



PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL DESAIN DALAM USAHA PT. PARCELINE PACK

Imanuella Kezia

Universitas Stekom, Semarang

Irdha Yunianto

Universitas Stekom, Semarang

Alamat: Jl. Majapahit No.605, Pedurungan Kidul, Kec. Pedurungan, Kota Semarang

Korespondensi penulis: imanuellakezia4@gmail.com

Abstrak. *In today's era that has advanced with its sophisticated technology, many companies use all their promotional media in digital form which has a big influence on increasing the company's sales. Social media is one of the promotional fields that is widely used by all groups both abroad and domestically. Packaging design has also become one of the aspects that is widely sought after and pursued by many business people in increasing the selling value of products through attractive and creative packaging. Parceline Pack is one of the companies engaged in the field of packaging and hampers. Parceline Pack also often receives orders in the form of Level hampers, Tanjung flower boxes, Emina hampers and many more.*

Keywords: *Promotion; Digital Media; Packaging Design*

Abstrak. Di zaman sekarang yang sudah maju dengan kecanggihan teknologinya membuat banyak perusahaan menggunakan semua media promosinya dalam bentuk digital yang sangat memberikan pengaruh besar untuk peningkatan penjualan Perusahaan itu. Sosial media merupakan salah satu bidang promosi yang banyak digunakan oleh semua kalangan dalam luar negeri maupun dalam negeri. Desain packaging pun juga sudah menjadi salah satu aspek yang banyak diminati dan ditekuni oleh banyak pembisnis dalam meningkatkan nilai jual produk melalui packaging yang menarik dan kreatif. Parceline Pack adalah salah satu Perusahaan yang bergerak di bidang packaging dan hampers. Parceline Pack ini juga sering menerima orderan dalam bentuk hampers Tingkat, box bunga tanjung, hampers emina bahkan banyak lagi.

Kata Kunci: *Promosi; Media digital; Desain Packaging*

PENDAHULUAN

Desain dalam era digital yang terus berkembang, Dengan kemajuan teknologi banyak Perusahaan atau pembisnis banyak juga menggunakan jasa desain dalam meningkatkan nilai jual bisnis mereka. Desain juga memiliki peranan sangat penting dalam mendukung pertumbuhan bisnis suatu Perusahaan dan pemilik merek. Peran desain menjadi semakin signifikan dalam menyampaikan pesan, membangun merek dan menciptakan pengalaman visual yang menarik.

Manfaat sosial media secara umum bisa meningkatkan branding perusahaanmu, memperluas sasaran ekonomi dan cepat menemukan konsumen, memperluas lingkaran

pertemanan, mendapatkan inspirasi dari berbagai uploadan, menemukan berbagai peluang bisnis, menjadikan orang lebih kreatif.

Corporate identity adalah suatu bentuk visual dan ekspresi grafis dari citra dan identitas suatu perusahaan. Logo merupakan suatu identitas visual terhadap suatu entitas yang mempunyai kriteria khusus tertentu, seperti bentuk, filosofi, dan warna.

Penulis pun melihat adanya kesulitan yang di alami masyarakat dalam pemesanan produk di sosial media Parceline Pack, banyaknya orang yang harus bertanya melalui sosial media tentang bahan apa saja yang digunakan, ukuran dari box, minimal pemesanan berapa, pricelist produk tersebut. Itu yang akan membuat masyarakat yang sedang membutuhkan informasi menjadi harus menunggu, Maka dari itu dengan adanya desain digital berupa flyer akan memudahkan masyarakat dalam menemukan informasi produk secara detail.

Solusi yang bisa diberikan oleh penulis adalah parceline pack bisa membuat desain digital yang bisa lebih mendukung bisnis parceline pack. Owner bisa membuat desain flyer, dan banner dan adanya 2 konten video. Owner bisa menggunakan media cetak untuk banner. Banner bisa di pasang di daerah rumah PT Parceline Pack. Untuk media digital dan cetak flyer bisa diberikan informasi lebih detail dalam segi penawaran dan promosi. Untuk konten video akan di upload di tiktok untuk bisa meningkatkan penjualan PT Parceline Pack.

