

## Implikasi Promosi Digital Terhadap Pengenalan Konveksi Sablon Di Cilandak Jakarta Selatan

Drs. Tupak Anggiat Maruli Tua<sup>1\*</sup>, Rama Andika Putra<sup>2</sup>, Ilham Wahyudi<sup>3</sup>, Citra Ashifa<sup>4</sup>,  
Muhammad Dhendra Syahnara<sup>5</sup>, Muhammad Septian<sup>6</sup>, Tri Alvianto<sup>7</sup>

Sekolah Tinggi Desain Interstudi

---

**Abstract:** Convection and screen printing businesses are currently competing to develop the best services and products to attract the attention of their potential customers, especially during a pandemic like this, digital promotional media is very important to reduce interaction with other people. Digital promotional media can be made interesting by using interactive concepts, this study aims to evaluate the role of digital promotional media in influencing interest and interest by using observational and practical research methods to see the results of interactive web design, research design is the process of collecting and analyzing data study. This means that this research includes planning and conducting research. measure its effectiveness through practice. find out whether promotional media has an effect as an informative source and as an attraction for convection and screen printing consumers. After being analyzed, interactive web designs attract more attention and interest from consumers

**Key Words:** Media Promotion, Graphic Web Design, Interaction Design

**Abstrak:** Usaha Konveksi dan Sablon saat ini berlomba-lomba untuk mengembangkan jasa dan produk terbaik untuk menarik perhatian para calon konsumennya, apa lagi pada saat pandemic seperti ini, media promosi digital sangatlah penting untuk mengurangi interaksi dengan orang lain. Media promosi digital dapat dibuat menjadi menarik dengan menggunakan konsep interaktif, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran media promosi digital dapat mempengaruhi minat dan ketertarikan dengan menggunakan metode penelitian observasi dan praktikal untuk melihat hasil dari desain web yang interaktif, Rancangan penelitian adalah proses pengumpulan dan analisis data penelitian. Ini berarti bahwa penelitian ini meliputi perencanaan dan melakukan penelitian. mengukur efektifitasnya melalui praktik. mencari tahu apakah media promosi berpengaruh sebagai sumber yang informatif dan sebagai daya tarik untuk konsumen konveksi dan sablon

**Key Words:** Media Promosi, Desain Grafis Web, Desain Interaktif

## PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini kemajuan teknologi dan informasi sudah sangat berkembang pesat, membuat setiap orang harus berusaha dalam mencapai kesejahteraan hidup (Rahmawaty, 2020). Mempengaruhi pertumbuhan dan persaingan dunia usaha, salah satunya adalah usaha konveksi sablon di Indonesia saat ini. Pertumbuhan dan persaingan tersebut menyebabkan para pelaku usaha Konveksi Sablon harus memiliki strategi yang dapat menarik minat khalayak, Usaha Konveksi dan Sablon saat ini berlomba-lomba untuk mengembangkan jasa dan produk terbaik untuk menarik perhatian para calon konsumennya, bagi sebagian masyarakat Indonesia yang konsumtif Konveksi dan Sablon memiliki peluang untuk memasarkan produk-produk jasa tersebut maka Konveksi dan Sablon membutuhkan sarana untuk memasarkan produknya agar tidak kalah dalam persaingan oleh Konveksi dan Sablon yang lain.

Kekuatan dari pemasaran adalah salah satu kunci dari keberhasilan, pemasaran sendiri harus mempunyai identitas brand yang kuat karena dari brand yang kuat akan mampu memberikan pengaruh pada produk yang ditawarkan, hal ini dikarenakan suatu kombinasi dari nama, logo atau desain yang menjadi ciri khas produk satu dengan produk lain, pada akhirnya merek atau brand bukanlah apa yang tercetak pada kemasan, atau yang diiklankan oleh pemasaran melainkan apa yang tertanam di dalam pikiran konsumen (Rahmawaty, 2021). Hal yang paling penting dalam pemasaran adalah bagaimana menarik minat konsumen, entah dari proses pembuatan, dari bahan yang dipakai. Tetapi pada saat pandemi saat ini media promosi secara online sangatlah penting, maka dari itu dibutuhkanlah sebuah wadah seperti website sebagai sarana media promosi digital. Berdasarkan latar belakang dapat dilihat bahwa suatu media promosi digital sangatlah penting dan berpengaruh, media promosi digital yang didesain dan dapat terkonsep dengan baik dengan strategi serta identitas visual yang dapat mencerminkan perusahaan dan dapat lebih diingat.

