



Penerapan Desain Grafis Dalam Memasarkan Aplikasi Bangbeli Guna Meningkatkan Pendapatan Mitra Bisnis Pelaku UMKM di PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)

Abdillah Hanif Isna S¹, Maharani Ikaningtyas²

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Surabaya

Korespondensi penulis :

Email : 20042010253@gmail.com¹, maharani.i.adbis@upnjatim.ac.id²

Abstract: Along with the times and increasingly advanced technology, people are increasingly aware of the importance of information needs. The digital and internet worlds are also having an impact on the marketing world, with companies and organizations increasingly realizing the importance of an integrated marketing strategy. Digital marketing can make it easier for business people to monitor and provide for all the needs and wants of potential customers. There are various ways to market products through social media, one of which is graphic design. Graphic design itself is used to convey messages that are right on target with the concept of communication and creativity using various media and techniques. The purpose of this project is to apply graphic design in marketing the Bangbeli application which is expected to help restore the community's economy, especially MSME players as business partners to earn additional income. In this project the author uses a results dissemination scheme by sharing the knowledge and experience gained with the community so that it can be utilized more widely by the community. World Health Organization., (2018), according to him the dissemination of results is a process of communicating information related to research or findings to relevant stakeholders to inform policies, practices, and decision making. The results of this project are expected to encourage new breakthroughs for the community in the form of applications that can provide additional income from home.

Keywords: Graphic Design, Marketing, Bangbeli Applications, Increasing Income, UMKM

Abstrak Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, masyarakat semakin sadar akan pentingnya kebutuhan informasi. Dunia digital dan internet juga berdampak pada dunia pemasaran, dengan perusahaan dan organisasi semakin menyadari pentingnya strategi pemasaran yang terintegrasi. Digital marketing dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon pelanggan. Ada berbagai cara untuk memasarkan produk melalui media sosial, salah satunya adalah desain grafis. Desain grafis sendiri digunakan untuk menyampaikan pesan yang tepat sasaran dengan konsep komunikasi dan kreativitas menggunakan berbagai media dan teknik. Tujuan dari proyek ini untuk mengaplikasikan desain grafis dalam memasarkan aplikasi Bangbeli yang diharapkan dapat membantu memulihkan perekonomian masyarakat khususnya pelaku UMKM sebagai mitra usaha untuk mendapatkan penghasilan tambahan. Pada project ini penulis menggunakan skema diseminasi hasil dengan membagikan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh kepada masyarakat agar dapat dimanfaatkan secara lebih luas oleh masyarakat. World Health Organization., (2018), menurutnya diseminasi hasil merupakan proses mengkomunikasikan informasi yang berkaitan dengan penelitian atau temuan kepada pemangku kepentingan yang relevan untuk menginformasikan kebijakan, praktik, dan pengambilan keputusan. Hasil proyek ini diharapkan dapat mendorong terobosan baru bagi masyarakat berupa aplikasi yang dapat memberikan tambahan penghasilan dari rumah.

Kata Kunci : Desain Grafis, Pemasaran, Aplikasi Bangbeli, Meningkatkan Pendapatan, UMKM

PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi yang semakin maju, masyarakat semakin sadar akan pentingnya kebutuhan informasi. Dunia digital dan Internet juga berdampak pada dunia pemasaran, dengan banyak perusahaan dan organisasi semakin menyadari pentingnya strategi marketing yang terintegrasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa tren pemasaran di seluruh dunia bergerak dari tradisional (offline) ke digital (online). Perubahan gaya hidup masyarakat berdampak

Received: 30 Mei 2023, Revised: 20 Juni 2023, Accepted: 01 Juli 2023

* Abdillah Hanif Isna S, 20042010253@gmail.com

besar pada pemasar yang perlu cepat beradaptasi dengan tren baru dan perhatian pemasarannya secara online. Semua elemen kehidupan berubah karena perkembangan internet yang cepat, terutama disiplin pemasaran yang dikenal sebagai "*digital marketing*", yang dimana saat ini memimpin revolusi informasi di era digital. Kompleksitas kehidupan manusia dan dinamika persaingan di berbagai sektor bisnis menjadi penyebab perkembangan ini. Karena calon pembeli dapat mengakses berbagai informasi produk dan melakukan transaksi melalui internet dan media sosial, digital marketing memiliki cakupan yang lebih luas. Di era yang sepenuhnya digital, kehadiran media sosial sangat penting untuk bisnis. Dengan menggunakan media sosial untuk mempromosikan dan memasarkan produk dan layanan perusahaan, sehingga perusahaan dapat dengan mudah dikenal oleh masyarakat luas.