Dari identifikasi masalah yang terjadi pada PT Parceline Pack, maka penulis memiliki ide untuk mengatasi masalah PT Parceline Pack sebagai berikut:

1. Hanya menampilkan video tentang packaging produk saja tidak ada tentang tata cara pemesanan dan harga
2. Informasi yang kurang di jelaskan tentang PT Parceline Pack dalam sosial media.

Dalam perumusan masalah ini, penulis kurang lebihnya menemukan permasalahan yang terjadi pada PT Parceline pack sebagai berikut:

1. Desain digital promosi yang di harapkan dapat menunjang promosi Perusahaan
2. Melakukan rancangan video pendek yang di harapkan bisa menarik minat customer untuk melakukan order lagi.

Adanya pembatasan masalah karena adanya masalah yang terjadi di PT Parceline Pack ini yang belum mendapatkan Solusi, berikut ini Solusi yang diberikan oleh penulis:

1. Penulis akan membuat flyer dan banner dalam bentuk media cetak dan akan di upload sosial media Parceline Pack.
2. Membuat konten reels video yang berisi cara pemesanan, harga dan produk.

Tujuan dengan adanya penelitian ini bagi Perusahaan Parceline Pack, Parceline Pack bisa lebih dikenal oleh banyak customer dengan adanya desain yang jelas, media desain digital. Dengan ini bisa meningkatkan penjualan dan omset bagi Parceline Pack selain Parceline Pack

juga bisa mendapat omset melalui sosial media dengan konten konten dan promosi melalui desain digital yang disukai oleh masyarakat.

Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis
hal teori teori yang didapatkan, penulis bisa mendapatkan kajian kajian yang baru terhadap penelitian yang dilakukan, penulis juga bisa mengembangkan teori teori tersebut menjadi bahan bahan untuk penelitian selanjutnya.
2. Bagi Akademiks
penulis bisa mendapat banyak ilmu wawasan baru terkait penelitian selain itu penulis juga bisa melakukan banyak praktek praktek di kampus tentang desain grafis mendetail.
3. Bagi Perusahaan
Perusahaan Parceline Pack bisa mendapatkan hasil flyer yang telah dibuat oleh penulis. Flyer ini bisa mereka cetak dan masukan dalam media sosial, konten konten yang mereka buat untuk meningkatkan branding Perusahaan mereka.

KAJIAN TEORITIS

Promosi

Menurut Alma Dalam (Wulandari 2016), promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha membujuk , menyebarkan informasi,dan mengingatkan pasar sasaran atas Perusahaan dan barang produk yang ,mau bersedia membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan oleh Perusahaan yang bersangkutan.

Sosial Media

Media Sosial adalah alat bantu dalam menyampaikan informasi dari seseorang kepada seseorang atau kelompok orang, untuk mencapai tujuan individu maupun tujuan kelompok. Untuk lebih jelas sebagaimana di kemukakan Nasrulla dalam buku Media Sosial (2016; 8) bahwa “media sosial dapat dilihat dari perkembangan bagaimana hubungan individu dengan perangkat media”.

Adapun macam-macam media sosial, yaitu :

