang menarik.
- d. Kontras di dalam suatu komposisi diperlukan sebagai vitalitas agar tidak terkesan monoton. Tentu saja, kontras ditampilkan secukupnya saja karena bila terlalu berlebihan, maka muncul ketidak teraturan dan kontradiksi yang jauh dari kesan harmonis.
- e. Fokus atau pusat perhatian selalu diperlukan dalam suatu komposisi untuk menunjukkan bagian yang dianggap penting dan diharapkan menjadi perhatian utama. Penggunaan keharmonisan dalam membuat suatu fokus dilakukan dengan menjadi segala sesuatu yang berada di sekitar fokus mendukung fokus yang telah ditentukan.
- f. Proporsi adalah perbandingan ukuran antara bagian dengan bagian dan antara bagian dengan keseluruhan.

Generasi desain grafis juga banyak digunakan di berbagai media teknologi dan informasi yang berkembang pesat terutama di era digitalisasi Industri 4.0. Desain ini bisa diterapkan pada majalah, iklan, buku, dan lain sebagainya. Oleh karena itu, banyak orang yang menganggap desainer grafis adalah “kunci utama” di berbagai media, terutama di media bisnis dan bisnis. dikaitkan dengan komunikasi visual karena peran desain grafis dalam menyampaikan pesan dan informasi kepada penontonnya dengan menggunakan sentuhan karya visual yang sangat kuat.

2.2.4 Teori Media Sosial

Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan. Media sosial merupakan sesuatu yang dapat menciptakan bermacam-macam bentuk komunikasi dan informasi bagi semua yang menggunakannya. Media sosial selalu memberikan bermacam kemudahan yang menjadikannya nyaman berlamalama di media sosial. Kaplan dan Haenlein



2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

menyatakan bahwa media sosial ialah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun dengan dasar-dasar ideologis dari web 2.0 yang berupa platform dari evolusi media sosial yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran User Generated Content . Dari tahun ke tahun banyak media sosial yang berkembang dengan signifikan dan muncul dengan karakteristik serta kemungkinannya masing-masing. Mempermudah komunikasi dan mendapatkan informasi ialah tujuan dari penggunaan media sosial. Hampir semua lapisan masyarakat saat ini terhubung ke media sosial .

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi semakin canggih pada era globalisasi. Informasi menyebar dengan cepat serta semakin mudah akses informasi bisa ditemukan pada beberapa media sosial, yakni instagram, google, facebook, whatsapp, twitter, youtube, dan lain-lain . Seiring berkembangnya media sosial, pendidikan di Indonesia juga ikut berkembang dengan dampak yang bisa dilihat dari banyaknya aktivitas pendidikan yang menggunakan media sosial. Media sosial bisa dipergunakan oleh peserta didik apabila dimanfaatkan untuk mencari informasi yang positif dan bermanfaat dalam belajar, karena pada zaman sekarang hampir seluruh peserta didik menggunakan akses media sosial tetapi ada juga peserta didik yang menggunakan media sosial untuk mencari informasi untuk kebutuhan belajarnya. Dampak positif dari menggunakan media sosial untuk kepentingan belajar ialah dengan meningkatnya nilai raport, menjadi peserta didik yang cerdas, dengan nilai yang meningkat dapat mengikuti perlombaan, dan lain-lain .

2.2.5 Media Promosi

Media merupakan kata yang berasal dari *medius* yang secara harfiah berarti tengah, perantara, atau pengantar. Media dapat diartikan sebagai perantara atau pengantar pesan dari pengirim kepada penerima pesan. Media dapat berupa bahan (software) maupun alat (hardware) . Secara garis besar, media dipahami sebagai manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi sehingga memungkinkan siswa memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap, media juga diartikan sebagai alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Beberapa pakar psikologi memandang bahwa dalam komunikasi antarmanusia, media yang paling dominan adalah pancaindra manusia, khususnya telinga dan mata. Sementara itu, promosi merupakan upaya untuk memberitahukan atau menawarkan produk atau jasa dengan tujuan menarik calon pembeli di mana melalui kegiatan promosi produsen maupun distributor mengharapkan terjadinya peningkatan angka penjualan .

Promosi merupakan salah satu variabel dalam pemasaran yang sangat penting untuk dilaksanakan oleh perusahaan dalam memasarkan produk atau jasa. Kegiatan promosi tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk memengaruhi konsumen dalam proses pembelian atau penggunaan jasa sesuai dengan keinginan dan kebutuhannya . Menurut Gitasudarmo dalam , setiap kegiatan promosi memiliki tujuan tertentu yang ingin



dicapai. Secara umum, tujuan promosi antara lain untuk menyebarluaskan informasi mengenai produk barang atau jasa kepada masyarakat atau calon konsumen potensial, menjangkau dan memperoleh konsumen baru serta menjaga kualitas mereka, meningkatkan angka penjualan dan keuntungan perusahaan, menonjolkan keunggulan serta membedakan produk dari produk pesaing, serta membangun citra atau branding produk di mata konsumen sesuai dengan yang diinginkan perusahaan.

