

PELATIHAN DESAIN GRAFIS UNTUK MEMBENTUK IDENTITAS

GRAPHIC DESIGN TRAINING TO FORM IDENTITY

¹Faruq Alhasbi, ²Alfian Eko Rochmawan, ³Intan Ayu Wulandari, ⁴Laila Hidayatul Amin

¹Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Institut Islam Mamba'ul 'Ulum
Surakarta

^{2,3,4}Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah, Fakultas Tarbiyah, Institut Islam Mamba'ul
'Ulum Surakarta

Korespondensi: Faruq Alhasbi. Alamat email: faruqalhasbi@dosen.iimsurakarta.ac.id

ABSTRAK

Universitas memainkan peran penting dalam membekali lulusan untuk beradaptasi dengan perkembangan yang mengubah masyarakat. Salah satu perubahan yang masif adalah penggunaan desain untuk membangun identitas, baik personal branding, promosi, maupun area bisnis lainnya. Oleh karena itu, mahasiswa membutuhkan bimbingan untuk membuat desain yang berguna di masa mendatang. Program ini diberikan kepada mahasiswa KM-PGMI IIM Surakarta untuk membekali soft skill di bidang desain. Pelatihan ini dilakukan dengan demonstrasi oleh instruktur dan praktik langsung dengan peserta pelatihan. Hasil penelitian menunjukkan 93,5% peserta mampu menuangkan ide kreatif dalam bentuk desain media sosial, promosi, dan poster acara sesuai dengan materi yang disampaikan dalam pelatihan.

Kata Kunci: Desain, Desain Grafis, Identitas, Branding.

ABSTRACT

University plays an important role in equipping graduates to adapt to developments that changes society. One of the massive changes is the use of design to build an identity, whether personal branding, promotion, and other business area. Therefore, students need guidance to make designs that are useful in the future. This program is given to students of KM-PGMI IIM Surakarta to provide soft skills in the field of design. This training is carried out with demonstrations by the instructor and hands-on practice with the trainees. The results showed that 93.5% of participants were able to express creative ideas in the form of designs for social media, promotions, and event posters according to the material presented in the training.

Keywords: Design, Graphic Design, Identity, Branding.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi memberikan perubahan signifikan dalam berbagai bidang kehidupan, terutama pada bidang industri kreatif, di mana masyarakat mulai tidak asing lagi dengan olah gambar digital dan desain grafis. Desain grafis pada dasarnya merupakan bentuk komunikasi melalui media visual berupa gambar yang bertujuan untuk menyampaikan pesan atau informasi dengan efektif. Tidak jarang, masyarakat menilai sebuah produk atau acara melalui komponen-komponen visual yang melekat pada sebuah produk baik berupa flyer, poster, maupun desain kemasan.

Umumnya, desain grafis diterapkan dalam dunia periklanan, pembuatan kemasan, perfilman, dan media kreatif lainnya. Namun saat ini aktivitas desain grafis juga bisa diterapkan dalam berbagai bidang yang lebih luas seperti pada pengelolaan media sosial, promosi kegiatan mahasiswa, maupun menjalankan lapak jualan online.

Dalam beberapa penelitian, desain sebuah produk dan desain visual yang menarik³ dapat memengaruhi konsumen dalam memilih, mengunjungi situs, hingga menentukan sikap terhadap produk. Bagi para produsen, desain harus dilekatkan pada sebuah produk dan untuk melakukannya diperlukan perhatian khusus⁴. Dengan kata lain, membuat desain tidak bisa dilakukan secara sembarangan karena memuat pesan-pesan persuasi yang akan menguntungkan sender atau penyelenggara. Oleh karena itu, diperlukan pelatihan khusus dan intensif untuk membuat desain yang bernilai positif demi keberlangsungan sebuah produk.