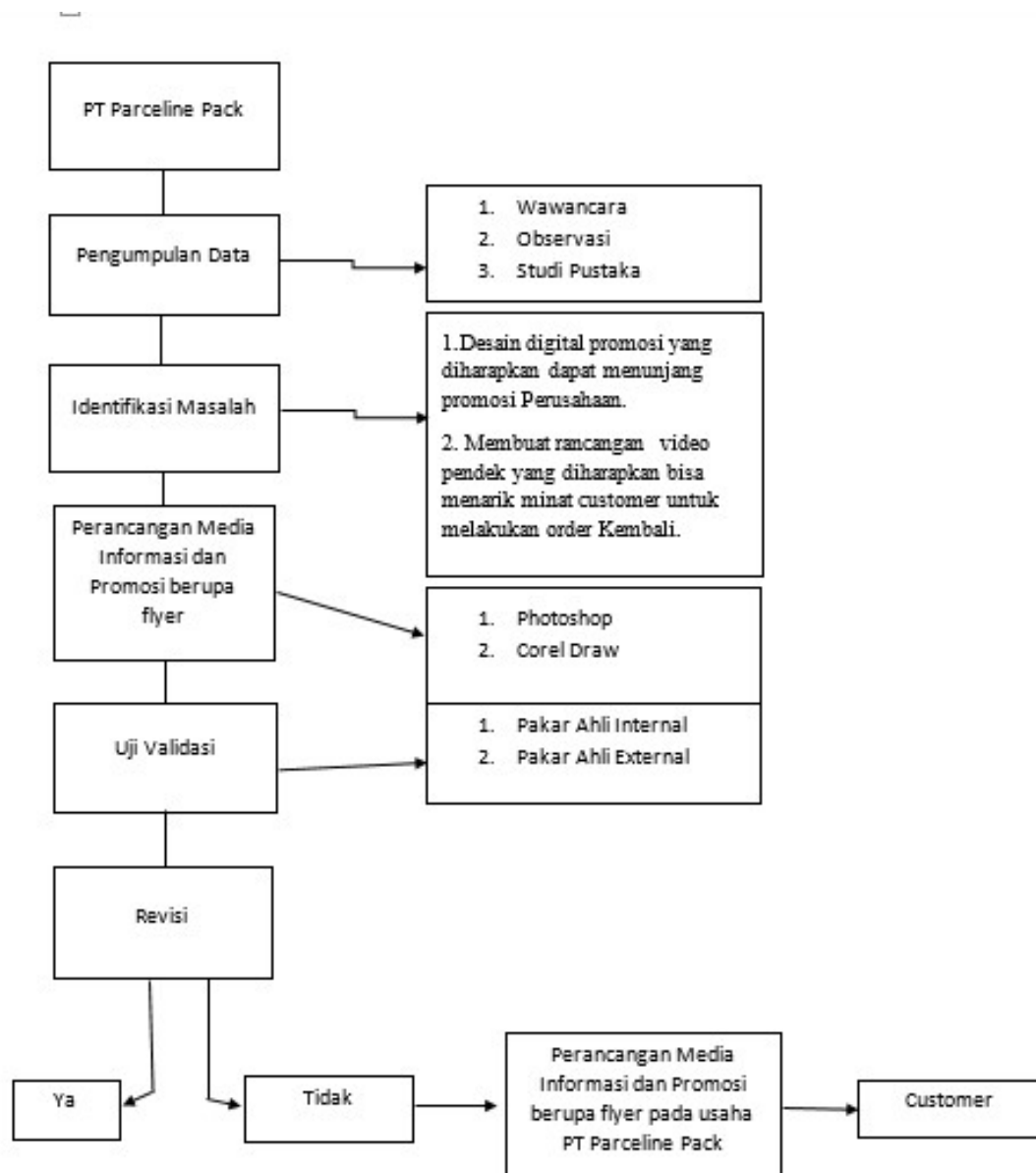
1. Facebook
2. Youtube
3. Instagram
4. Twitter
5. Blog

Tipografi

Tipografi merupakan elemen visual penting dalam sebuah desain, terutama sebagai media komunikasi untuk menyampaikan inti gagasan desain tersebut (Sihombing,2003).

Pengertian sintaksis dalam tipografi merupakan proses penyusunan elemen elemen visual menjadi kesatuan yang kohesif (Sihombing, 2003). Hal ini ditunjukkan melalui elemen terkecil yaitu huruf, kata, garis, kolom, & margin.

Tabel 1. Kerangka Pemikiran



Penjelasan Kerangka Pemikiran

Tempat yang akan dijadikan Lokasi penelitian adalah “PT Parceline Pack”

1. Tahap pertama adalah pengumpulan data dengan cara wawancara kepada customer, dan pihak dari PT Parceline Pack, observasi dan study Pustaka pada PT Parceline Pack.
2. Hasil Identifikasi Masalahnya yaitu:
 - a. Hanya menampilkan video tentang packaging produk saja tidak ada tentang tata cara pemesanan harga.
 - b. Informasi yang kurang di jelaskan tentang PT Parceline Pack dalam sosial media
3. Peneliti melakukan Perancangan Media Promosi dan Informasi berupa flyer yang bertujuan untuk memecahkan masalah, perancangan media ini menggunakan software Corel Draw X7 untuk desain Flyer dan Banner, Photoshop untuk pengeditan gambarnya.
4. Setelah perancangan selesai akan di lakukan uji validasi (kelayakan) melibatkan ahli media Dosen Stekom dan ahli media dari PT Parceline Pack. Setelah uji coba selesai yaitu menentukan valid atau tidaknya produk yang dikembangkan.
5. Jika belum (tidak) valid maka di lakukan perbaikan hasil uji coba validasi tersebut jika belum layak atau belum valid juga maka akan di lakukan revisi (Perbaikan) lagi untuk pengujian lebih luas, bisa jadi pengujian pada produk yang di kembangkan ini lebih dari satu kali.
6. Jika sudah valid atau layak maka telah terselesaikan perancangan dan menghasilkan sebuah produk berupa flyer sebagai media informasi dan promosi pada PT Parceline Pack, berarti produk ini layak untuk di sebarluaskan pada Masyarakat dan target awalnya adalah pengunjung.