## METODE

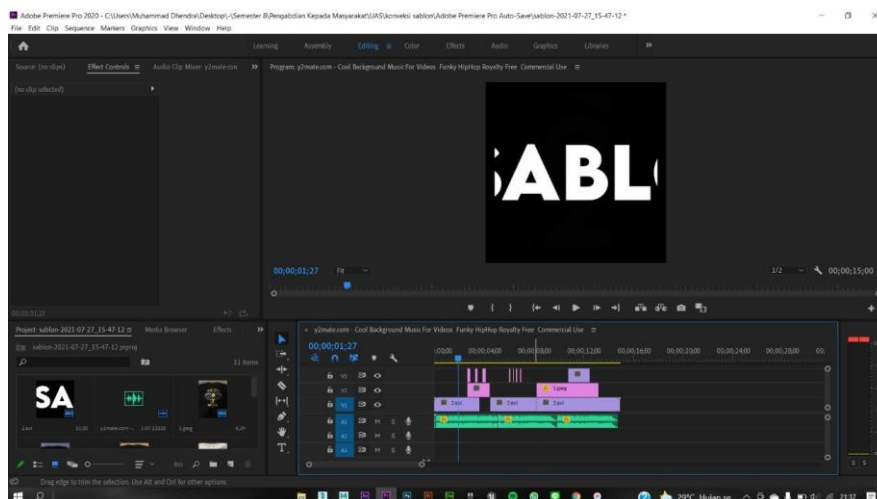
Penelitian didasarkan kajian atas pengaruh media promosi dalam memberikan edukasi dan pemahaman konsumen. Problema penelitian didekati berdasarkan identifikasi pengaruh media promosi dalam memberikan informasi lebih dalam pembuatan konveksi dan konten dalam menarik peminat konsumen dan sebagai edukasi terhadap konsumen untuk pembuatan sablon pada konveksi. *Practical base* secara kualitatif dengan menggunakan observasi dan praktik langsung dilapangan (Suharsimi, 2010). Fokus identifikasi adalah mengukur relasi antara pemahaman dan pengetahuan serta kesadaran pengguna atas pengaruh media promosi sebagai sumber informasi yang mengedukasi.

## HASIL



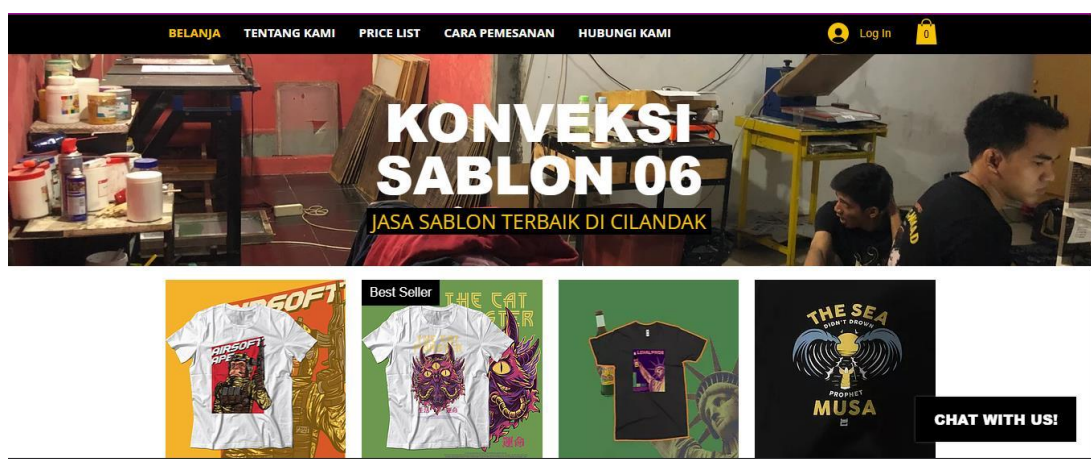
Gambar 1. (Proses Pengambilan Konten Menyablon)