Media promosi merupakan alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan kepada khalayak umum dengan tujuan mempromosikan suatu produk agar mampu menarik minat konsumen serta memberikan keuntungan bagi produsen maupun distributor dalam meningkatkan usaha yang mereka miliki .

2.2.6 Percetakan

Percetakan adalah sebuah proses industri untuk memproduksi secara massal atau bersamaan berupa tulisan dan gambar, menggunakan tinta di atas kertas menggunakan mesin cetak. Pada dasarnya percetakan merupakan sebuah industri yang diperuntukkan untuk memproduksi tulisan maupun gambar dalam jumlah banyak. Media yang digunakanpun berbagai macam, namun yang sering kita jumpai yakni dalam media kertas, plastik, PVC dan sebagainya. Percetakan (printing) merupakan salah satu format media primer yang sulit dicari penggantinya selama lebih dari 500 tahun. Printing bahkan dianggap sebagai salah satu kebutuhan primer manusia .

Berbagai macam kebutuhan dihasilkan dari industri percetakan, seperti buku, brosur, kotak kemasan, banner dan lain-lain. Usaha percetakan di Indonesia sendiri sudah berkembang pesat, mulai dari usaha rumahan hingga perusahaan. Bersaingpun sudah biasa terjadi dalam dunia usaha terutama usaha dalam bidang jasa percetakan ini. Untuk itu diperlukannya strategi yang baik dalam menghadapi persaingan di dunia bisnis ini.

2.3 Konsep Oprasional

a. Perencanaan

Perencanaan adalah proses berkelanjutan, yang terdiri dari keputusan atau pilihan dan berbagai cara untuk menggunakan sumber daya yang ada, dengan sasaran untuk mencapai tujuan tertentu di masa mendatang .

b. Desain Grafis

Desain grafis didefinisikan sebagai aplikasi dari keterampilan seni dan komunikasi untuk kebutuhan bisnis dan industri. Aplikasi-aplikasi ini dapat meliputi periklanan dan penjualan produk, menciptakan identitas visual untuk

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak cipta dilindungi undang-undang. Dilarang mengutip atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

UIN SUSKA RIAU



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

institusi, produk dan perusahaan, dan lingkungan grafis, desain informasi, dan secara visual menyempurnakan pesan dalam publikasi.

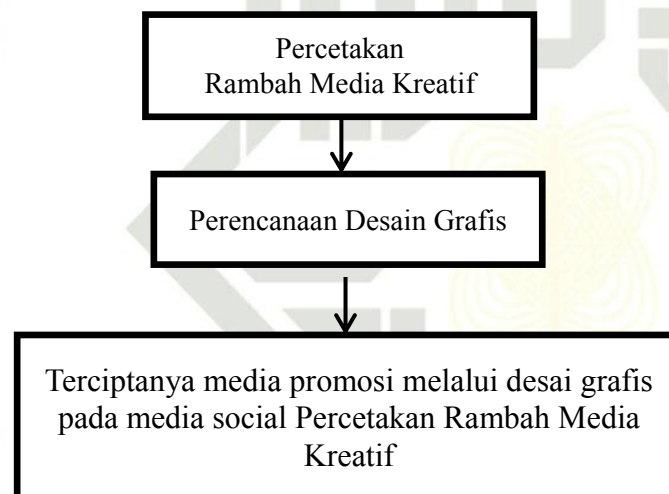
Media sosial

Media sosial adalah proses interaksi antara individu dengan menciptakan, membagikan, menukarkan dan memodifikasi ide atau gagasan dalam bentuk komunikasi virtual atau jaringan

Percetakan Rambah Kreatif Media

RMK merupakan pengusaha atau UMKM desain grafis, sebagai pemain kunci dalam industri kreatif, berada di garis depan dari gerakan transformatif

4.4 Kerangka Berpikir



Sumber: *Data Olahan Peneliti 2025*

UIN SUSKA RIAU

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kualitatif. Metode kualitatif lebih menekankan pada pengamatan fenomena dan penelaahan substansi makna fenomena tersebut. Analisis dan ketajaman penelitian kualitatif sangat dipengaruhi oleh kekuatan kata dan kalimat yang digunakan. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa fokus penelitian kualitatif terletak pada proses dan makna hasil. Penelitian kualitatif lebih berfokus pada unsur manusia, objek, dan lembaga serta hubungan atau interaksi antar unsur tersebut, dalam upaya memahami suatu peristiwa, perilaku, atau fenomena. Metode kualitatif digunakan untuk menjawab pertanyaan tentang "apa", "bagaimana", atau "mengapa" suatu fenomena.

