

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG**

(Tugas Akhir)

Oleh

KOMANG ADI WIDIANA

1906061003



**PROGRAM D-III ADMINISTRASI PERKANTORAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
TAHUN 2022**

ABSTRAK

PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG

Oleh

Komang Adi Widiana

Penerapan desain grafis yang terstruktur dan mendapatkan hasil yang memuaskan merupakan tujuan dari suatu perusahaan. Penerapan desain grafis memegang peranan yang sangat penting dalam hal pemasaran produk atau jasa, untuk itu diperlukan tim yang memiliki *skill* dibidang tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, dokumentasi, wawancara, dan study pustaka. Hasil penelitian menunjukkan proses penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung dengan proses pengelolaan yang baik meliputi menggunakan *Plannig, Organizing, Actuating, Controlling*.

Kata Kunci : Penerapan, Desain Grafis, Media Promosi

ABSTRACT

THE APPLICATION OF GRAPHIC DESIGN AS PROMOTIONAL MEDIA AT SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG

By

Komang Adi Widiana

Application a structured graphic design and getting satisfactory results is the goal of a company. The application of graphic design plays a very important role in terms of product or service marketing, for that we need a team that has skills in that field. This study aims to find out how the application of graphic design as a promotional medium at Siger Innovation Hub Bandar Lampung. The study used qualitative methods with data collection techniques through observation, documentation, interviews, and literature study. The results of the research show the process of implementing graphic design as a promotional medium at Siger Innovation Hub Bandar Lampung with a good management process includes using Planning, Organizing, Actuating, Controlling.

Word Key : Application, Graphic Design, Promotion Media

**PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG**

Oleh

Komang Adi Widiana

Tugas Akhir

Sebagai Satu Syarat untuk Mendapatkan Gelar

Ahli Madya (A. Md)

Pada

Program Studi Administrasi Perkantoran

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG**

2022

**Judul Tugas Akhir : PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA SIGER
INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG**

Nama Mahasiswa : Komang Adi Widiana

Nomor Pokok Mahasiswa : 1906061003

Program Studi : D-III Administrasi Perkantoran

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. Ketua Program Studi D-III Administrasi Perkantoran

Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B

NIP. 198512152008122002

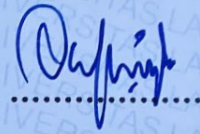
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Damayanti, S.AN., M.AB**

NIP. 19810106200501 2002



Penguji Utama

: **Gita Paramita Djausal., S.IP., M.A.B**

NIP. 198412162019032004



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si.

NIP. 19610807 198703 2001



Tanggal Lulus Ujian Tugas Akhir : 28 November 2022

PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, tugas akhir ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (Sarjana/Ahli Madya), baik di Universitas Lampung maupun perguruan tinggi lainnya.
2. Karya tulis ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri, tanpa bantuan dari pihak lain, kecuali arahan Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Bandar Lampung, 28 November 2022

Yang membuat pernyataan,



Komang Adi Widiana

NPM. 1906061003

RIWAYAT HIDUP



Komang Adi Widianana, lahir di Bali pada tanggal 15 Januari 2000. Anak ketiga (3) dari pasangan Bapak Wayan Santrawan dengan Ibu Wayan Widri, dan memiliki 2 saudara perempuan. Penulis menempuh pendidikan formal dimulai dari Sekolah Dasar (SD) Negeri 1 Sakti Jaya pada tahun 2006 sampai tahun 2013. Selanjutnya menempuh pendidikan di SMPN 2 Gunung Agung yang diselesaikan pada tahun 2016. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMAN 10 Bandar Lampung dengan jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial (IPS) yang diselesaikan pada tahun 2019. Kemudian pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswa Universitas Lampung pada Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, penulis aktif dalam organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Hindu Universitas Lampung pada tahun 2019 sampai 2021 dan pernah menjabat sebagai Kepala Bidang Seni dan Olahraga periode 2020-2021, penulis juga aktif di dalam Organisasi Himpunan Mahasiswa Diploma (HMD) Administrasi Perkantoran sebagai Koordinator Eksternal Hubungan Masyarakat pada tahun 2021, dan sebagai Koordinator Internal Hubungan Masyarakat pada tahun 2022. Kemudian penulis melakukan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Siger Innovation Hub Bandar Lampung.

PERSEMBAHAN

Dengan mengucap puji dan syukur terpanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas nikmat dan karunianya. Dengan segala ketulusan hati saya persembahkan karya tulis ini :

Ayahanda Wayan Santrawan dan Ibunda Wayan Widri yang telah menjadi sumber semangat serta motivasi dan tak pernah hentinya selalu mendoakan untuk keberhasilan penulis serta pengorbanan yang tidak akan pernah terbayarkan oleh apapun.

Terima kasih kepada saudara saya yang telah memberikan keceriaan serta doa yang tidak pernah hentinya untuk saya.

Terima Kasih juga untuk keluarga besar dan sahabat-sahabat saya yang selalu memberikan saya semangat serta doanya.