Spesifikasi Produk Yang Dikembangkan Dalam Penelitian “PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DIGITAL DESAIN DALAM USAHA PARCELINE PACK”.

1. Desain Flyer yang akan di buat dalam bentuk media di gital dan media cetak desain flyer ini akan dibuat menggunakan aplikasi corel draw x7. Desain flyer ini memiliki ukuran a4 yaitu 21 x 29,7 cm. desain flyer ini akan di sajikan di media sosial Parceline Pack, dan akan dicetak berupa flyer cetak dapat di lihat oleh banyak orang. Di dalam desain flyer ini akan lebih ditampilkan gambar produk dan akan di sertakan nama PT Parceline Pack dan media sosial seperti whatshap, alamat kantor akan di berikan ukuran dari produk tersebut, minimal order 10 pcs dan promo yang bisa dicantumkan. Ada juga informasi pengiriman 2-3 hari, menggunakan JNT.
2. MMT ini menggunakan media cetak yang akan menggunakan bahan dari flexy china 280 dengan ukuran 300 cm x 100 cm. Banner ini akan di buat di aplikasi Corel Draw dalam banner ini akan di tuliskan nama PT Parceline Pack, Alamat dan produksi apa yang mereka kerjakan. Warna warna yang di gunakan pun ada warna orange dan warna putih dan banner ini akan di letakan di daerah rumah kantor PT Parceline Pack.
3. Konten video 1 yang berjudul “ Digital Marketing Dalam Upaya Meningkatkan Nilai Jual Dalam Bisnis” di era digital ini sangat di butuhkan meningkatkan penjualan melalui promosi digital. Promosi digital juga dapat meningkatkan pertumbuhan bisnis para pemilik owner dan memperluas jaringan antar kota bahkan pulau yang ingin di jangkau oleh para owner.
4. Konten video 2 dengan judul “ Pengaruh Sosial Media Dalam Bisnis Packaging Box” Pada era sekarang, industri lokal sedang banyak digandrungi oleh banyak orang, terutama pada Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM). Mereka berlomba-lomba untuk membuat suatu invovasi produk dengan berbagai kategori usaha dengan mempunyai ciri khas masing-masing. Dengan adanya media promosi baru, para pelaku usaha berlomba-lomba membuat keunikan konten dan keunggulan dari produk.

METODE PENELITIAN

Penelitian dan pengembangan yang dalam Bahasa Inggris disebut (research and development) atau R&D adalah salah satu metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan atau membuat produk tertentu dan menguji keefektifan metode tersebut. Untuk membuat produk tertentu maka dilakukan analisis kebutuhan, sementara untuk melihat keefektifan dari produk tersebut maka dilakukan penelitian dengan uji keefektifan produk. Alasan mengapa dipilih strategi penelitian dan pengembangan adalah mengacu pada pendapat

Sementara dalam bidang Pendidikan Borg and Gall (1985) dan Sugiono (2009:4) menyatakan bahwa penelitian dan pengembangan (Research and Development) merupakan penelitian atau pengembangan yang digunakan dalam untuk mengembangkan dan memvalidasi produk – produk yang digunakan dalam Pendidikan dan pembelajaran. Dari pendapat kedua ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa metode R&D adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan produk- produk tertentu serta menguji validitas dan keefektifan produk.

Penelitian dan pengembangan ini bertujuan agar menghasilkan suatu media informasi dan promosi yang dapat memberikan pemahaman bagi customer tentang PT Parceline Pack dan sekaligus mempromosikan PT Parceline Pack sehingga lebih memiliki daya Tarik. Khususnya bisa memikat daya Tarik customer.