Sedangkan dari segi konsumen, desain merupakan totalitas berisikan keistimewaan yang memengaruhi tampilan dan fungsi produk. Desain tentang sebuah produk akan membantu khalayak sasaran dalam mencari informasi maupun pesan penting tentang produk. Dengan kata lain, desain membantu konsumen guna menentukan untuk memilih atau membeli produk atau tidak. Terlebih lagi, desain yang kuat dapat memunculkan awareness dan membentuk sebuah identitas di benak khalayak. Hal ini tentunya akan sangat menguntungkan bagi penyelenggara.

Masyarakat saat ini juga dimanjakan

dengan banyaknya media berbasis gambar yang menarik serta mudah diakses⁸. Oleh karena itu, membuat desain yang baik dapat membantu untuk meningkatkan daya beli masyarakat serta membuka peluang usaha yang lebih besar. Hal ini tentunya menjadi tantangan untuk generasi milenial yang kreatif, inovatif, dan menyukai hal baru.

Dunia pendidikan tinggi harus berperan aktif dalam kegiatan pengabdian masyarakat dengan memberikan keterampilan praktis melalui pelatihan, salah satunya melalui pelatihan desain. Peningkatan keterampilan ini perlu dilakukan, khususnya yang berkaitan langsung dengan tuntutan perkembangan zaman. Workshop maupun pelatihan desain grafis merupakan cara yang tepat untuk mempelajari dan memperdalam keilmuan desain secara khusus. Melalui pelatihan yang mendalam, para peserta dapat meningkatkan wawasan tentang desain untuk menunjang pengetahuan dan keterampilan terkait desain grafis. Oleh karena itu, meningkatkan pengetahuan dan kreativitas pelajar, khususnya dalam bentuk desain, diperlukan sebuah pelatihan yang relevan. Sehingga, setiap mahasiswa memiliki bekal dan keterampilan untuk terjun langsung di era kreatif dengan kemampuan desain yang baik.

Memberikan pelatihan kepada usia produktif sangat penting, sesuai data We Are Social (2022) yang menunjukkan bahwa mayoritas pengguna internet berada dalam usia produktif dengan persebaran usia 18-24 tahun (11,6%), 25-34 tahun (14,9%), dan 35-44 tahun (14,7%). Usia tersebut sesuai dengan usia seorang mahasiswa yang kelak di masa depan akan berperan langsung dalam menjalankan roda perekonomian dan bisnis. Selain itu, APJII (2022) juga menemukan bahwa kebutuhan internet digunakan untuk akses media sosial, komunikasi, dan belanja online di mana mayoritas berbasis gambar. Data tersebut menguatkan bahwa keterampilan dalam membuat desain berupa gambar perlu untuk dilakukan.

Beberapa penelitian terdahulu melakukan pengabdian masyarakat untuk usia produktif dengan memberikan pelatihan desain grafis kepada siswa, mahasiswa, karyawan, perangkat desa, maupun masyarakat umum. Pengabdian ini sejalan dengan beberapa pengabdian tersebut karena memberikan

pelatihan desain kepada usia produktif merupakan cara tepat untuk mempersiapkan sumber daya yang siap bersaing di masa mendatang.

2. TUJUAN DAN MANFAAT

Sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu, pengabdian masyarakat ini ditujukan kepada remaja dalam usia produktif yang mempunyai minat dan perhatian terhadap desain. Adapun target khusus dari program pelatihan desain ini adalah mahasiswa, khususnya anggota pengurus Keluarga Mahasiswa PGMI IIM Surakarta.

Program pengabdian ini ditujukan kepada mahasiswa IIM Surakarta, khususnya kepada pengurus Eksekutif Mahasiswa Jurusan Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah. Adapun materi yang disampaikan dalam pelatihan yaitu pentingnya penggunaan desain dalam branding kemudian dan membuat desain yang tepat yaitu menentukan pesan yang tepat, pemilihan warna yang tepat, penggunaan gambar yang menarik, pemilihan font dan pengaturan informasi, dan membuat desain yang unik dan menarik.