Almamater tercinta, Universitas Lampung

MOTTO

“Duka muncul dari kebodohan, kebodohan muncul dari ego, dan ego itu bersumber dari kebodohan. Maka kebodohan itulah penyebab dari kesengsaraan”

(Sarasmuscaya 400)

“Kemenangan di masa tua adalah bentuk hasil dari usaha kita di masa muda”

(B.J Habibie)

SANWACANA

Puji syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Tugas Akhir dengan judul “PENERAPAN DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SIGER INNOVATION HUB BANDAR LAMPUNG” ini disusun guna memenuhi salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Ahli Madya Diploma III Administrasi Perkantoran di Universitas Lampung. Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa selesainya Tugas Akhir tidak terlepas dari dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada:

1. Ibu Damayanti, S.A.N., M.A.B selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan saran serta dukungan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Mediya Destalia, S.A.B., M.A.B selaku Ketua Program Studi Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Gita Paramita Djausal, S.IP., M.A.B selaku dosen penguji yang telah memberikan motivasi dan didikan selama ujian serta selama penulis melaksanakan perkuliahan di Universitas Lampung.
4. Bapak/ibu Dosen Diploma III Administrasi Perkantoran Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung yang telah memberikan bekal dan pengetahuan selama penulis berada di bangku perkuliahan.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Bapak Dr. Dedy Hermawan, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Akademik dan Kerjasama.

7. Bapak Dr. Arif Sugiono, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Umum dan Keuangan.
8. Bapak Dr. Robi Cahyadi K, M.A selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Alumni.
9. Bapak Ikhwan Ferdian selaku *Chief Executive Officer* Siger Innovation Hub.
10. Seluruh tim Management Siger Innovation Hub Bandar Lampung.
11. Orang tua yang telah memberikan dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Keluarga besar yang selalu memberikan semangat, arahan dan dukungan dengan keceriaan.
13. Teman-teman satu angkatan Administrasi Perkantoran 2019 yang selalu memberikan semangat kepada penulis dalam menyusun Tugas Akhir.
14. Almamater tercinta Universitas Lampung.

Akhirnya kepada Tuhan Yang Maha Esa penulis memohon agar mereka yang berjasa kepada penulis diberikan balasan yang berlipat ganda dan semoga Tugas Akhir ini memberikan manfaat bagi kita semua. Akhir kata, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan karena keterbatasan kemampuan penulis. Penulis berharap semoga Tugas Akhir ini dapat berguna dan bermanfaat bagi banyak orang yang membacanya.

Bandar Lampung, 28 November 2022
Penulis

Komang Adi Widiana
NPM. 1906061003

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	i
ABSTARCT	ii
HALAMAN JUDUL	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
PERNYATAAN	vi
RIWAYAT HIDUP	vii
PERSEMBAHAN	viii
MOTTO	ix
SANWACANA	x
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penulisan	3
1.4 Manfaat Penulisan	3
1.5 Teknik Pengumpulan Data	4
II. TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Penerapan	5
2.1.1 Unsur-unsur Penerapan	5
2.2 Pengertian Desain Grafis	6

2.2.1 Jenis Desain Grafis.....	6
2.2.2 Unsur-unsur Desain Grafis.....	7
2.2.3 Fungsi Desain Grafis.....	8
2.3 Pengertian Media Sosial.....	10
2.3.1 Fungsi Media Sosial.....	10
2.4 Pengertian Media Promosi.....	12
2.4.1 Tujuan Media promosi.....	12
2.4.2 Fungsi Media Promosi Untuk Pemasaran Produk dan Jasa..	13
2.4.3 Bentuk-bentuk Media Promosi.....	14
III. HASIL KEGIATAN.....	16
3.1 Gambaran Umum Siger Innovation Hub.....	16
3.1.1 Sejarah Singkat Siger Innovation Hub.....	16
3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	17
3.1.3 Logo Siger Innovation Hub.....	17
3.2 Struktur Organisasi Siger Innovation Hub.....	20
3.2.1 <i>Job Description</i> Struktur Organisasi.....	20
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Hasil Penelitian.....	22
4.2 Pembahasan.....	31
4.2.1 Fungsi Desain Grafis Sebagai Media Promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung.....	31
4.2.2 Fungsi Media Sosial Menurut Siger Innovation Hub Bandar Lampung.....	34
V. KESIMPULAN DAN SARAN.....	38
5.1 Kesimpulan.....	38
5.2 Saran.....	38
DAFTAR PUSTAKA.....	40
LAMPIRAN.....	42

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 4.1 <i>Storyboard</i> Konten Instagram <i>Story</i>	25