Prosedur Dan Pengembangan

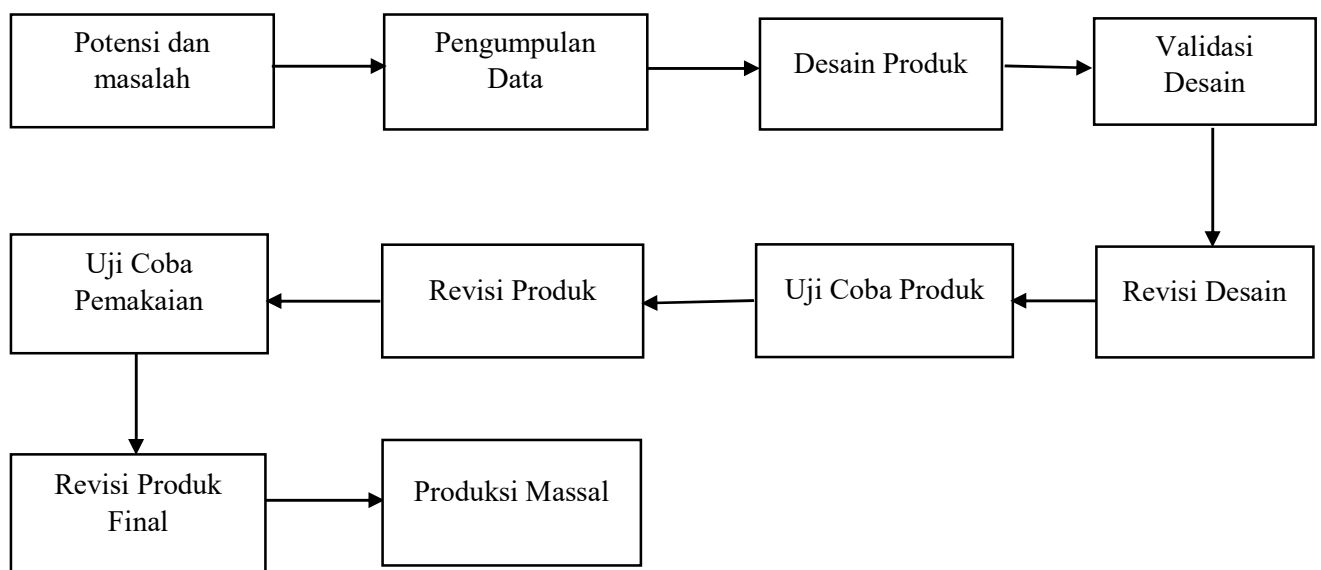
Mengacu pada prosedur penelitian dan pengembangan Borg& Gall mengemukakan ada 10 langkah yang harus di tempuh dalam pelaksanaan metode pengembangan yaitu:

- a) Studi pendahuluan yaitu, tahap pengukuran kebutuhan, studi literature, penelitian dalam skala kecil dan pertimbangan dari segi nilai.
- b) Perencanaan penelitian yaitu Menyusun rencana penelitian, merumuskan tujuan dan langkah – langkah penelitian
- c) Pengembangan Produk awal yang akan di hasilkan adalah persiapan komponen pendukung, menyiapkan pedoman buku petunjuk dan evaluasi terhadap alat alat pendukung.
- d) Uji coba lapangan awal dalam skala terbatas , dalam uji coba ini melibatkan sekitar 5 subjek orang atau lebih, pengumpulan data dan analisis data dengan cara observasi, wawancara dan angket.
- e) Revisi produk awal hasil uji lapangan, melakukan perbaikan terhadap produk awal berdasarkan hasil uji coba awal. Perbaikan ini sangat memungkinkan di lakukan lebih dari satu kali, sesuai hasil pada uji coba lapangan awal, sehingga menghasilkan produk utama yang siap di uji coba secara luas.

- f) Uji coba lapangan lebih luas, pada uji coba lapangan ini melibatkan banyak orang dengan melibatkan subjek yang lebih banyak dari uji coba terbatas.
- g) Revisi hasil uji coba lapangan yaitu perbaikan terhadap hasil uji coba secara luas sehingga produk yang di kembangkan sudah merupakan produk yang siap divalidasi.
- h) Uji kelayakan yaitu Langkah uji validasi terhadap model (produk) yang di dihasilkan.
- i) Revisi hasil uji kelayakan yaitu melakukan perbaikan akhir terhadap produk untuk menghasilkan produk akhir atau final.