Sedangkan pendapat yang sama juga dikemukakan oleh Rukajat (2018: 5) yang berpendapat bahwa “Pendekatan kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari objek yang diamati”. Sehubungan dengan beberapa pendapat tersebut di atas, dapat disimpulkan bahwa yang disebut pendekatan penelitian merupakan sebuah aktifitas penelitian yang apabila dilaksanakan membuahkan data kalimat yang bersifat deskriptif atau lisan dari objek yang diamati. Dan dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan penelitian kualitatif untuk mendapatkan data yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari objek penelitian yang diamati dilapangan.

Digunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif dalam pendekatan ini. Deskriptif kualitatif merupakan jenis penelitian bertujuan untuk menggambarkan segala jenis keadaan yang sudah ada, baik itu fenomena alami atau keadaan kejadian buatan manusia, keadaan yang dimaksud bisa seperti bentuk, aktivitas, karakteristik, hubungan, perubahan, perbedaan, dan kesamaan. Menurut Yusuf (2016: 62) yang berpendapat bahwa “penelitian deskriptif adalah salah satu jenis penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fenomena yang ada”. Penelitian deskriptif memiliki tujuan untuk mendeskripsikan secara akurat mengenai peristiwa, kejadian, dan fenomena tertentu, yang dituangkan dalam sebuah deskripsi oleh peneliti yang bertujuan untuk mempermudah pemahaman dari si pembaca nanti.

3.2 Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dari bulan Januari hingga selesai, memastikan penelitian dapat diselesaikan sesuai rencana. Penelitian akan dilakukan di Pasir Pengaraian, tepatnya di percetakan Rambah Media Kreatif.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung di lapangan dari responden atau sumber. Data ini kemudian akan diolah oleh penulis. Dalam penelitian ini, data yang digunakan penulis sebagai data primer adalah observasi dan wawancara. Menurut Sugiyono (2016: 225) dalam data primer merupakan sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Sumber data primer didapatkan melalui kegiatan wawancara dengan subjek penelitian dan dengan observasi atau pengamatan langsung di lapangan.

Selanjutnya menurut data primer adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer didapat dari sumber informan yaitu individu atau perseorangan seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti. Data primer ini antara lain: catatan hasil wawancara, hasil observasi lapangan, dan data-data mengenai informan.

Tabel 1 INFORMAN PENELITIAN

No	Nama	Jabatan/Keterangan	Jumlah
1	Intan	Pemilik Percetakan Rambah Kreative	1 Orang
2	Aldi	Anggota Percetakan Ramnah Kreative	1 Orang
3	Masyarakat	Pelanggan Percetakan Rambah Kreative	3 Orang
4	Masyarakat	Calon Pelanggan Percetakan Rambah Media Kreative	2 Orang
5	Total		7 Orang

Sumber: Data Olahan Penelitian 2025

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Data Sekunder

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari kantor-kantor yang telah dipresentasikan atau dipublikasikan dan diperlukan oleh peneliti dalam kaitannya dengan penelitian yang diteliti, merupakan dokumentasi yang terdiri dari tabel-tabel, bagan-bagan struktur organisasi dan arsip-arsip.

Data Sekunder menurut Sugiyono (2016: 225) dalam data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer. Sedangkan data sekunder menurut menyatakan bahwa data sekunder adalah data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini digunakan untuk mendukung informasi primer yang telah diperoleh yaitu dari bahan pustaka, literatur, penelitian terdahulu, buku, dan lain sebagainya.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data menurut Metode pengumpulan data adalah teknik atau cara yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data. Dalam penelitian ini, peneliti bertindak sebagai instrumen sekaligus sebagai pengumpul data. Pengumpulan data dilakukan oleh peneliti dengan tiga cara yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi yaitu sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah pencatatan sistematis terhadap gejala-gejala yang muncul pada objek penelitian. Adapun pengertian observasi menurut Observasi (*observation*) atau pengamatan merupakan suatu teknik atau cara mengumpulkan data dengan jalan mengadakan pengamatan terhadap kegiatan yang sedang berlangsung. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan observasi partisipan dimana peneliti terlibat langsung dengan aktivitas subjek yang diamati secara langsung dalam kehidupan sehari-hari subjek penelitian. Peneliti mengobservasi pada peserta didik sekolah dasar saat proses pembelajaran daring berlangsung dan mengobservasi pelaksanaan pembelajaran daring yang dilakukan guru. Observasi yang diambil yaitu observasi terstruktur, dimana observasi dirancang secara sistematis tentang apa yang akan diamati, kapan dan dimana tempatnya.