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 3.1 Logo Siger Innovation Hub	17
Gambar 3.2 Elemen <i>Seed</i>	18
Gambar 3.3 Elemen <i>Shoot</i>	18
Gambar 3.4 Elemen <i>Tree</i>	19
Gambar 3.5 Elemen <i>Infinity</i>	19
Gambar 3.6 Elemen Siger.....	20
Gambar 3.7 Struktur Organisasi Siger Innovation Hub	20
Gambar 4.1 Proses Penerapan Desain Grafis	23
Gambar 4.2 <i>Timeline Project</i> Instagram <i>Story</i>	24
Gambar 4.3 Desain Grafis Instagram <i>Story</i>	28
Gambar 4.4 <i>Font</i> Utama Desain Grafis	29
Gambar 4.5 Warna Utama Desain Grafis	29
Gambar 4.6 Tekstur Desain Grafis Siger Innovation Hub	30
Gambar 4.7 Visualisasi Desain Grafis Instagram <i>Story</i>	30
Gambar 4.8 Contoh Fitur <i>Polling</i> dan <i>Question Box</i>	31
Gambar 4.9 <i>Recruitment</i> Siger Innovation Hub	32
Gambar 4.10 <i>Branding</i> Siger Innovation Hub	33
Gambar 4.11 Penerapan Visualisasi pada Desain	33
Gambar 4.12 <i>Event</i> dan Kegiatan Siger Innovation Hub	34
Gambar 4.13 Live Instafram dengan Puteri Cilik Indonesia 2020.....	35
Gambar 4.14 Tiktok Sebagai Media Hiburan.....	36
Gambar 4.15 Promosi di Media Sosial dan Partisipasi Pesertanya	37
Gambar 4.16 Video Kreativitas Siger Innovation Hub	37

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Transkrip Wawancara	40
Lampiran 2 Dokumentasi bersama karyawan dan kegiatan	43
Lampiran 3 Sertifikat Magang	45

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dari masa ke masa terus berkembang ke arah yang lebih canggih. Bukan hanya untuk sektor pendidikan tetapi juga dari sektor perusahaan, industri, serta lembaga membutuhkan teknologi yang sangat penting dalam meningkatkan aspek keahlian dalam bidang Teknologi Informasi (Supriyadi and Lutfiyana, 2020).

Desain grafis adalah suatu bentuk visual yang menggunakan media gambar untuk menyampaikan informasi dan pesan seefektif mungkin. Unsur desain grafis seperti teks dianggap sebagai gambar dikarenakan teks sendiri sering disebut simbol untuk menerangkan makna sebuah hasil karya yang kita buat. Desain grafis merujuk kepada proses pembuatan, metoda perancangan baik metode perancangan melalui konsep atau metode perancangan melalui metode teknis perancangan dan produk yang dihasilkan (rancangan). Desain grafis pun mencakup kepada kemampuan seorang desainer dan keterampilan visual termasuk di dalamnya pemilihan tipografi, ilustrasi, fotografi, pengolahan gambar dan tata letak *layout*. Desain grafis pun sangat berkaitan erat dengan perancangan karena perancangan sendiri adalah proses yang berlaku untuk pembuatan sebuah karya dengan menggunakan disiplin yang digunakan (disiplin ilmu desain grafis) (Pratama, 2014).

Seiring berkembangnya zaman, kemajuan dibidang desain grafis pun semakin berpengaruh pada kehidupan kita. Dizaman globalisasi ini semua sistem pun sudah terkomputerisasi sehingga kita tak perlu lagi mendesain menggunakan alat tulis, dengan menggunakan perangkat komputer sederhana kita sudah bisa mendesain (Pratama, 2014). Desain grafis sangat berperan penting dalam

mempromosikan sebuah produk atau jasa sebuah perusahaan. Setiap perusahaan pasti menggunakan media seperti desain grafis dalam memasarkan produk atau jasanya untuk dikenal konsumennya. Pada saat ini peranan desain grafis dalam bidang usaha sangat dibutuhkan. Hal itu dapat dibuktikan dengan banyaknya bidang usaha yang memanfaatkan keahlian desainer grafis untuk media promosi. Kebutuhan desain untuk promosi yang sekarang semakin marak di dunia usaha membuat desainer grafis dituntut untuk bisa mengembangkan diri dalam membuat sebuah produk yang bisa menarik minat masyarakat. Media promosi seperti poster, pamflet, brosur dan masih banyak lagi merupakan contoh bahwa peranan desain grafis sangat diperlukan (Valentino, 2018).

Dalam sebuah lembaga perusahaan/instansi pasti membutuhkan media untuk mempromosikan produk, jasa, *event-event* yang akan dilaksanakan, serta informasi yang akan diberikan kepada publik untuk meningkatkan minat baca terhadap informasi atau *event* yang perusahaan/instansi tersebut dalam bentuk poster dengan desain menarik yang diunggah ke media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook dan media sosial lainnya. Dalam sebuah program pemasaran, desain berperan sangat amat penting dalam tercapainya target penjualan. Desain bisa hadir dalam berbagai bentuk seperti *website*, desain poster, brosur, *flyer*, banner dll. Sebuah desain idealnya 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 dipasarkan, dan bagusnya desain jika tidak dibarengi dengan *branding* atau *marketing* yang bagus akan percuma juga (Sooca, 2015).