3. METODE PELAKSANAAN

Metode pengabdian masyarakat ini dilakukan dengan memberikan pelatihan bagaimana membuat desain yang tepat untuk bisnis melalui tiga tahapan. Pertama, penyuluhan tentang manfaat desain dan tips membuat desain yang sesuai untuk konten pribadi hingga bisnis. Di tahap ini pula, para peserta dikenalkan dengan aplikasi desain yaitu Canva dan Blend. Adapun tahap ini disampaikan dengan metode ceramah dan diskusi yang disampaikan pada 21 Juni 2022. Kedua yaitu demonstrasi dan praktik, di mana setiap peserta harus menginstal Canva atau Blend di perangkat yang digunakan (smartphone atau laptop). Kemudian, peserta diminta untuk membuat sebuah desain berupa poster kegiatan, konten promosi untuk media sosial, banner atau backdrop acara dengan menerapkan beberapa tips yang telah disampaikan dalam penyuluhan.

Ketiga adalah evaluasi pelatihan dengan beberapa kriteria berupa evaluasi proses, evaluasi hasil, dan pengisian kuesioner. Evaluasi proses dilakukan dengan melihat keaktifan peserta untuk bertanya maupun diskusi. Sedangkan evaluasi hasil dilakukan

dengan meminta peserta untuk membuat satu desain dengan menerapkan materi yang sudah disampaikan baik secara kelompok atau individu. Di akhir pelatihan, peserta juga diminta untuk mengisi kuesioner sebagai evaluasi tahap akhir dan menjadi indikator keberhasilan pelatihan.

4. HASIL DAN DISKUSI

Pelatihan desain dilaksanakan pada hari Selasa tanggal 21 Juni 2022 di Ruang Aula Institut Islam Mamba'ul 'Ulum Surakarta yang diikuti oleh Keluarga Mahasiswa Himpunan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah (KM-HMPS PGMI) dan mahasiswa-mahasiswi dari program lain.

Terdapat 28 peserta yang menghadiri pelatihan secara langsung secara tatap muka dan terdapat 48 peserta yang mengikuti pelatihan secara daring melalui kanal YouTube Institut Mamba'ul 'Ulum Surakarta. Adapun peserta pelatihan yang hadir langsung berperan sebagai peserta aktif yang memiliki kesempatan untuk berdiskusi secara langsung serta berkesempatan menjadi responden dalam pelatihan.

Pemateri memberikan pemaparan tentang bagaimana membuat desain yang tepat untuk keperluan bisnis. Di bagian ini, peserta diberikan penjelasan dan pemahaman tentang pentingnya branding bagi sebuah produk, jasa, maupun untuk kepentingan personal branding. Pemaparan juga memberikan beberapa contoh strategi suatu merek maupun event yang berhasil melakukan branding sehingga dikenal oleh masyarakat luas.

Branding merupakan aktivitas penambahan nilai yang dapat dibentuk melalui tiga pendekatan yaitu konsep fungsional merek dengan menekankan utilitas produk, brand experience dengan memberikan ruang interaksi dengan merek, dan membuat brand image tertentu. Dalam hal ini, branding melalui desain bisa diterapkan sebagai upaya untuk memunculkan imaji positif dari khalayak. Selain itu, desain mempermudah khalayak dalam mengidentifikasi dan berfungsi sebagai diferensiator antar komoditas di pasar.

Banyaknya pesan visual yang muncul di kehidupan sehari-hari membuat sebuah desain menjadi penting untuk diperhatikan. Salah satunya adalah menciptakan pesan persuasi

Volume 1; No. 2; Desember 2022

yang kuat dengan menegaskan pesan ini. Dalam hal ini, membuat desain yang simpel dan pesan yang singkat dan padat menjadi sebuah keharusan. Membuat pesan yang simpel juga menjadi perhatian khusus, agar nantinya pesan persuasi tidak membingungkan dan mudah dipahami audiens. Melalui perancangan pesan visual yang tepat, kemungkinan pesan visual sampai di target audiens semakin besar.