b. Wawancara

Pengumpulan wawancara adalah teknik pengumpulan data melalui proses tanya jawab lisan yang berlangsung satu arah, artinya pertanyaan datang dari pihak yang mewawancarai dan jawaban diberikan oleh yang diwawancarai.



c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, tulisan angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dalam hal ini peneliti akan mengumpulkan dokumen-dokumen yang terkait dengan permasalahan pada penelitian.

d. Analisis Data

Setelah semua data hasil penelitian ini terkumpul, data tersebut dikelompokkan berdasarkan jenis dan sumbernya. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif, yaitu menggambarkan keadaan sebenarnya berdasarkan gejala dan permasalahan yang muncul di lapangan, kemudian dilakukan interpretasi sehingga dapat ditarik kesimpulan..

Analisis data versi Miles dan Huberman dalam (Husaini, 2009), bahwa ada tiga alur kegiatan, yaitu reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan lapangan. Reduksi dilakukan sejak pengumpulan data, dimulai dengan membuat ringkasan, mengkode, menelusuri tema, menulis memo, dan lain sebagainya, dengan maksud menyisihkan data atau informasi yang tidak relevan, kemudian data tersebut diverifikasi.
2. Penyajian data adalah pendeskripsian sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data kualitatif disajikan dalam bentuk teks naratif, dengan tujuan dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam bentuk yang padu dan mudah dipahami.
3. Penarikan kesimpulan atau verifikasi merupakan kegiatan akhir penelitian kualitatif. Peneliti harus sampai pada kesimpulan dan melakukan verifikasi, baik dari segi makna maupun kebenaran kesimpulan yang disepakati oleh tempat penelitian itu dilaksanakan. Makna yang dirumuskan peneliti dari data harus diuji kebenaran, kecocokan, dan kekokohnya. Peneliti harus menyadari bahwa dalam mencari makna, ia harus menggunakan pendektanemik, yaitu dari kacamata key information, dan bukan penafsiran makna menurut pandangan penelitian.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

1. Lokasi Penelitian

Gambar 1 Lokasi Penelitian Percetakan Rambah Media Kreatif



Sumber data: Percetakan Rambah Media Kreatif, 2025

Percetakan Rambah Media Kreatif merupakan pengusaha atau UMKM desainer grafis, sebagai pemain kunci dalam industri kreatif, berada di garis depan dari gerakan transformatif ini. UMKM ini bertanggung jawab untuk menciptakan komunikasi visual yang membentuk merek, meningkatkan pengalaman pengguna dan menyampaikan pesan kompleks melalui desain yang menarik dan estetis. Untuk tetap kompetitif di pasar yang terus berkembang dan memenuhi permintaan klien dan konsumen yang terus berubah, perusahaan desain grafis perlu menumbuhkan budaya inovasi dan kreativitas.

Berdasarkan hasil temuan peneliti RMK merupakan usaha dibidang percetakan yang berada di daerah pasir pangaraian, yang mana percetakan ini menyediakan jasa pembuatan Desain baliho, piagam dll. RMK ini didirikan pada tahun 2017. usaha percetakan masih menggunakan peralatan yang biasa seperti:



- a. Printer
- b. komputer
- c. Mesin cetak sablon sederhana
- d. Aplikasi editing sederhana

2. Profil Percetakan Rambah Media Kreatif

- a. Nama Usaha : Percetakan Rambah Media Kreatif
- b. Nama Pemilik : Intan
- c. Alamat : Jl. Tuanku tambusai, pasir pangaraian, Kec Rambah, Kab Rokan Hulu
- d. Visi : menjadi pengusaha percetakan ternama pasir pangaraian
- e. Misi : membangun potensi percetakan desain gravis, membangun bisnis mudah di jangkau.
- f. Alat : Komputer, Printer, Mesin cetak sablon sederhana dan Aplikasi editing sederhana.
- g. Tahun Berdiri : 2017

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Percetakan Rambah Media Kreatif (RMK) sebagai UMKM di bidang percetakan dan desain grafis telah berperan dalam menyediakan layanan komunikasi visual untuk memenuhi kebutuhan masyarakat Pasir Pangaraian sejak berdiri pada tahun 2017. RMK memanfaatkan desain grafis sebagai media utama dalam menyampaikan pesan promosi dan informasi produk, meskipun masih menggunakan peralatan dan teknologi yang tergolong sederhana. Perencanaan desain grafis yang diterapkan meliputi penentuan tujuan promosi, penyesuaian konsep visual dengan kebutuhan konsumen, serta penggunaan elemen desain seperti warna, tipografi, dan tata letak yang disesuaikan dengan karakteristik media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa desain grafis memiliki peran penting dalam mendukung aktivitas promosi dan membangun citra usaha RMK.