Seperti halnya dengan Siger Innovation Hub Bandar Lampung adalah sebuah lembaga inkubator bisnis berbasis koperasi pertama di Indonesia yang membantu menginkubasi startup, koperasi, dan UMKM serta menjadi wadah pengembangan bisnis dengan konsep kolaborasi yang mempromosikan event-event serta memberikan informasi terkait *trend* bisnis dan sebagainya dengan bentuk poster menarik yang dipublikasikan ke media sosial seperti instagram. Pada Instagram *Story* Siger Innovation Hub hanya memposting terkait informasi serta *event-event* yang akan dilaksanakan oleh Siger Innovation Hub.`

Siger Innovation Hub menggunakan desain grafis sebagai media promosi karena menurutnya sangat efektif mempromosikan produk/jasa yang ditawarkan. Karena tanpa adanya desain grafis menurut Siger Innovation Hub, sosial media seperti Instagramnya tidak memiliki bahan konten promosi yang akan di Upload.

Berdasarkan alasan tersebut perusahaan membutuhkan seorang desainer grafis untuk menerapkan desain grafis dalam hal mempromosikan produk dan jasa agar peminat produk dan jasa sebuah perusahaan semakin meningkat. Untuk lebih mendalami pentingnya peran seorang desainer grafis penulis tertarik untuk melakukan penelitian Tugas Akhir dengan judul “Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi pokok rumusan masalah penelitian ini adalah “bagaimana proses penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung?”

1.3 Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung.

1.4 Manfaat Penulisan

Manfaat penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan menambah wawasan dan pengetahuan mengenai penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung.

2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana ilmu yang bermanfaat serta memberikan kontribusi dalam pengembangan teori pengelolaan desain grafis suatu perusahaan.

1.5 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan 4 teknik pengumpulan data, yaitu:

1. Teknik Observasi

Teknik ini dilakukan untuk memperoleh informasi tertentu yang diperoleh dengan baik dengan melakukan pengamatan langsung pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung.

2. Teknik Dokumentasi

Menurut Indarwati (2014:56) Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data dari hasil laporan dan keterangan-keterangan secara tertulis, tergambar, terekam ataupun tercetak seperti foto dan dokumen.

3. Teknik Wawancara

Menurut Indarwati (2014:57) Teknik wawancara merupakan teknik yang dilakukan untuk memperoleh informasi yang mendalam. Cara ini dilakukan untuk menunjang data yang diperoleh dengan tanya jawab langsung.

4. Teknik Studi Pustaka

Teknik pengumpulan data dengan tinjauan pustaka bahan-bahan tertulis serta referensi-referensi yang relevan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Penerapan

Menurut (Suciati, 2021) kata penerapan berasal dari kata dasar “terap” yang mana artinya menjalankan suatu kegiatan, kemudian menjadi suatu proses, cara menjalankan atau melakukan sesuatu, baik yang abstrak atau sesuatu yang kongkrit. Penerapan secara bahasa mempunyai arti cara atau hasil.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian penerapan adalah perbuatan menerapkan, sedangkan menurut beberapa ahli, penerapan adalah suatu perbuatan mempraktekkan suatu teori, metode, dan hal lain untuk mencapai tujuan tertentu dan untuk suatu kepentingan yang diinginkan oleh suatu kelompok atau golongan yang telah terencana dan tersusun sebelumnya.

Berdasarkan paparan pengertian penerapan diatas, maka pengertian penerapan dapat disimpulkan bahwa penerapan merupakan suatu tindakan untuk melaksanakan sesuatu yang sesuai dengan perencanaan dan dilakukan dengan sungguh-sungguh dengan harapan agar tercapainya suatu tujuan kegiatan tersebut.

2.1.1 Unsur – unsur Penerapan

Menurut Wahab (2008:45) dalam (Ishaq 2022) “penerapan merupakan sebuah kegiatan yang memiliki tiga unsur penting dan mutlak dalam menjalankannya”. Adapun unsur-unsur penerapan meliputi :

1. Adanya program yang dilaksanakan.
2. Adanya kelompok target, yaitu masyarakat yang menjadi sasaran dan diharapkan akan menerima manfaat dari program tersebut.

3. Adanya pelaksanaan, baik organisasi atau perorangan yang bertanggung jawab dalam pengelolaan, pelaksanaan maupun pengawasan dari proses penerapan tersebut.

2.2 Pengertian Desain 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 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 (Johan, 2013).

Desain grafis mempekerjakan berbagai elemen misalnya marka, simbol, uraian lisan yang divisualisasikan lewat tipografi & gambar baik menggunakan teknik fotografi ataupun ilustrasi. Elemen-elemen tadi diterapkan pada 2 fungsi, menjadi perangkat visual & perangkat komunikasi (Setiyaningsih, 2020).

2.2.1 Jenis Desain Grafis

Desain grafis memiliki beberapa jenis, antara lain (Abidian, 2022):

1. 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.

2. 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.

3. 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 vehicle wrap (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.

4. 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.

5. Desain Grafis Publikasi

Seorang *designer* publikasi adalah *designer* 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.

2.2.2 Unsur-unsur Desain Grafis

Menurut (Ammariah, 2021) 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 pula 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.

4. 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.

2.2.3 Fungsi Desain Grafis

Menurut (Mark, 2020) 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

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.

2.3 Pengertian Media Sosial

Pengertian media sosial atau dalam bahasa inggris “Social Media” menurut tata bahasa, terdiri dari kata “Social” yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan “Media” adalah sebuah wadah atau tempat sosial itu sendiri.