.Langkah – Langkah Penelitian R&D

Tabel 2. Langkah Langkah Penelitian R&D



Penelitian Kualitatif

Menemukan makna secara komprehensif. Tak sekedar makna , tetapi makna yang di dapat dari pemikiran kritis peneliti. Tujuan penelitian ini tak hanya menyamakan hasil dengan teori. Melainkan menunjukan kejanggalan atau ketidakberesan dari subjek dan objek penelitian sesuai arah teori. Jadi dapat disimpulkan bahwa peneliti memilih metode penelitian ini bertujuan untuk menganalisa dan mengumpulkan data data yang nyata secara keseluruhan, dari penelitian ini peneliti bisa mendapatkan banyak data yang lengkap.

Instrumen Penelitian

Pada penelitian ini peneliti akan menguji validasi produk, uji validitas yang di lakukan adalah uji validitas Dimana desain flyer itu di uji oleh para ahli kemudian dimintai pendapat

mengenai desain flyer tersebut. Pada uji validitas ini menggunakan skala pengukuran yaitu skala likert yang bertujuan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi dan kepuasan pengguna.

Skala likert merupakan skala psikometrik yang banyak digunakan dalam penelitian dan merupakan skala yang paling banyak di gunakan dalam penelitian survey. Pertanyaan terbaik mendapat 5,4,3,2,1 poin. Format pertanyaan negative mendapat 1,2,3,4,5. Format jawaban skala likert meliputi sangat setuju, setuju, cukup,tidak setuju,dan sangat tidak setuju.

Tabel 3. Indikator Skala Likert

Penilaian	Kriteria Kelayakan
Sangat Baik	$81\% \leq X \leq 100\%$
Baik	$61\% < X \leq 80\%$
Sedang	$41\% < X \leq 60\%$
Kurang Baik	$21\% < X \leq 40\%$
Sangat Kurang Baik	$0\% < X \leq 20\%$

Dihitung dari hasil survey dengan menggunakan rumus untuk menentukan persentase setiap respon menurut (Fauzan Febriansyah & Sumaryana 2021) sebagai berikut :

$$\text{Presentase \%} = \frac{\text{Skor total yang di peroleh} \times 100\%}{\text{Skor Maksimum}}$$

Hasil dari perhitungan dengan rumus tersebut akan dikelompokan dalam kriteria sebagai berikut:

Tabel 4. Kriteria Kelayakan

No	Keterangan	Nilai
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN



Gambar 1. Hasil Akhir Flyer



Gambar 2. Hasil Akhir Banner

Proses Data Angket

Tabel 5. Hasil Kuesioner Variabel PT Parceline Pack

Keterangan	Pertanyaan	SSS (1)	TS (2)	KS (3)	S (4)	SS (5)	Jumlah Responden
Aspek	Soal 1	0	0	10	15	0	25
	Soal 2	0	0	16	5	4	25

Desain (Tampilan Media)	Soal 3	0	0	12	3	10	25
	Soal 4	0	0	7	10	8	25
	Soal 5	0	0	11	9	5	25
	Soal 6	0	1	6	14	4	25
	Soal 7	0	0	4	15	6	25
Aspek Desain (Tampilan Informasi)	Soal 1	0	0	9	12	4	25
	Soal 2	0	0	13	6	7	25
	Soal 3	0	0	7	11	7	25
	Soal 4	0	0	8	10	8	25
Aspek Komunikasi Visual	Soal 1	0	0	11	9	5	25
	Soal 2	0	0	14	7	4	25
	Soal 3	0	0	2	3	20	25
	Soal 4	0	0	13	11	1	25
Total Skor		0	1	143	140	93	25

Perhitungan Skala Likert Variabel:

Responden yang menjawab sangat setuju (5) berjumlah 93 orang

Responden yang menjawab setuju (4) berjumlah 140 orang

Responden yang menjawab kurang setuju (3) berjumlah 143 orang

Responden yang menjawab tidak setuju (2) berjumlah 1 orang

Responden yang menjawab sangat tidak setuju (1) berjumlah 0 orang

Responden yang menjawab sangat setuju (skor 5) = $93 \times 5 = 465$

Responden yang menjawab setuju (skor 4) = $140 \times 4 = 560$

Responden yang menjawab kurang setuju (skor 3) = $143 \times 3 = 429$

Responden yang menjawab tidak setuju (skor 2) = $1 \times 2 = 2$

Responden yang menjawab sangat tidak setuju (skor 1) = $0 \times 0 = 0$

Interpersi Skor Perhitungan

$Y = \text{skor tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pernyataan}$

$$5 \times 25 \times 15 = 1875$$

$X = \text{skor terendah likert} \times \text{jumlah responden} \times \text{jumlah pernyataan}$

$$1 \times 25 \times 15 = 375$$

Rumus Indeks%

$$1456 / 1875 \times 100$$

$$= 77,65 \%$$

Berdasarkan 25 responden yang telah menjawab didapatkan total skor dari setiap jawaban 1456. Menggunakan rumus dari Fauzan dan Sumaryana yaitu total skor x 100% dan dibagi skor maksimum yaitu $1456 / 1875 \times 100$, maka hasil presentase yang di dapatkan adalah 77,65% Dapat dibuktikan bahwa dari 25 responden setuju bahwa hasil karya flyer, banner dan video sudah baik untuk diberikan pada PT Parceline Pack.

KESIMPULAN

Kesimpulan yang dapat diperoleh dari pembuatan skripsi dengan judul “ Pengembangan Media Promosi Digital Desain Dalam Usaha PT Parceline Pack”, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Telah dibuat media informasi dan promosi berupa desain flyer dan desain banner yang menarik. Hal ini dapat di lihat dari uji validasi yang telah di lakukan oleh pakar ahli bahwa untuk desain banner dan flyer yang menarik, yang telah dibuat oleh penulis masuk ke dalam kategori “ baik” dengan nilai presentasinya adalah 76,77% kepada 25 responden yang telah menjawab.
2. Adanya media promosi melalui media sosial yang bisa menjangkau masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari hasil uji validasi terhadap media promosi yang bisa menjangkau masyarakat yang termasuk ke dalam kategori “baik”

SARAN

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan dalam skripsi ini, maka penulis memberikan saran kepada PT Parceline Pack. Adapun saran- saran berikut:

1. PT Parceline Pack perlu melakukan update promosi setiap minggunya kepada banyak masyarakat melalui sosial media.
2. PT Parceline Pack bisa memanfaatkan desain flyer dan banner untuk menambah daya tarik masyarakat melalui desain ada yang cetak dan digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Bickley & Corral, (2011),” Pengembangan Digital Content creativ untuk mempromosikan layanan perpustakaan di Ganesha”, Media Sains Informasi dan Perpustakaan.
- Borg & Gall (1989:781-782) “ Research and development is a powerful strategy for improving practice. It is a process used to develop and validate educational products” , New York and London “
- Boyd, Walker dan Larreche (2000) “ Pemasaran adalah suatu proses sosial yang melibatkan kegiatan-kegiatan penting apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain”, Jurnal Audit dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tanjungpura 2019, Vol. 8 , No. 2, 67-76.
- Danton Sihombing (2003) , “ Tipografi dalam Desain Grafis mengulas pengetahuan tentang huruf dan olah huruf yang merupakan komponen penting dalam desain grafis (desain komunikasi visual)” Jakarta : Gramedia.
- Janna, N. M., & Herianto, H. (2021). “ Konsep Uji Validitas Dan Reliabilitas Dengan Menggunakan SPSS. OSF Preprints”. Kota Makassar: Indonesia Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Darul Dakwah Wal-Irsyad (DDI).
- Karunia dan Anita, (2020) .” Visual Brand identity juga harus mempresentasikan emosi yang terkandung di dalam sebuah Brand. ” Desain Komunikasi Visual, Universitas Pertiwi1, Teknik Informatika, Universitas Widyatama.
- Rony& Panuju, (2018) “ Pembuatan Flyer Promosi untuk Menunjang Digital Marketing” , Seminar Nasional Pengabdian Masyarakat 2020 , Universitas Muhammadiyah Jakarta : 7 Oktober 2020.
- Sugiyono, (2019:2) “metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”, Repositori STIE.
- Wijayanto & Winson , (2021) “Hasil perancangan dan pengembangan E brosur dan E catalog pada first hook coffee”, Jurnal Aplikasi Bisnis Volume :8 Nomor : 2.