Namun demikian, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial sebagai media promosi oleh RMK belum dilakukan secara optimal. Meskipun RMK telah memiliki akun media sosial, penggunaannya masih belum konsisten dan belum dikelola secara strategis. Padahal, di era digital dan meningkatnya penggunaan internet, media sosial menjadi sarana promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas, meningkatkan minat konsumen, serta memperkuat daya saing usaha. Oleh karena itu, diperlukan peningkatan perencanaan desain grafis yang lebih kreatif dan inovatif, disertai strategi komunikasi digital yang terarah agar RMK tidak hanya mampu bertahan, tetapi juga berkembang dan bersaing dalam industri kreatif yang semakin kompetitif.

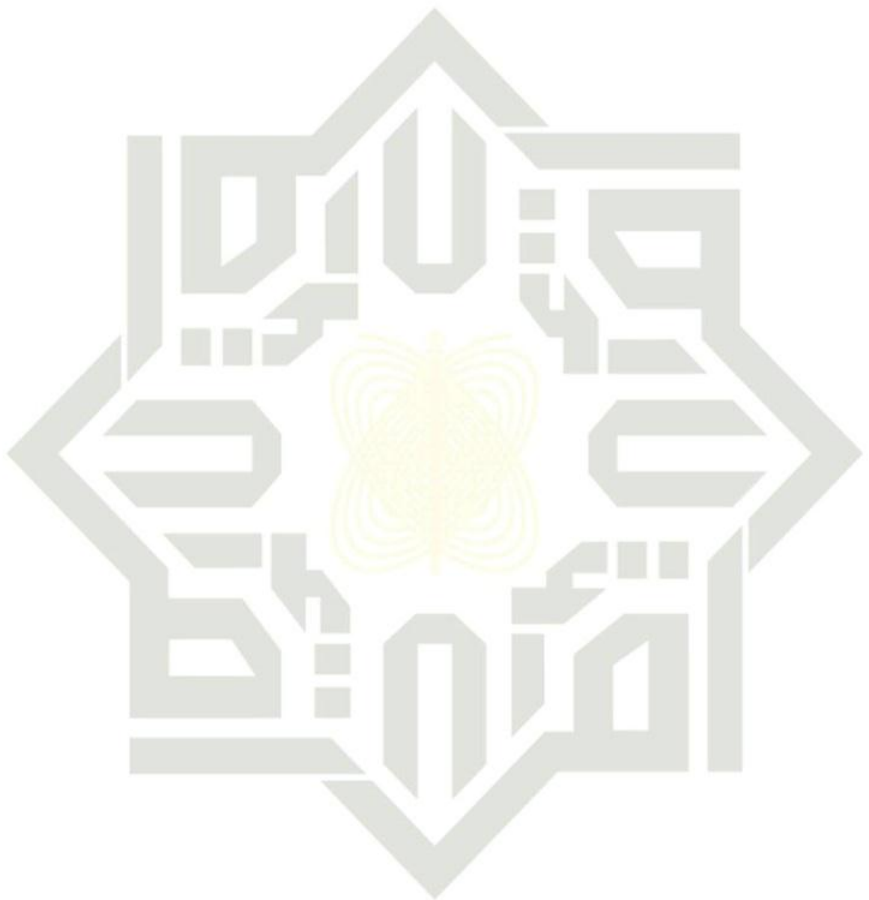
6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang peneliti temukan pada percetakan Rambah media kreatif dengan judul penelitian Perencanaan Desain Grafis Di Era Media Sosial Studi Kasus Pada Percetakan Rambah Media Kreatif Sebagai Media Promosi yaitu sebagai berikut:

1. Saran untuk media promosi dalam percetakan Rambah Media Kreatif harus lebih di berinovasi untuk menarik minat pelanggan lebih banyak lagi.