Menurut (Adi Putra, 2013) Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

2.3.1 Fungsi Media Sosial

Menurut (Nurainani, 2021) Media sosial adalah teknologi berbasis komputer yang membangun jaringan dan komunitas dunia virtual interaktif. Sebuah ruang untuk berbagai ide dan informasi dengan saling berinteraksi melalui internet merupakan sebagian dari fungsi media sosial. Dalam bisnis, platform media sosial adalah fitur teknologi yang dapat mendorong penjualan melalui iklan. Lebih daripada itu, komunikasi sistem daring terbukti cukup efektif untuk komunikasi dan lain hal.

Media sosial telah digunakan oleh hampir seluruh orang di dunia dari berbagai golongan usia. Platform ini selalu menjadi tempat bagi para pengguna untuk menampilkan berbagai macam jenis konten. Tentunya pengguna akan memanfaatkan berbagai jenis media sosial dengan berbagai fungsi, di antaranya:

1. Ruang Interaksi

Inilah kekuatan media sosial yang dalam waktu bersamaan dapat menghubungkan orang dari berbagai belahan bumi. Siapapun dan dari manapun dapat terhubung secara langsung untuk berbagi informasi.

Para pengguna bebas berbagi foto, video, blogging, permainan sosial, jaringan bisnis dan berbagai hal lainnya. Seluruh informasi tersebut dapat diakses secara langsung melalui pembangunan jaringan dan komunitas virtual.

2. Lebih mudah menjangkau pelanggan

Sebuah fakta menyebutkan, jika lebih dari seperlima waktu online seseorang dihabiskan di media sosial. Berdasarkan fakta ini, tentu perusahaan akan lebih mudah menemukan pangsa pasar dan pelanggan yang tepat sasaran. Termasuk melibatkan pelanggan secara langsung dalam promosi serta penawaran layanan dan produk. Perusahaan juga dapat mengukur tren konsumen melalui media monitoring Indonesia.

3. Media Hiburan

Selain untuk menjalin pertemanan dengan seluruh orang di dunia, media sosial juga berperan memberikan hiburan bagi pengguna internet. Seperti berbagi konten dengan tema yang menarik dan menghibur, baik berupa teks, video, foto dan masih banyak lagi. Seperti salah satu contoh hiburan yang paling populer yaitu Youtube. Melalui platform ini seseorang dapat menonton drama, musik serta jutaan konten menarik dan seru dalam satu jenis media sosial.

4. Membantu pemasaran

Media sosial memfasilitasi komunikasi antara pemilik usaha dan pelanggan yang memungkinkan adanya interaksi sosial. Ini semakin

memudahkan proses media sosial monitoring yang akan membantu upaya pemasaran dan riset pasar. Membantu perusahaan menciptakan strategi pemasaran yang lebih efektif dengan mengetahui produk yang dapat diterima. Menemukan target pasar yang sesuai sehingga membantu upaya perusahaan untuk membangun bisnis jangka panjang.

5. Menggali Kreativitas

Sebagai teknologi informasi yang berkembang pesat, memanfaatkan media sosial untuk mengekspresikan diri adalah pilihan yang bijak. Hanya, jika bentuk ekspresi diwujudkan dalam hal yang positif, seperti membuat blog atau sebuah artikel dan hal-hal lainnya.

Mengandalkan partisipasi aktif pengguna untuk turut mengambil bagian dalam aktivitas sosial di internet itu penting. Menggunakan layanan jejaring sosial untuk menampilkan berbagai konten seperti fotografi, tulisan, musik bahkan film buatan sendiri.

2.4 Pengertian Media Promosi

Menurut (Sora, 2020) media promosi adalah cara yang dilakukan oleh pembisnis dalam menyampaikan, menyebarkan, dan menawarkan produk atau jasa yang dijualnya supaya calon konsumen tertarik untuk membeli. Sedangkan promosi bisa diartikan sebagai suatu bentuk dari komunikasi pemasaran, yang berarti segala aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi yang dapat mempengaruhi ataupun membujuk konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan sehingga meningkatkan pemasaran dan membuat pembeli loyal terhadap produk yang dibelinya.

2.4.1 Tujuan Media Promosi

Dari pengertian media promosi di atas maka kita dapat mengambil kesimpulan tujuannya seperti:

1. Untuk memberikan informasi yang tepat mengenai produk atau jasa yang dijual kepada pasar potensial.

2. Meningkatkan penjualan sehingga laba perusahaan meningkat juga.
3. Mendapatkan konsumen baru dan membuatnya menjadi loyal terhadap produk atau jasa yang dijual.
4. Membangun citra yang baik mengenai produk dan nama perusahaan di mata konsumen.
5. Mengunggulkan produk sendiri sehingga bisa tetap bersaing di pasar dengan produk lain.
6. Untuk menjaga kestabilan penjualan.