Dari hasil observasi ke konveksi dan sablon cibadak, tidak adanya fasilitas penunjang untuk mempromosikan konveksi dan sablon berpengaruh terhadap masyarakat, masyarakat jadi tidak mengetahui bahwa ada sablon dan konveksi webwell di cilandak, maka dibuatlah praktikal pembuatan desain deigital website yang memuat konten edukasi tentang proses-proses dalam menyablon. Mulai dari tahap persiapan, pengolahan desain, pemilihan bahan hingga proses pengemasan.



Gambar 2. ( Proses Editing Konten )

Berdasarkan uji praktik pembuatan media promosi digital berpengaruh untuk dapat memasarkan produk kepada konsumen yang lebih luas, peningkatan promosi dapat terlihat pada traffic website, penjualan dan komentar atas produk, media promosi digital yang interactive membuat konsumen ingin mengetahui lebih jauh terutama untuk bahan serta proses pembuatan sablon, karna tidak semua hasil sablon itu baik, maka untuk lebih melihat detail hasil dari produk biasa nya konsumen akan mencaritahu kualitas bahan yang di pakai dan juga cara penyablonan nya.



Gambar 3. (Desain Web Interactive)

## PEMBAHASAN

1. Pengaruh desain grafis kepada media promosi sangatlah besar, berperan untuk mengedukasi serta memberikan nilai estetik tersendiri untuk masyarakat
2. Konsep dan praktik desain web yang interaktif direpon sangat baik pada masyarakat, mereka tertarik untuk mengeksplor konten yang berada dalam media promosi

## SIMPULAN

Media promosi digital mempunyai pengaruh yang besar dalam memfasilitasi Konveksi dan Sablon Cilandak untuk dapat memberikan informasi serta mendukung konsumen akan proses pengerjaan sablon sehingga menghasilkan kualitas produk yang bagus. Setelah dievaluasi, media promosi digital lebih mudah untuk menarik perhatian dan dimengerti oleh konsumen (informatif) dikarenakan konsumen lebih mengetahui detail mulai dari produk yang jual, harga, proses pembuatan, dan informasi detail lainnya mengenai perusahaan konveksi dan sablon Cibadak

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur saya haturkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas terselesaikannya penulisan artikel penelitian ini. Dalam Mengerjakan Artikel Penelitian saya mendapatkan dukungan, masukan, dan dorongan dari berbagai pihak.

## DAFTAR RUJUKAN

- Aaker, David. (2014), *Aaker on Branding : 20 Principles that Drive Success*, New York : Morgan James.
- Airey, D. (2010). *Logo Design Love: A Guide to Creating Iconic Brand Identities*. Berkeley, CA: New Riders.
- Alma, Buchari, 2013, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Bandung: Alfabeta
- David,A,Aaker. (1991). *Managing Brand Equity: Capitalizing on the Value of a Brand Name*. California: Free Press/Macmillan.
- Elley, D., & Brown, T. (2018). *An introduction to Design Thinking. Institute of Design at Stanford*.
- Kotler,P., Gertner, D. (2002). *Country as Brand, product and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective*. USA.
- M,Boomsma., M, Arnoldus. (2008). *Branding Development (desk research into the value of branding for development*. Amsterdam: KIT Publisher.
- Rahmawaty, D. (2020). Pendidikan Kecakapan Hidup Pembuatan Sendal Hotelwarga Binaan Lapas Kelas II Salemba Jakarta. *Jurnal Online Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*, 1(3), 469–474.
- Rahmawaty, D. (2021). The Influence of Product Packaging Design, Product Materials, Shop Service On Buying Decisions Al Insan Elementary Scholl Bekasi City. *NATURALISTIC: Jurnal Kajian Dan Penelitian Pendidikan Dan Pembelajaran*, 5(2b), 903–910.
- Sanyoto, E , Sadjiman. (2006). *Metode Perancangan Komunikasi Visual Periklanan*. Yogyakarta: Dimensi Press.
- Suharsimi, A. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik (Edisi Revisi)*. Rineka Cipta.