Penggunaan warna sebagai identitas desain juga menjadi nilai penting dalam membuat sebuah desain. Dalam desain iklan, warna ibarat sebuah raja yang menggerakkan pemirsa, mencuri perhatian audiens, dan memunculkan ingatan terhadap produk. Warna adalah elemen desain yang perlu diatur karena memerlukan konsep yang jelas dan kesesuaian dengan khalayak target. Warna berperan dalam memunculkan gambaran terkait apa yang dipromosikan dalam desain, sehingga menggunakan warna yang konsisten dalam setiap desain dapat meningkatkan attensi audiens. Secara lebih lanjut, Rider (2016) menjelaskan bahwa audiens akan mengingat warna terlebih dahulu, kemudian grafis, angka, kemudian kata-kata yang ada di dalam desain. Oleh karena itu, elemen-elemen tersebut harus diperhatikan dalam membuat sebuah desain visual, khususnya dalam membentuk identitas.

Kemudian, gambar dan bentuk font yang menarik juga mendapatkan perhatian khusus. Hal ini berkaitan dengan poin penting dari sebuah ilustrasi yang berguna untuk menarik khalayak audiens. Objek foto atau gambar yang baik dapat membuat sebuah produk menjadi lebih jelas dan menarik. Selain itu, Andelina (2019) juga menegaskan bahwa penggunaan tipografi atau jenis font yang tepat juga penting untuk membuat sebuah desain visual, khususnya dalam sebuah kemasan.

Dari berbagai cara membuat desain, konsistensi dalam penggunaan warna, bentuk font, ilustrasi berperan penting dalam melakukan branding. Penggunaan warna yang sama secara terus menerus dapat menumbuhkan identitas tertentu dari apa yang disampaikan dalam sebuah karya desain. Dengan kata lain, branding memerlukan dukungan berupa konsistensi dalam setiap aktivitas guna menciptakan persepsi yang kuat di benak khalayak.

Pelatihan membuat desain untuk bisnis
Journal of Community Service

selain memaparkan materi, instruktur juga mengajak peserta pelatihan untuk praktik membuat sebuah karya desain guna mengimplementasikan materi yang sudah dipaparkan. Awalnya, peserta diminta untuk membuka aplikasi olah grafis yang bisa dilakukan secara individu maupun kelompok. Setelah itu, instruktur mendampingi peserta dalam membuat karya-karya desain.

Adapun aplikasi olah gambar yang digunakan yaitu Canva dan Blend. Canva menjadi aplikasi yang cukup familiar bagi peserta pelatihan, sehingga mayoritas membuat desain menggunakan Canva baik menggunakan laptop atau smartphone. Sedangkan untuk para peserta yang masih awam dengan Canva, instruktur mengarahkan untuk menggunakan aplikasi olah gambar instan yaitu Blend yang bisa diunduh di PlayStore. Dengan begitu, setiap peserta pelatihan bisa tetap berpartisipasi dalam praktik membuat desain.

Para peserta terlihat sangat antusias dengan pelatihan yang terlihat dengan keaktifan peserta dalam bertanya dan meminta masukan terhadap pekerjaan mereka. Selama pelatihan para peserta membuat desain yang cukup variatif meliputi desain banner acara, poster event, postingan Instagram, promosi atau iklan jualan online, dan sertifikat.



Gambar 1. Pemaparan Materi

Praktik membuat desain berjalan dengan lancar dengan lebih dari setengah peserta berhasil menyelesaikan desain dengan cukup baik. Setelah itu, hasil desain beberapa peserta dikumpulkan kepada panitia pelaksana untuk diulas sebagai bentuk review hasil pekerjaan.

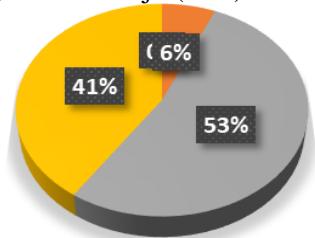


Gambar 2. Situasi Pelatihan Desain

Praktik membuat desain berjalan dengan lancar dengan lebih dari setengah peserta berhasil menyelesaikan desain dengan cukup baik. Setelah itu, hasil desain beberapa peserta dikumpulkan kepada panitia pelaksana untuk diulang sebagai bentuk review hasil pekerjaan.

