

APLIKASI CORELDRAW UNTUK PEMBUATAN KATALOG PRODUK DIGITAL DI INSTAGRAM SEBAGAI ALAT PENUNJANG PROMOSI DI ALYU CELL MOJOKERTO

Syafarudin Andi Rakhmanto¹

Rr. Tri Istining Wardani²

^{1,2}Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹syafalagi@gmail.com,

²Triistiningwardani@polinema.ac.id

Abstrak

Berdasarkan observasi diketahui bahwa kegiatan promosi dilakukan oleh Alyu Cell Mojokerto adalah *WOM (Word Of Mouth)* dan media sosial seperti *Instagram*. Terdapat kekurangan pada *Instagram* dimana informasinya belum lengkap dan kurang *update* dibandingkan dengan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Alyu Cell, sehingga dibutuhkan katalog produk *digital* di *Instagram* sebagai media promosi. Tujuan dari pembuatan katalog produk *digital* ini adalah sebagai bentuk inovasi promosi pada Alyu Cell Mojokerto.

Metode yang digunakan adalah metode *Action Research* dengan prosedur penelitian yang terdiri dari perencanaan, tindakan, observasi, kuesioner, *interview*, dan dokumentasi. Desain katalog produk *digital* yang sudah jadi kemudian dievaluasi dengan menyebarkan kuesioner kepada 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, 1 pemilik (calon pengguna) dan 5 orang calon konsumen. Pengukuran efektifitas pengembangan desain diukur dengan metode *EPIC (Empathy, Persuasion, Impact, Communication)*.

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden dapat disimpulkan bahwa katalog produk *digital* sudah dikatakan sangat efektif karena skor dari dimensi *Empathy* sebesar 4,5, dimensi *Persuasion* sebesar 4,25, dimensi *Impact* sebesar 4,3 dan dimensi *Communication* sebesar 4,6. Dengan rata-rata keseluruhan dari *EPIC Rate* adalah 4,41.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa katalog produk *digital* tersebut layak digunakan sebagai media promosi pada Alyu Cell Mojokerto. Diharapkan desain katalog produk *digital* ini dapat di implementasikan dan membantu Alyu Cell Mojokerto dalam mempromosikan produk-produknya.

Kata-kata kunci: Desain, *CorelDraw*, Promosi, *Digital* Katalog Produk

Abstract

Based on several observations, it was found out that the promotional activities in Alyu Cell Mojokerto used WOM (Word of Mouth) and social media such as Instagram. There was a deficiency in Instagram where the information was not complete and was not updated. Therefore, it needed digital product catalog as a promotional media. The purpose of this research is to apply a digital product catalog in Alyu Cell Mojokerto.

The method used was an action research method consisting of planning, action, observation, and reflection. Several methods were used to collect the data. These include observation, questionnaire distribution, interviews and documentation. The finished design of the digital product catalog was then evaluated by distributing a questionnaire to 2 computer experts, 2 marketing experts, 1 owner (prospective user) and 5 potential customers. The measurement of the design development effectiveness was measured by EPIC Method (Empathy, Persuasion, Impact, Communication).

From the result of the questionnaires, it showed that the digital product catalog was very effective because the score of empathy dimension was 4.5, the persuasion dimension was 4.25, the impact dimension was 4.3 and the communication dimension was 4.6. The overall average of EPIC Rate was 4.41.

The result of this research indicated that the digital product catalog is feasible to be used as a promotional media in Alyu Cell Mojokerto. It is expected that the digital product catalog can be implemented and help Alyu Cell Mojokerto in promoting its products.