2. Sebaik nya desain lebih di perbaharui lagi untuk desai lebih update dan berkualitas.
 3. Mulai menguasai konten sebagai strategi komunikasi.
 4. Memanfaatkan digitalisasi komunikasi
 5. mulai berinovasi melalui aktif sosial media seperti tiktok, instagram dll untuk jangkauan pasar lebih luas melalui media sosial lebih luas.
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- © Hak cipta dilindungi undang-undang
- UIN Suska Riau
- Almadhi, A. (1982). *Sosiologi Pendidikan Membahas Gejala Pendidikan Dalam Konsteks Struktur Sosial Masyarakat*. Jakarta: Bina Ilmu.
- Angelica, I. G. (2023). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Media Promosi untuk Meningkatkan Social Engagement pada Koin Design Yogyakarta. In: *Prosiding Seminar Nasional Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 327-334.
- Praniasyah, R. (2024). Literatur Riview Pemanfaatan Media Sosisal Pendukung Penyebaran Informasi Di Masyarakat. *Innovative: Journal of Social Science Research* 4.4, 8429-8444.
- Arista, E. D. (2011). Analisis pengaruh iklan, brand trust dan brand image terhadap minat beli konsumen telkom speedy di kota semarang. *Diss. Universitas Diponegoro*.
- Astuti, D. a. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Pembelian: Minat Konsumen, Harga Dan Kualitas Produk (Literature Review MSDM). *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3.5: 540-551.
- Astuti, M. e. (2024). Media Pembelajaran Sebagai Pusat Sumber Belajar. *Journal of Law, Administration, and Social Science* 4.5, 702-709.
- Bahri, S. e. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Bisnis Efektif di Era Digital: Studi Kasus dari Berbagai Industri. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.2 14374-14379.
- Salaka, M. Y. (2022). *Buku Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Penerbit Widina.
- Casofa, F. a. (2022). *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis*. Bumi Aksara.
- Cholil, R. (2022). Peningkatan Kemampuan Membuat Desain Promosi Produk Pada Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Propinsi Jawa Tengah. *TEMATIK*, 2.2.
- Dewi, K. R. (2023). Pemanfaatan Canva Sebagai Media Promosi Kreatif dan Inovatif pada Era Digital: Using Canva as a Creative and Inovative Promotion Media in the Digital Era. *PROSPEK* 2.2, 29.
- Efendi, Y. R. (2023). Pelatihan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreatifitas Minat Usaha Pemuda Tuah Karya Pekanbaru. *J-PEMAS-Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4.1: 17-22.
- Effendi, W. N. (2025). Sinkronisasi Perencanaan, Penganggaran dan Pengawasan: Beta Jalan Menuju Keberhasilan Pembangunan (Studi Pada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Timur). *Jurnal Manajemen dan Ilmu Administrasi Publik (JMIAP)* 7.1, 124-139.
- Equator, M. A. (2021). *Teknik pengumpulan data klien*. Bitread Publishing.
- Fadly, E. a. (2024). Upaya Meningkatkan Pelayanan Desain Grafis melalui Strategi Komunikasi Pemasaran Inovatif “Studi di Percetakan CV. Haikommikom. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal* , 6: 3314-3332.

- Firman, A. (2022). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Rumah. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 5.2 , 1549-1562.
- Fitriyanti, F. e. (2024). IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS UNTUK MEDIA PROMOSI UMKM DI PANGKALPINANG. *Jurnal Abdimastek (Pengabdian Masyarakat Berbasis Teknologi)* 5.2, 1-8.
- Giisang, R. F. (2023). PENGARUH TERPAAN INSTAGRAM DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ROTI ALLDAY BREAD PADA PT. BERKAT DAMAI ABADI MEDAN. *Jurnal Ilmu Komunikasi Network Media* 6.2, 19-28.
- Harar, S. a. (2023). Pengaruh Marketing mix Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Percetakan Paberta Jaya Padang. *Matua Jurnal*, 5.1: 63-75.
- Handayani, L. (2026). TINDAK PIDANA PORNOGRAFI MELALUI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF HUKUM INDONESIA. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora* 4.1, 1-11.
- Harisandi, P. (2025). *Buku Ajar Media Sosial*. Jambi: PT KIMHSAFI ALUNG CIPTA.
- Ibrahim, I. S. (2014). *Komunikasi dan komodifikasi: Mengkaji media dan budaya dalam dinamika globalisasi*. Yayasan Pustaka Obor Indonesia.
- Isa, A. (2022). *Gerbang Kreativitas: Jagat Desain Grafis*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kotler & Keller, M. M. (2012). *Principle of Marketing*. 14th Global Edition, Pearson.
- Kristina, A. (2024). *Teknik wawancara dalam penelitian kualitatif*. Yogyakarta: Deepublish.
- Kusnadi, E. (2021). Peran Graphic Designer Dalam Mempromosikan Brand Everfresh. *Jurnal Pariwisata*, 1.1: 41-45.
- Magdalena, I. e. (2020). Analisis bahan ajar. *Nusantara* 2.2, 311-326.
- Mamis, S. e. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mauludi, S. (2020). *Socrates Cafe-Bijak, Kritis & Inspiratif Seputar Dunia & Masyarakat Digital*. Elex Media Komputindo.
- Mellyan, M. (2020). Social Media Marketing; Strategi Komunikasi Bisnis Era Digital (Studi Analisis Portal TaniFund. com). *At-Tanzir: Jurnal Ilmiah Prodi Komunikasi Penyiaran Islam*, 21-44.
- Migotuwio, N. (2020). *Desain grafis: Kemarin, kini, dan nanti*. Lampung Selatan: Alinea Media Dipantara.
- Moonik, N. a. (2023). Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran* 5.2 AGUSTUS , 77-91.
- Nandita, I. P. (2024). STRATEGI PEMASARAN DENGAN PENGELOLAAN MINAT KONSUMEN PADA PRODUK INDUSTRI KAOS SHADOW SCREEN PRINTING DI KECAMATAN BANDUNG KABUPATEN TULUNGAGUNG. *Musyteri: Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 7.2: 11-20.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa izin UIN Suska Riau.
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