Setelah selesai melaksanakan pengabdian, panitia pelaksana memberikan angket kepada para peserta pelatihan untuk menilai persepsi mereka terhadap kegiatan pelatihan. Angket ini berfungsi untuk mengukur ketepatan dan evaluasi untuk kegiatan pengabdian masyarakat melalui kegiatan pelatihan desain grafis.

Adapun hasil penilaian angket bisa dilihat pada Gambar 3 yang memperlihatkan bahwa peserta pelatihan mempunyai kecenderungan setuju dan sangat setuju terhadap kegiatan pengabdian masyarakat dalam bentuk pelatihan desain untuk keperluan bisnis. Prosentase persepsi peserta menunjukkan bahwa 40,58% peserta pelatihan sangat setuju (SS), 52,94% menyatakan setuju (S), 6,48% responden yang menyatakan tidak setuju (TS), dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju (STS).



Gambar 3. Grafik Persepsi Peserta

Hasil analisis data juga menunjukkan bahwa terdapat 93,52% responden mempunyai kecenderungan setuju sedangkan sisanya, sebesar 6,48%, mempunyai kecenderungan tidak setuju. Artinya, mayoritas peserta pelatihan dapat merasakan manfaat dari kegiatan pelatihan yang berguna untuk

meningkatkan kemampuan membuat desain khususnya untuk keperluan bisnis.

Paparan data tersebut juga menunjukkan bahwa mahasiswa sebagai peserta pelatihan memberikan persepsi positif terhadap aktivitas pelatihan desain untuk keperluan bisnis. Artinya, pelatihan desain ini bermanfaat bagi para peserta, khususnya mahasiswa, yang bisa menjadi bekal dalam aktivitas dan pekerjaan para mahasiswa.

Hal ini didukung dengan hasil data yang menjelaskan bahwa materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan dan tujuan para peserta untuk mengikuti pelatihan. Dengan begitu terdapat kesesuaian antara harapan peserta mengikuti pelatihan dengan tujuan diselenggarakannya pelatihan yang membuat pelatihan desain menjadi bermanfaat.

Tabel 1. Persepsi Peserta terhadap Pelatihan

No	Item	STS	TS	S	SS
1.	Materi pelatihan sesuai dengan kebutuhan saya	0	2	15	11
2.	Materi pelatihan sesuai dengan tujuan mengikuti pelatihan	0	1	14	13
3.	Materi disampaikan dengan cara yang menarik	0	0	15	13
4.	Materi bermanfaat & menambahketerampilan dalam membuat desain	0	0	13	15
5.	Pelatihan ini menggunakan metode yang sesuai dengan topik pembahasan	0	2	13	13
6.	Pemateri dapat berinteraksi dengan baik kepada peserta	0	2	17	9
7.	Instruktur memberi kesempatan peserta untuk bertanya	0	0	16	12
8.	Instruktur menyampaikan materi dengan jelas & mudah dipahami	0	4	15	9
9.	Instruktur menguasai materi dengan baik	0	0	14	14
10.	Instruktur mampu mendorong peserta untuk aktif dalam pelatihan	0	1	16	11
11.	Instruktur menggunakan bahasa yang mudah dimengerti	0	1	19	8
Rerata Respon					
0,00 1,86 15,18 11,64					
Prosentase (%)					
0,00 6,48 52,94 40,58					

Volume 1; No. 2; Desember 2022

Selain itu, materi pelatihan juga disampaikan dengan cara menarik dan menggunakan pembahasan topik yang sesuai sehingga mampu memberikan keterampilan tambahan dalam membuat desain yang menarik. Dengan begitu, peserta pelatihan mendapatkan gambaran berupa strategi dan contoh-contoh strategi membuat desain yang sesuai untuk diterapkan. Selain itu, penugasan secara langsung juga membuat para peserta lebih mudah dalam praktik membuat desain yang sesuai untuk kebutuhan mereka seperti desain iklan, desain poster acara, promosi media sosial, dan sebagainya.