2.4.2 Fungsi Media Promosi Untuk pemasaran Produk dan Jasa

Menurut (Nugroho, 2021) Media promosi memiliki beberapa fungsi dalam pemasaran produk dan jasa, diantaranya sebagai berikut:

1. *Informing* (memberikan informasi)

Promosi merupakan sarana untuk mengenalkan produk kepada para konsumen. Promosi membuat konsumen sadar akan produk-produk baru. Promosi menampilkan peran informasi bernilai lainnya, baik untuk merek yang diiklankan kepada konsumennya, dengan mengajarkan manfaat-manfaat baru dari merek yang telah ada.

2. *Persuading* (membujuk)

Media promosi atau iklan yang baik mampu membujuk pelanggan untuk mencoba produk dan jasa yang ditawarkan.

3. *Reminding* (mengingat)

Iklan menjaga agar merek perusahaan tetap segar dalam ingatan para konsumen. Saat kebutuhan muncul, yang berhubungan dengan produk dan jasa yang diiklankan. Dampak promosi pada masa lalu memungkinkan merek pengiklan hadir di benak konsumen.

4. *Adding value* (menambah nilai)

Ada tiga cara mendasar di mana perusahaan bisa memberi nilai tambah bagi penawaran konsumen, yakni inovasi, penyempurnaan kualitas, dan mengubah persepsi konsumen.

Promosi yang efektif menyebabkan merek dipandang lebih elegan, lebih bergaya, lebih bergengsi, dan bisa lebih unggul dari tawaran pesaing.

5. *Assisting* (mendampingi upaya-upaya lain dari perusahaan)

Periklanan merupakan satu di antara alat promosi. Promosi membantu perwakilan penjualan.

Iklan mengawasi proses penjualan produk-produk perusahaan dan memberikan pendahuluan yang bernilai bagi wirausaha sebelum melakukan kontak personal dengan para pelanggan.

2.4.3 Bentuk-bentuk Media Promosi

Menurut (Nugroho, 2021) Media promosi memiliki beberapa bentuk untuk mempromosikan produk dan jasa, seperti sebagai berikut:

1. Media internet

Media promosi terkini yang bisa digunakan adalah dengan menggunakan media internet. Di era digital seperti sekarang, promosi bisa terbilang sangat efektif dan efisien. Untuk melakukan promosi menggunakan media ini, kamu bisa menggunakan media sosial seperti website, WhatsApp, Facebook maupun Instagram yang tidak perlu membutuhkan biaya yang mahal.

2. Brosur

Brosur sering digunakan saat mengadakan suatu event tertentu, termasuk sebagai media promosi. Saat mengadakan suatu event tertentu, maka media promosi yang paling praktis untuk menarik masyarakat adalah menggunakan brosur.

Brosur dicetak dalam jumlah banyak dan dengan kualitas yang bagus. Selain itu, brosur bisa diterbitkan secara tidak berkala pada kesempatan tertentu jika dibutuhkan.

3. Poster

Poster merupakan satu di antara sarana yang digunakan untuk melakukan promosi yang paling umum digunakan dan banyak dijumpai di tempat-tempat umum yang strategis.

Poster sangat berpotensi menarik perhatian yang melihat, maka itu harus didesain semenarik mungkin. Dengan ukuran yang relatif besar, poster berpotensi menarik perhatian pembaca yang mengarah pada pesan merek.

4. *Banner*

Banner atau spanduk adalah media promosi untuk mengenalkan produk yang dicetak menggunakan print digital yang berbentuk portrait atau vertikal. Biasanya banner dicetak dalam ukuran besar dan di pasang pada tempat-tempat yang mudah dilihat orang. Maka itu, pasanglah banner di tempat yang mudah dan sering dilihat orang banyak.

III. HASIL KEGIATAN

3.1 Gambaran Umum Siger Innovation Hub

3.1.1 Sejarah Singkat Siger Innovation Hub

Siger Innovation Hub atau SigerHub adalah lembaga inkubator bisnis berbasis koperasi pertama di Indonesia yang membantu menginkubasi startup, koperasi, dan UMKM serta menjadi wadah pengembangan bisnis dengan konsep kolaborasi. Siger Hub didirikan pada tanggal 28 Oktober 2019 dengan adanya beberapa masalah yang ditemui oleh *Chief Executive officer (CEO)* Ikhwan Ferdian Widiarto, yaitu: 1) Penyangga utama perekonomian yang luntur (koperasi); 2) Kurangnya ruang *cooperative* dan *collaborative*; 3) Kurangnya inkubator dan akselerator di Lampung; 4) Sulitnya mendapatkan akses mentor dalam belajar bisnis; 5) Koperasi, UMKM, dan startup lokal yang sulit naik kelas.

SigerHub yang mengusung slogan "*Innovate-Collaborate-Grow*" ini akan memfasilitasi tenant dengan Talent Hub berupa *Talent Hunting*, *Talent Scouting*, *Talent Building*, dan *Business Matchmaking*. Kemudian menginkubasi tenant dengan *Basic Class* berupa materi kelas tahap awal oleh seluruh mentor, *door to door* mentor yaitu konsultasi langsung dengan mentor, materi kelas lanjutan sesuai kebutuhan (*Advance Class*), menyusun dan latihan *pitching* persiapan ke investor dan proses legalitas usaha, materi tambahan sesuai kebutuhan yang diberikan mentor tamu (*Talkshow*), dan tenant yang memenuhi persyaratan akan melakukan proses *pitching* ke investor (*Funding*). Usai jalani inkubasi, tenant akan dibawa ke tahap Funding dan Akses Pasar yang meliputi Pra *Pithcing*, *Demo Day*, *Investor Pitch*, Pameran Bisnis, dan *Ekspor*.