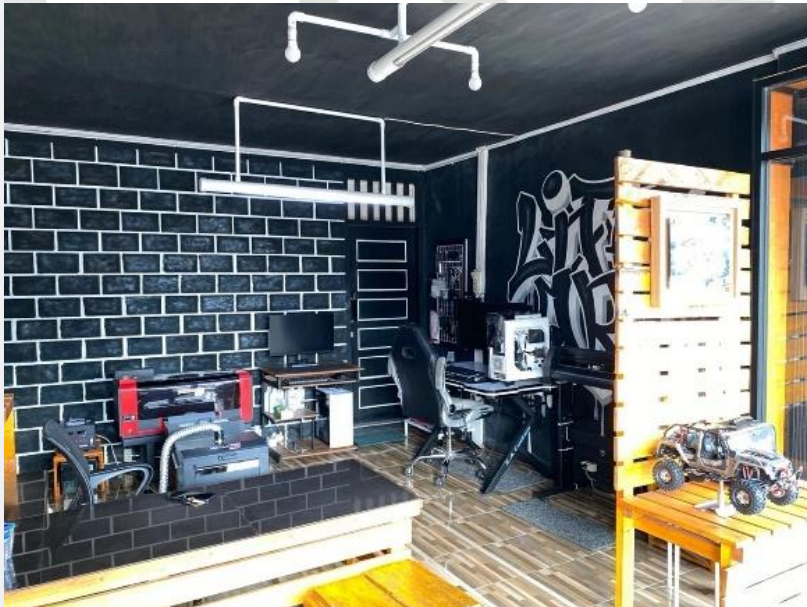
- Nashrullah, M. e. (2023). Metodologi Penelitian Pendidikan (Prosedur Penelitian, Subyek Penelitian, Dan Pengembangan Teknik Pengumpulan Data). *Umsida Press* , 1-64.
- Negoro, A. T. (2024). *Buku Ajar Desain Grafis*. Jambi: PT. Sonpedia Publishing Indonesia. hlm 9.
- Nisami, L. I. (2023). Perkembangan Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia Tahun 2000-Sekarang. *Kala Manca: Jurnal Pendidikan Sejarah* 11.2, 69-74.
- Nusmianani, M. e. (2023). Revitalisasi Bisnis di Era Digital: Peranan Media Sosial dalam Mengembangkan Komunikasi Bisnis: Literature Review. *Dewantara: Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 2.4: 226-237.
- Nusyaban, A. (2022). Perancangan Sistem Pemesanan Percetakan pada Toko Borneo. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2.12: 3905-3912.
- Pangestika, R. (2019). Penerapan kampanye sosial dalam desain komunikasi visua. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 4.2.
- Panguriseng, A. A. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir* 1.1, 55-66.
- Priyono, D. e. (2023). *Desain Komunikasi Visual Dalam Era Teknologi: Peran Teknologi Terhadap Perkembangan DKV*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Putra, H. D. (2023). LITERATURE REVIEW: PERAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI MINAT BELI. *Jurnal Darma Agung* , 31.1: 799-806.
- Putra, I. P. (2023). PERAN FOTOGRAFER DALAM MENYEDIAKAN FOTO PRODUK COLAR LIVING YANG BAGUS UNTUK NANTINYA DIOLAH MENJADI DESAIN GRAFIS YANG DAPAT MENARIK KONSUMEN. *Triwikrama Jurnal Ilmu Sosial*, 21-30.
- Rahman, D. S. (2023). Strategi komunikasi bisnis dalam upaya meningkatkan minat beli konsumen mobil listrik wuling air ev di kota Makassar. *Jurnal Komunikasi*, 16.1: 1-14.
- Reza, R. e. (2024). Pemanfaatan desain grafis untuk meningkatkan motivasi dan kreativitas di lingkungan pendidikan dan kewirausahaan. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan* 12., 3S1.
- RI, P. B. (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia edisi ketiga* . Jakarta: Balai Pustaka 1092.
- Ridiana, P. a. (2024). Tahapan Perencanaan Peningkatan Mutu Pembelajaran Pendidikan Agama Islam di Sekolah. *Ainara Journal (Jurnal Penelitian Dan PKM Bidang Ilmu Pendidikan)* 5.3, 342-350.
- Rodin, R. (2020). *Informasi dalam konteks sosial budaya*. Depok: PT. RajaGrafindo Persada-Rajawali Pers.
- Romli, N. A. (2025). *Desain Komunikasi Visual untuk Pemasaran*. Sijunjung, Sumatra Barat: Mitra Cendekia Media.
- Rosyidah, A. N. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Dalam Pembentukan Karakter Peserta Didik (Studi Kasus Di Smpn 20 Bekasi). *Research and Development Journal of Education* 9.1, 34-44.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