Pelatihan ini juga didukung dengan instruktur yang interaktif, penggunaan istilah yang mudah, pemaparan materi yang jelas dan mudah dipahami, serta memberikan kesempatan peserta untuk bertanya. Dengan demikian, dalam pelatihan tercipta interaksi berupa diskusi antara instruktur dengan para peserta pelatihan. Tidak sedikit para peserta pada akhirnya melakukan konsultasi langsung dengan instruktur terkait desain yang pernah dibuat atau sedang mereka buat sebagai media praktik peserta pelatihan.



Gambar 4. Karya desain peserta pelatihan

Berdasarkan observasi melalui tugas pelatihan, hasil pelatihan mulai terlihat dalam beberapa karya desain. Adanya kesesuaian dari materi yang dipaparkan meliputi rancangan pesan dan desain yang simpel, penggunaan warna untuk memunculkan imajinasi tertentu pada audiens, penggunaan gambar dan tipografi yang sesuai, hingga menambahkan logo-logo penting untuk menunjang pesan desain.

Ini bisa dilihat dari materi-materi penting yang dipaparkan dalam pelatihan sudah terlihat dalam bentuk karya desain. Adapun mayoritas desain sudah mulai menggunakan pesan yang sederhana dan mudah dipahami dengan tujuan untuk mengurangi adanya kesalahan pemahaman. Beberapa desain juga memperlihatkan penggunaan warna yang unik dan berbeda. Beberapa diantaranya mampu memberikan alasan dan tujuan menggunakan warna-warna tertentu seperti jingga untuk memunculkan kesan menyenangkan (*fun*) dan biru untuk memunculkan kesan serius namun tetap menyenangkan dalam desain yang dibuat.



Gambar 5. Karya desain peserta pelatihan

Selain itu, mayoritas desain juga mulai menggunakan gambar dan tipografi yang unik. Hampir keseluruhan peserta pelatihan menggunakan gambar dengan resolusi tinggi sehingga hasil desain terlihat baik dan tidak terpisah. Beberapa peserta juga mencoba melakukan editing sebelum memunculkan gambar ke dalam desain.

Pemilihan jenis font juga menjadi perhatian khusus para peserta pelatihan dalam membuat desain. Pada akhirnya, mayoritas menggunakan font unik (anti-mainstream) namun masih bisa terbaca dengan jelas. Selain itu, hasil karya juga mulai memunculkan logo-logo tertentu untuk meningkatkan kepercayaan audiens terhadap konten informasi seperti logo halal, gratis ongkir, logo instansi yang terlihat jelas, maupun ikon-ikon pendukung.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengabdian dapat disimpulkan bahwa pelatihan desain mampu

Volume 1; No. 2; Desember 2022

memberikan tambahan ilmu dan menambah soft skill bagi para peserta, yang mayoritas terdiri dari mahasiswa milenial yang masih dalam usia produktif.

Pelatihan ini mampu mendukung aktivitas mahasiswa karena para peserta pelatihan menyadari bahwa desain merupakan keterampilan yang cukup penting untuk menunjang berbagai aktivitas, baik untuk pribadi (seperti pengelolaan media sosial atau layout presentasi tugas) maupun untuk kelompok (pengelolaan media sosial ofisial, promosi kegiatan mahasiswa, promosi lapak online). Terlebih lagi, mayoritas peserta belum mempunyai skill untuk merancang pesan visual yang tepat. Sehingga pelatihan semacam ini cukup penting dan bermanfaat guna menciptakan dan merancang desain guna memenuhi kebutuhan sehari-hari.

6. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung penelitian ini baik secara finansial maupun ilmunya.

7. DAFTAR PUSTAKA

Alhasbi, F., & Kertamukti, R. (2018). Creative Branding Strategy: Developing Brand Identity Strategy of Tribun Jogja. International Conference of Media and Communication Studies. Andelina, I. R. (2019). Analisis Elemen Visual Pada Desain Kemasan Chitato Rasa Sapi Panggang. Titik Imaji, 2(1), 33–43. <https://doi.org/10.30813/v2i1.1526>

APJII, A. P. J. I. I. (2022). Profil Internet Indonesia 2022 (Issue June).