CEO SigerHub, Ikhwan Ferdian dan timnya akan menjembatani tenant dalam hal akses jaringan. Akses jaringan inkubator Sigerhub terdiri dari Akademisi, Bisnis,

Community, Government, dan Media. Dengan 16 poin kurikulum yang meliputi Mental Blok dan Leadership, MVP dan Product Development, Product Market Fit, Market Analys dan Strategy Market, Digital Marketing, Branding, Digital Branding, Financial Projection, Tim Manajemen, Manajemen Operasional, Manajemen Organisasi, Koperasi, Sustainable Development Class, Public Speaking, Pitching, dan Legalitas dan Perizinan.

3.1.2 Visi dan Misi Perusahaan

Setiap lembaga pasti memiliki Visi dan Misi, adapun Visi dan Misi dari Siger Innovation Hub sebagai berikut:

Visi :

1. Menumbuhkan dan mengembangkan satu juta pengusaha baru di Indonesia

Misi :

1. Menumbuhkan dan Mempertemukan Pengusaha Baru dengan Tim terbaik di bidangnya.
2. Memberikan Program Inkubasi Bisnis bagi Pengusaha Baru.
3. Memberikan Akses Pendanaan dan Akses Pasar Kepada Bisnis Binaan.

3.1.3 Logo Siger Innovation Hub

Berikut merupakan logo Siger Innovation Hub, dapat dilihat pada gambar 3.2.



Gambar 3.1 Logo Siger Innovation Hub (SigerHub)

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

Logo Siger Innovation Hub terbentuk dari beberapa elemen dasar yang digabung menjadi satu. Berikut adalah arti dari elemen-elemen dasar pada logo Siger Innovation Hub (SigerHub):

1. Elemen *Seed*

Melambangkan awal, ruangan di mana banyak hal bisa bangkit dan tumbuh.



Gambar 3.2 Elemen *Seed*

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

2. Elemen *Shoot*

Menggambarkan proses, proses dimana hal-hal kecil bisa berkembang menjadi sesuatu yang lebih besar.



Gambar 3.3 Elemen *Shoot*

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

3. Elemen *Tree*

Melambangkan kebesaran, kesuksesan, dan kedewasaan.

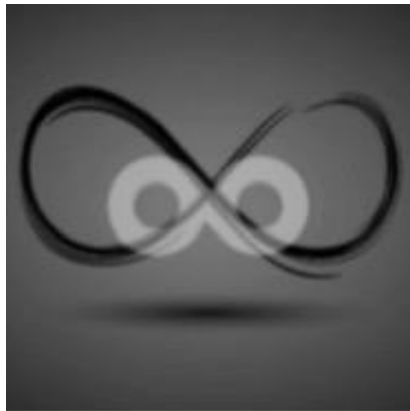


Gambar 3.4 Elemen *Tree*

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

4. Elemen *Infinity*

Menggambarkan kesinambungan, proses yang akan selalu terjadi secara iteratif dari benih, pucuk dan pohon.



Gambar 3.5 Elemen *Infinity*

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

5. Elemen *Siger*

Mewakili ciri khas Lampung, melambangkan budaya yang megah dan agung.



Gambar 3.6 Elemen Siger

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

3.2 Struktur Organisasi Siger Innovation Hub



Gambar 3.7 Struktur Organisasi Siger innovation Hub

Sumber: Siger Innovation Hub (SigerHub)

3.2.1 Job Description Struktur Organisasi

1. *Chief Executive Officer*

Chief Executive Officer bertanggung jawab untuk membuat keputusan besar demi keberlangsungan perusahaan. Selain itu peran *Chief Executive Officer* mencakup beberapa hal seperti, merancang dan mengkomunikasikan visi perusahaan, merekrut anggota tim, dan membangun hubungan dengan investor.

2. Chief Marketing Officer

Chief Marketing Officer bertanggung jawab dalam urusan marketing atau pemasaran. meliputi riset pasar dan strategi kehumasan untuk menjaga citra perusahaan di mata publik. Secara umum lingkup kerja *Chief Marketing Officer* meliputi, mengembangkan strategi pemasaran, melaksanakan riset pasar dan menjaga citra perusahaan.

3. Chief Operating Officer

Chief Operating Officer bertanggung jawab atas segala hal yang berkaitan dengan operasional perusahaan, seperti membuat bisnis model awal, menyusun pitch deck pertama, menjabarkan deskripsi pekerjaan seluruh karyawan, dan sebagai penghubung antara karyawan dan *Chief Executive Officer*.