Keywords: Design, *CorelDraw*, Promotion, *Digital* Product Catalog

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Di era digitalisasi saat ini, pergeseran menuju dunia *digital* telah mempengaruhi segala aspek kehidupan masyarakat luas khususnya di Indonesia. Teknologi komunikasi *digital* bersifat otomatis dan menggunakan sistem operasi komputer, serta output yang dihasilkan berbentuk *digital*. Teknologi komunikasi *digital* saat ini dapat digunakan sebagai salah satu alat penunjang promosi pada suatu perusahaan salah satunya yaitu melalui katalog *digital*. Dalam pembuatan katalog produk *digital* dapat menggunakan aplikasi *CorelDraw*. Katalog produk *digital* dapat di publikasikan di media sosial, salah satunya adalah *Instagram*. *Instagram* pada saat ini telah populer sebagai media promosi bagi perusahaan-perusahaan. Atas dasar penguraian latar belakang permasalahan maka penulis tertarik untuk mengambil judul skripsi yaitu “Aplikasi *CorelDraw* Untuk Pembuatan Katalog Produk *Digital* di *Instagram* Sebagai Alat Penunjang Promosi di Alyu Cell Mojokerto”.

1.2. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang digunakan untuk kegiatan penelitian ini adalah “Bagaimana Aplikasi *CorelDraw* Untuk Pembuatan Katalog Produk *Digital* di *Instagram* Sebagai Alat Penunjang Promosi di Alyu Cell Mojokerto”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami dan mengembangkan media promosi yang ada di Alyu Cell Mojokerto
2. Untuk mengaplikasikan katalog produk *digital* di sosial media Alyu Cell Mojokerto

2 Tinjauan Pustaka

2.1 Kajian Empiris

Kajian empiris dalam penelitian ini yaitu pertama, Ramadhan (2018) yang menyatakan bahwa pembuatan brosur sehingga beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi dan mampu bersaing secaraimbang.

2.2 Kajian Teori

2.2.1 Promosi

Promosi bukan saja berfungsi sebagai alat komunikasi antara perusahaan dan konsumen melainkan juga sebagai alat untuk

mempengaruhi konsumen dalam kegiatan pembelian sesuai keinginan dan kebutuhannya. (Rangkuti, 2009)

2.2.2 Katalog Digital

Menurut Wakidi dalam Kumalasari (2017) Katalog *digital* memiliki fungsi yang sama dengan katalog pada umumnya, hanya saja pada katalog digital penjelasan mengenai produk tidak dijabarkan pada gambar produknya tetapi dengan menambahkan rincian pada kolom *caption*.

2.2.3 Instagram

Menurut Bambang (2012:10), Instagram adalah sebuah aplikasi yang mempunyai fungsi hampir sama dengan *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan foto dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunaanya.

2.2.4 CorelDraw

Menurut Hendratman (2015: 9), “*CorelDraw* adalah software grafis serbaguna yang biasa dipakai untuk ilustrasi dan publikasi. *CorelDraw* sering digunakan untuk membuat berbagai macam desain seperti logo, kartu nama, kalender, poster, stiker dan lain-lain. (Perdana, 2013)

3 Metodologi

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian yang dilakukan termasuk dalam penelitian tindakan (*Action Research*). Menurut Coghlan dan Brannick (2010) dalam Yaumi dan Damopali (2014) Penelitian tindakan yaitu suatu proses demokratis dan partisipatif yang menyangkut pengembangan pengetahuan praktis dalam upaya mencari tujuan yang bermanfaat demi kemaslahatan kehidupan di dunia.

3.2 Unit Analisis

Unit analisis yang dimaksudkan dalam penelitian ini melibatkan 10 responden yang terdiri dari:

1. Pemilik/calon pengguna Alyu Cell Mojokerto 1 orang .
2. Ahli pemasaran sebanyak 2 orang, bertujuan untuk mengetahui kualitas promosi yang telah disajikan dalam katalog produk yang telah dibuat.

3. Ahli computer sebanyak 2 orang responden, untuk mengetahui kualitas dari desain katalog produk yang telah dibuat.
4. Calon konsumen dari Alyu Cell, responden yang dibutuhkan sebanyak 5 orang.

3.3 Jenis Data

Adapun jenis data yang digunakan bila dilihat dari sumbernya dapat dibedakan menjadi sumber primer dan sumber sekunder.