Aras, L., Yusuf, A. M., Asgar, W. A., Ibrahim, I. A., & Hidayat, M. (2021). Pelatihan Desain Grafis Guna Meningkatkan Kreativitas dan Minat Siswa di UPT SMKN 2 BONE Kec. Tanete Riattang Timur Kab. Bone HASIL & PEMBAHASAN. Jurnal Lepa-Lepa Open, 1(3), 496–499.

Halim, B., & Viatra, A. W. (2019). Pelatihan Peningkatan Keahlian Program Preancangan Desain Grafis di Clay Photo dan Cinema Palembang. BATOBOKH, 4(2).

Handayani, J., Derriawan, D., & Hendratni, T. W. (2020). Pengaruh Desain Produk

Journal of Community Service

Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya pada Kepuasan Konsumen Shopping Goods. Journal of Business and Banking, 10(1), 91–103. <https://doi.org/10.14414/jbb.v10i1.2261>

Hermanto, B., Lumbanraja, F. R., & Febriansyah, F. E. (2020). Pelatihan Desain Grafis untuk Peningkatan Keterampilan SDM Bagi Perangkat Desa Tambah Dadi Purbolinggo Lampung Timur. TABIKPUN: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 1(1), 79–86.

<https://doi.org/10.23960/jpkmt.v1i1.6>

Hijrah, L., Arransyah, M. F., Putri, K., Arija, N., & Putri, R. K. (2021). Pelatihan Penggunaan Canva Bagi Siswa di Samarinda. Jurnal Pelayanan Kepada Masyarakat, 3(1), 98–106.

Kertamukti, R. (2015). Strategi Kreatif dalam Periklanan: Konsep Pesan, Media, Branding, Anggaran (1st ed.). Raja Grafindo Persada.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). Manajemen Pemasaran (13th ed.). Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). A Framework for Marketing Management (6th, Globa ed.). Pearson Education Limited.

Lisnawita, FC, L. L. Van, & Musfawati. (2020). Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan Kreatifitas Siswa. DINAMISIA Jurnal Pengabdian Masyarakat, 4(2), 231–235. <https://doi.org/10.31849/dinamisia.v4i2.3406>

Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan.

Humaniora, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>

Murdjati, Ferawaty, & Hita. (2020). Pelatihan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreatifitas Siswa pada SMA Husni Thamrin. Jurnal Pendidikan Dan Pengabdian Masyarakat, 3(2). Paramita, C., Amalia, & Trapsilo, G. (2022). Pelatihan Video Editing Dalam Upaya Peningkatan Keterampilan Digital Di Era

Volume 1; No. 2; Desember 2022

Industri 4.0 bagi Santri Panti Asuhan Kafalatul Yatama.

Abdimasku: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 5(2), 229–234.
<https://doi.org/10.33633/ja.v5i2.602>

Pettersson, R. (2012). Introduction to Message Design. *Journal of Visual Literacy*, 31(2), 93– 104.
<https://doi.org/10.1080/23796529.2012.11674702>

Purnomo, E., Hafid, A., Mafacir, A. D. A., Abdullah, Ulum, M. M., Wafii, A., Mutawakil, A. H., & Zuhri, R. A. (2021). PKM Pelatihan Desain Grafis berbasis Vektor bagi Mahasiswa

Universitas Nurul Jadid Probolinggo. GUYUB Journal of Community Engagement, 2(3), 509– 528.
<https://doi.org/10.33650/guyub.v2i3.2552>

Rider, R. (2016). Color Psychology and Graphic Design Applications.
<https://medium.com/@arifwicaksanaa/pen-gertian-use-case-a7e576e1b6bf>

Safitri, L. A., Maduwinarti, A., & Mulyati, A. (2021). Pengaruh Komunikasi Visual dan E- Service Quality Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Aplikasi Belanja Online Sociolla. Universitas 17 Agustus Surabaya.

We Are Social. (2022). Digital 2022 Indonesia.