Philip T. Cateora (2019) menyebutkan bahwa pemasaran adalah proses menciptakan, menyampaikan, dan menukar penawaran yang bernilai kepada konsumen serta membangun hubungan yang kuat dengan mereka untuk mendapatkan manfaat jangka panjang. Di era yang serba digital, keberadaan media sosial sangat penting bagi perusahaan karena dapat digunakan untuk memasarkan dan memperkenalkan barang dan jasa dari suatu perusahaan agar mudah dikenal oleh masyarakat luas. Pemasaran ini biasanya terdiri dari pemasaran interaktif dan terintegrasi untuk memfasilitasi interaksi antara produsen, perantara pasar, dan pelanggan potensial. Di sisi lain, pemasaran secara digital dapat memudahkan para pelaku bisnis untuk memantau dan menyediakan segala kebutuhan dan keinginan calon pelanggan. Ada berbagai cara untuk memasarkan produk melalui media sosial, salah satunya adalah desain grafis.

Desain Grafis sendiri merupakan *the business of making or choosing marks and arranging them on a surface to convey an idea* (Hollis, 1986). Sehingga dapat dikatakan bahwa desain grafis merupakan media penyampaian informasi melalui bahasa komunikasi visual dalam bentuk dua dimensi atau tiga dimensi yang menggunakan prinsip estetika. Menurut Tiawan et al., (2020) Desain grafis merupakan salah satu ilmu yang mempelajari tentang bagaimana membuat, mendesain dan merancang gambar agar lebih menarik. Menurut Paula Scher (2021), juga menyatakan desain grafis adalah seni memadukan teks, gambar, dan elemen-elemen visual lainnya untuk menciptakan komunikasi yang efektif dan menarik secara visual. Desain grafis memiliki peran penting dalam membentuk identitas merek dan membantu memecahkan masalah komunikasi visual. Desain grafis menggunakan elemen visual seperti jenis, bentuk, dan gambar untuk menyampaikan rasa pesan yang disampaikan dalam bentuk digital atau cetak. Desain grafis sendiri digunakan untuk menyampaikan pesan yang mencerminkan konsep komunikasi dan kreativitas melalui berbagai cara dan teknik. Desain grafis adalah jawaban yang tepat untuk kebutuhan pasar yang sangat kompetitif saat memasarkan produk. Seiring berjalannya waktu, desain yang kreatif, efektif, efisien dan komunikatif semakin diminati oleh masyarakat, sehingga desainer harus selalu cepat dan tanggap terhadap perubahan yang terjadi. Di era digital, perusahaan mulai menggunakan desain grafis dalam desain komunikasi dan seni rupa. Oleh karena itu, desain grafis dapat mengacu pada proses produksi, metode desain, atau disiplin metode yang digunakan (desain).

PT. Doa Anak Digital adalah perusahaan rintisan berbasis keagenan dengan mencari agen lokal untuk meningkatkan skalabilitas dan mempertahankan bisnis pedesaan yang menguntungkan dengan beroperasi di Kota Malang, Jawa Timur. Tujuan Bangbeli adalah memanfaatkan keuntungan ekonomi terbesar melalui platform keagenan baik dalam layanan keuangan maupun perdagangan sosial. Salah satu lini bisnis perseroan yang berkembang pesat adalah aplikasi Bangbeli.

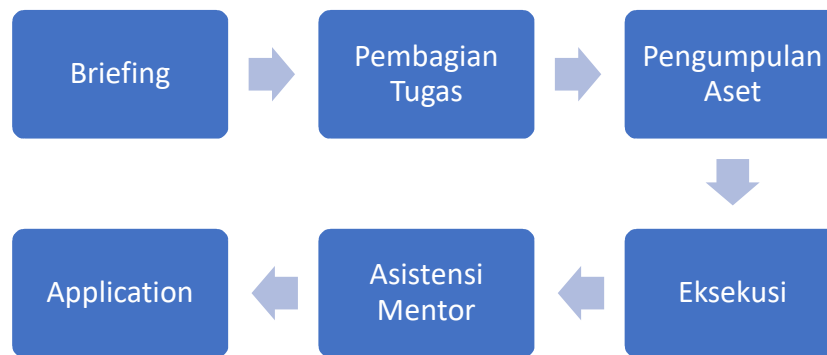
Aplikasi Bangbeli merupakan aplikasi berbasis keagenan yang memberdayakan agen local untuk mendibustrikan layanan mulai dari PPOB, layanan keuangan, dan perdagangan sosial ke jutaan pengguna di seluruh Indonesia. Aplikasi Bangbeli adalah platform pembayaran digital yang ditargetkan untuk pelaku UMKM dan ibu rumah tangga agar bisa menghasilkan pendapatan tambahan hanya dari rumah. Aplikasi ini melayani berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber penambah penghasilan, seperti membeli pulsa, token listrik, top up OVO, Link aja, gopay dll yang dimana harga-harga tersebut di bawah harga pasar yang dimana dapat dimanfaatkan untuk menjadi distributor oleh pelaku UMKM sebagai tambahan penghasilan dari rumah. Pesatnya perkembangan suatu lini bisnis selalu menjadi kabar baik bagi perusahaan. Untuk mempertahankan reputasinya sebagai platform pembayaran digital yang andal, Bangbeli memastikan bahwa setiap transaksi mencakup cashback, layanan terbaik, dan tarif terbaik. Lebih dari 15.000 mitra UMKM telah bergabung di Bangbeli sejauh ini, dan mereka tersebar di 11 wilayah di Indonesia.