3.3.1 Sumber Primer

Menurut Muharto dan Ambarita (2016) Sumber primer adalah sumber data yang diperoleh langsung dilapangan penelitian melalui observasi, wawancara atau kuesioner.

3.3.2 Sumber Sekunder

Menurut Muharto dan Ambarita (2016) Sumber sekunder adalah subjek kedua dimana data penelitian diperoleh yang selanjutnya disebut sebagai data sekunder, biasanya diperoleh dari tangan kedua berupa artikel ilmiah, arsip, laporan, buku, majalah, catatan publik atau gambar-gambar.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini menggunakan empat metode pengumpulan data, yaitu observasi, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi.

3.5 Metode Analisa

Metode analisis data yang digunakan diolah dengan teknik pemberian skor skala likert. Sugiyono (2017:134) “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial. Dalam penelitian gejala sosial, peneliti telah menetapkan secara spesifik skalanya dan selanjutnya disebut variabel penelitian.” Jawaban setiap instrumen menggunakan skala likert mempunyai nilai positif dan negatif dan dianalisis dengan menghitung jawaban berdasarkan nilai setiap jawaban dari responden menggunakan metode analisis *EPIC Rate*.

4 Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

Alyu Cell merupakan sebuah *online* dan *offline* store yang didirikan oleh Nandiki Alyu Hanggara berlokasi di Ds. Dinoyo Kec. Jatirejo Kab. Mojokerto. Berawal dengan sekedar berjualan *handphone* jadul secara online melalui grup BBM dan Facebook dengan nama Alyu Cell. Pada bulan Januari tahun 2015 Alyu

Cell sempat *vacum* karena pemiliknya sedang melanjutkan pendidikannya. Bulan September 2016 Alyu Cell kembali lagi dengan menjual produk yang lebih banyak dengan supplier yang lebih banyak.

4.2 Pelaksanaan Action Research

Sebelum dilakukan penelitian dilakukan observasi awal yang dilakukan untuk mengetahui media iklan yang ada di Alyu Cell kemudian dapat diketahui bahwa media iklan yang digunakan *Instagram* namun hanya digunakan untuk membagikan foto saja.

4.2.1 Siklus I

4.2.1.1 Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini dilakukan perencanaan untuk pembuatan desain katalog produk *digital* sesuai dengan dimensi EPIC. Membuat 5 tema yang berbeda setiap tema terdiri atas 9 *post* dengan ukuran 1:1 agar sesuai dengan tampilan di *Instagram*.

4.2.1.2 Tindakan (*Action*)

Melakukan pembuatan desain katalog produk *digital* dengan menggunakan aplikasi *CorelDraw* dengan menghasilkan format foto *PNG*.

4.2.1.3 Observasi (*Observing*)

Observasi dilakukan dengan menyebarkan hasil kuesioner kepada 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, dan pemilik mengenai efektivitas desain katalog produk *digital* dengan indikator EPIC.

4.2.1.4 Refleksi (*Reflecting*)

Berdasarkan Analisa hasil observasi dapat disimpulkan bahwa desain katalog produk *digital* belum layak digunakan karena masih terdapat banyak kekurangan terlihat dari hasil kuisisioner masih ada yang mengisi tidak setuju dan masih banyak saran dari responden.

4.2.2 Siklus II

4.2.2.1 Perencanaan (*Planning*)

Pada tahap ini dilakukan perencanaan untuk melakukan perbaikan pada desain katalog produk *digital* antara lain dengan merubah warna background, mengganti font dan menambah *ornament*.

4.2.2.2 Tindakan (*Action*)

Melakukan perbaikan desain katalog produk *digital* dengan menggunakan aplikasi *CorelDraw* sesuai perencanaan yang dibuat.

4.2.1.3 Observasi (*Observing*)

Observasi dilakukan dengan menyebarkan hasil kuesioner kepada 2 ahli komputer, 2 ahli pemasaran, dan pemilik mengenai efektivitas desain katalog produk *digital* dengan indikator EPIC.