4. Chief Partnership Officer

Chief Partnership Officer bertanggung jawab untuk membangun relasi yang kuat, baik itu dengan Mentor, Tenant dan perusahaan atau instansi luar. *Chief Partnership Officer* juga bertugas untuk menganalisis calon mitra yang akan bergabung dengan perusahaan.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan yaitu:

1. Desain grafis sangat berperan penting dalam mempromosikan sebuah produk atau jasa pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung. Desain grafis untuk media promosi pada Siger Innovation Hub memang sangat dibutuhkan untuk mengembangkan diri dalam membuat sebuah desain promosi produk/jasa yang bisa menarik minat masyarakat. Menurut penulis, penerapan desain grafis pada Siger Innovation Hub sudah sangat baik dan mampu menarik minat masyarakat dalam membaca serta mengikuti *event* yang dilaksanakan.
2. Penerapan desain grafis sebagai media promosi pada Siger Innovation Hub Bandar Lampung memiliki beberapa proses, antara lain: menentukan tema/konten, membuat *Storyboard/copywriting*, membuat desain grafis, hingga perilisian desain grafis ke media sosial.
3. Desain grafis bukan hanya sebagai media promosi namun memiliki beberapa fungsi bagi Siger Innovation Hub, antara lain sebagai berikut:
 - a. Mencerminkan citra perusahaan
 - b. Menciptakan *branding* di dunia bisnis
 - c. Mempercepat proses pekerjaan
 - d. Desain grafis sebagai andalan strategi marketing

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan diatas, penulis memberikan saran sebagai bahan pertimbangan, adapun saran yang diberikan penulis adalah sebagai berikut:

1. Bagi Akademis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya.

2. Bagi Perusahaan

- a. Desain grafis yang digunakan harus sesuai dengan perkembangan zaman dan tetap bisa menarik perhatian pengguna sosial media sebagai pembaca.
- b. Memberikan pelatihan desain grafis kepada karyawan magang agar skillnya dalam penerapan desain grafis lebih memuaskan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidian, Ali Zainal. 2022. "Pengertian Desain Grafis, Apa Itu Desain? Dan Apa Itu Grafis? Dilengkapi Pendapat Para Ahli." *argiaacademy.sch.id*.
- Adi Putra, Wibawa. 2013. "MEDIA SOSIAL & JEJARING SOSIAL (Social Media & Social Network)." *wordpress.com*.
- Ammariah, Hani. 2021. "Mempelajari Unsur Dan Prinsip Dasar Desain Grafis." *ruangguru.com*.
- Dion Eko Valentino, Yudiansyah. 2018. "TEMATIK - Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 5, No. 2 Desember 2018." *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi Vol. 5, No. 2 Desember 2018* 5(2): 68–77.
- Fajrin, Aisyah Rahmatul. 2021. "Cara Mudah Membuat Design Gratis Menggunakan Canva." <https://katadata.co.id/>.
- Indarwati, Siwi. 2014. "PENGELOLAAN ARSIP DINAMIS PADA KANTOR KECAMATAN GAMPING KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA."
- Ishaq, IA. 2022. "PENERAPAN LAYANAN ASPIRASI DAN PENGADUAN ONLINE RAKYAT (LAPOR) SEBAGAI LAYANAN PENGADUAN BAGI MASYARAKAT DI KABUPATEN BONE PROVINSI SULAWESI SELATAN." *eprints.ipdn.ac.id*.
- Johan Felisitas. 2008. "Desain Grafis Atau Komunikasi Visual." *ilmugrafis.com*.
- Mark. 2020. "Manfaat Desain Grafis Bagi Bisnis." [www.markbro.com](http://markbro.com/manfaat-desain-grafis-bagi-bisnis/).
<http://markbro.com/manfaat-desain-grafis-bagi-bisnis/>.
- Nugroho, Faozan Tri. 2021. "Macam-Macam Bentuk Media Promosi, Ketahui

Fungsinya.” *www.bola.com*.

Nurainani. 2021. “Memahami 6 Fungsi Media Sosial Yang Harus Diketahui.” *nolimit.id*.

Pratama, Ega. 2014. “Latar Belakang Desain Grafis.” *repository.atmaluhur.ac.id*

Setiyaningsih, Yunita. 2020. “Pengertian Desain Grafis | Para Ahli, Sejarah, Prinsip, Dst.” *dianisa.com*.

Sooca. 2015. “Peran Desainer Grafis Dalam Pembuatan Media Promosi Perusahaan.” *www.soocadesign.com*.

Sora. 2020. “Pengertian Media Promosi Serta Tujuan, Fungsi, Dan Contohnya Di Sekitar Kita.” *pengertianku.net*.

Suciati, Zayu. 2021. *Tinjauan Tentang Penerapan Strategi Pembelajaran Role Playing*.

Supriyadi, Supriyadi, and Nur Lutfiyana. 2020. “Perancangan Sistem Informasi Pendaftaran Siswa Baru Pada SMA Pusaka 1 Jakarta Berbasis Web.” *Jurnal Informatika dan Rekayasa Perangkat Lunak* 2(1).

Rujukan Elektronik

www.sigerhub.co.id diakses pada tanggal 12 Juni 2022