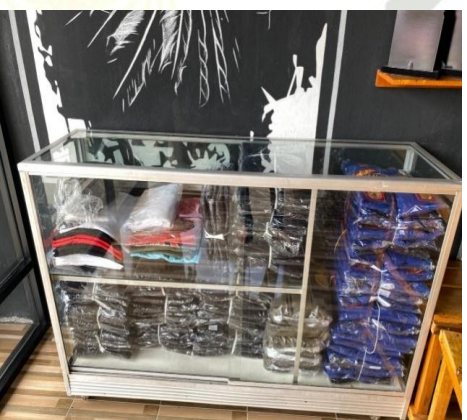
- Schiffman, L. G. (2011). *Consumer Behavior (8th ed.)*. European Look: Prentice Hall.
- Sedjadi, N. J. (2019). Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga. *Prenada Media*, Vol. 3.
- Setiawan, R. (2023). Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Promosi Online (Studi Kasus pada Akun@ nanisaproject). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7.3: 22727-22735.
- Setyanto, S. e. (2023). *Multimedia Dan Sains Penerapan Teknologi Untuk Penelitian Dan Penyampaian Informasi*. Widina.
- Silombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siangunsong, K. B. (2024). PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI BAGI PT. COLAR CREATIV INDUSTRI BAGIAN COLAR LIVING. *SYNAKARYA-Jurnal Desain Komunikasi Visual* , 5.1: 69-84.
- Soekanto, S. (2002). *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sosianika, A. &. (2017). SosianikaA Study of The Implusive Buying Behavior Comparasionbased on Consumer's Characteristics. *Sigma-Mu*, 9, 9–18.
- Suharyani, Y. D. (2023). Perencanaan strategis dan pembangunan berkelanjutan. *Jurnal Ilmiah Global Education* 4.2, 767-778.
- Uturiyatna, E. R. (2022). Pelatihan Pembuatan Desain Dengan Pemanfaatan Aplikasi Canva Untuk Kegiatan Osis Pada SMP Negeri 25 Depok. *KOMMAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Valentino, D. E. (2020). Perancangan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Pada Novena Hotel Bandung. *Tematik*, 7.2 211-229.
- Virgioni, D. R. (2020). Analisis Pengaruh Konsep AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) Terhadap Efektifitas Periklanan; Studi Kasus Pada PT. Tommino Inti Prima Pangkalpinang. *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 7.2: 83-92.
- Wati, A. K. (2025). Pengaruh Kompetensi Sumber Daya Manusia, Kemampuan Komunikasi dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan PT. Gayatri Lintas Nusantara Kab. Tulungagung. *Jurnal Ekuilnomi* 7.1, 129-138.
- Wirayanthi, N. a. (2018). Pengaruh harga, citra merek dan kualitas terhadap minat beli produk private label. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara* , 1.2: 87-96.
- Wulandari, R. N. (2022). Analisis Strategi Promosi Jasa Make Up Pengantin Di Paras Asri Wedding Organizer Melalui Media Sosial. *Jurnal Tata Rias* 11.1, 49-57.
- Yunita, G. (2022). Pengaruh desain komunikasi visual estetika dalam daya beli konsumen di media sosial. *JURNAL Dasarrupa: Desain dan Seni Rupa* 2, 1-5.
- Zakaria, Z. e. (2023). Menyiapkan Siswa untuk Karir Masa Depan Melalui Pendidikan Berbasis Teknologi: Meninjau Peran Penting Kecerdasan Buatan. *Journal on Education* , 5.4: 14141-14155.
- Zuhal, H. M. (2013). *Knowledge & Innovation*. Gramedia Pustaka Utama.

1. Dilarang mengutip:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LAMPIRAN

DOKUMENTASI PADA PERCETAKAN RMK



1. Uraian yang menguraip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantun
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

au

rsity of Sultan Syarif Kasim Riau

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DOKUMENTASI WAWANCARA KEPADA PEMILIK PERCETAKAN RMK



DOKUMENTASI WAWANCARA KEPADA PEGAWAI PERCETAKAN RMK



DOKUMENTASI WAWANCARA KEPADA CALON PELANGGAN DAN PELANGGAN PERCETAKAN RMK

© Hak Cipta

Hak Cipta D

1. Dilarang

a. Pengutipannya untuk kepentingan perdagangan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penerbitan atau jurnal atau suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic U

m Riau