4.2.1.4 Refleksi (*Reflecting*)

Berdasarkan analisa hasil observasi dapat disimpulkan bahwa pada dimensi *Empathy* sudah termasuk dalam kategori sangat efektif, dimensi *Persuasion* termasuk kategori sangat efektif, dimensi *Impact* kategori sangat efektif, dan dimensi *Communication* kategori sangat efektif. Dari hasil tersebut, maka pada penelitian tindakan ini berhasil pada siklus 2.

5 Simpulan dan Saran

5.1 Simpulan

Alyu Cell merupakan sebuah online shop yang sudah ada sejak awal tahun 2015 yang dulunya hanya menjual handphone jadul secara online melalui BBM dan facebook dan hasilnya kurang berdampak baik pada penjualannya. Saat ini Alyu Cell Mojokerto menggunakan katalog produk digital untuk menunjang kegiatan promosinya melalui media sosial instagram. Didapat hasil berdasarkan skor rata-ran dimensi *Empathy* yang termasuk kategori sangat efektif, berdasarkan skor rata-ran dimensi *Persuasion* yang termasuk kategori sangat efektif, dan berdasarkan skor rata-ran dimensi *Impact* yang termasuk kategori sangat efektif, dan berdasarkan skor rata-ran dimensi *Communication* yang juga termasuk kategori sangat efektif.

5.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, maka saran yang dapat diberikan untuk Alyu Cell antara lain sebagai berikut:

1. Katalog produk *digital* tersebut sebaiknya diupload 1 minggu sekali oleh calon pengguna (pemilik) sebagai aktifitas update stock pada *Instagram*.
2. Sebaiknya pada setiap katalog produk *digital* yang diupload diberi *caption* (keterangan) yang lengkap dan terbaru disertai *hashtag* agar memudahkan calon konsumen untuk mengetahui informasi produk dan dalam mencari produk
3. Katalog produk *digital* juga dapat diupload pada media sosial lain yang sudah dimiliki

oleh Alyu Cell, seperti *facebook* dan *whatsapp*.

6. Daftar Rujukan

- Alfianika, Ninit. 2016. *Metode Penelitian pengajaran bahasa Indonesia*. Yogyakarta: DEEPUBLISH.
- Cannon, Joseph P., William D. Perreault, E. Jerome McCarthy. 2008. *Pemasaran Dasar pendekatan Manajerial Global*. Jakarta: Salemba Empat.
- Fakhrusysyakin, Rifqi. 2018. Desain Katalog Menggunakan Aplikasi *Corel Draw X7* Sebagai Pengembangan Promosi Pada PT Swadaya Graha Di Gresik. *Skripsi Jurusan Administrasi Niaga*. Malang: Politeknik Negeri Malang.
- Fansyuri, Dwin Bachtiar. 2018. Pembuatan Brosur Dan Brosur Elektronik Sebagai Pengembangan Media Promosi Dengan Menggunakan *Corel Draw* Pada Duta Abadi Trans Malang. *Skripsi Jurusan Administrasi Niaga*. Malang: Politeknik Negeri Malang.
- Ramadhan, Nizar M. (2018). Pembuatan Brosur Sebagai Media Promosi Dengan Menggunakan *CorelDraw* Pada NOD Doctrine Distro Malang. *Skripsi Jurusan Administrasi Niaga*. Malang: Politeknik Negeri Malang.
- Ham, Tita Gracella. 2014. Pengukuran Efektivitas Media Promosi Dengan Pendekatan Epic Model. *Jurnal Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta*.
- Madcoms. 2015. *Kupas Tuntas CorelDRAW*. Yogyakarta : ANDI.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung : ALFABETA.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Cetakan kedua puluh lima. Bandung: Alfabeta.
- Hendratman, Hendi. 2015. *The magic of CorelDraw*. Bandung: Informatika.