Pada tahun 2020 merupakan tahun yang menghancurkan perekonomian masyarakat terutama para pelaku UMKM yang diakibatkan oleh pandemi covid-19. Dengan wabah covid yang penyebarannya semakin luas dan jumlahnya meningkat drastis sehingga membutuhkan kebijakan yang cepat dari pemerintah untuk mencegah penyebaran virus tersebut. Salah satu kebijakan yang diterapkan pemerintah adalah Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB). PSBB ini berdampak sangat besar bagi kehidupan masyarakat, karena masyarakat tidak diperbolehkan untuk bebas melakukan kegiatan di bidang sosial, pendidikan, ekonomi, budaya, kesehatan, dll. Secara umum, transaksi keuangan langsung bersifat terbatas dan hal ini berdampak signifikan bagi masyarakat yang menggantungkan pendapatannya sehari-hari. Banyak dampak yang ditimbulkan dari pandemi ini di bidang ekonomi terutama para pelaku UMKM dimana merupakan salah satu punggung perekonomian di Indonesia.

Pada kondisi saat ini yang dimana merupakan pemulihan perekonomian masyarakat penulis melakukan penerapan desain grafis untuk memasarkan aplikasi Bangbeli yang nantinya diharapkan dapat membantu kembali perekonomian masyarakat terutama para pelaku UMKM sebagai mitra bisnis untuk mendapatkan penghasilan tambahan.

METODE

Project penerapan ini dilakukan selama program magang berlangsung dengan melakukan pemasaran melalui desain grafis yang penulis buat untuk dapat di upload dalam media sosial seperti Instagram dan lain-lain. Pada project ini penulis menggunakan skema diseminasi hasil. Skema ini bertujuan untuk membagikan pengetahuan dan pengalaman yang diperoleh kepada masyarakat agar dapat dimanfaatkan secara lebih luas. Dalam pengerjaannya penulis tentunya didampingi oleh mentor agar desain yang dibuat dapat tersampaikan dengan baik kepada audience yang ingin mendapatkan penghasilan tambahan. Project ini berfokus pada desain promosi atau pemasaran melalui digital marketing dalam bentuk visual promosi yang menarik bagi audience dan sesuai tujuan promosi yang ingin ditampilkan. Obyek atau target audience dalam project ini adalah para pelaku UMKM atau pelaku bisnis toko kelontong



Gambar 1. Alur Penerapan Project

(Sumber : data diolah, 2023)

Briefing

Briefing merupakan hal yang harus pertama kali dilakukan dalam koordinasi satu sama lain. David K. Barrett, "Briefing Skills: For Managers and Leaders (2018), menurutnya Briefing adalah proses penyampaian informasi singkat, jelas, dan tepat waktu kepada individu atau kelompok yang relevan untuk tujuan koordinasi dan pengambilan keputusan. Pada tahap ini semua informasi terkait desain ditetapkan bersama sehingga mengurangi terjadinya kesalahan pada tahap eksekusi desain dan dapat meningkatkan kolaborasi yang efektif dalam menghasilkan konten sosial media yang menarik dan sesuai dengan target audien perusahaan.

Pembagian Tugas

Menurut Stephen P. Robbins dan Mary Coulter (tahun 2020) pembagian tugas adalah proses mengidentifikasi dan menetapkan tugas-tugas yang harus dilakukan oleh individu-individu dalam organisasi, serta mengalokasikan tanggung jawab dan wewenang yang sesuai. Pada tahapan ini, penulis memulai membagi tugas kepada setiap anggota setelah editorial plan telah disepakati. Pembagian ini bukan dalam hal membagi jobdesk melainkan pembagian tanggal pengerjaan sehingga masing-masing anak akan mengerjakan desain secara bergantian. Hal ini dikarenakan untuk menghindari perbedaan gaya dalam satu proyek yang dipegang. Pembagian ini juga mempertimbangkan kemampuan dan keahlian masing-masing anggota juga melihat kondisi perangkat yang digunakan sehingga proyek yang dipegang dapat diselesaikan secara maksimal. Pada tahapan ini, penulis juga memiliki tanggung jawab untuk menjaga koordinasi dan komunikasi serta memastikan desain yang dibuat sudah sesuai dengan brief.

Pengumpulan Aset Desain

Tahapan selanjutnya yaitu pengumpulan aset desain yang merupakan proses mengumpulkan semua bahan dan/atau elemen yang diperlukan untuk membuat suatu desain grafis. Ini termasuk foto model, ilustrasi, logo, ikon, tipografi, warna, dan elemen desain lainnya yang akan digunakan. Luke Clum (2020) juga menyebutkan bahwa penyusunan aset desain merupakan

proses mengatur dan mengelola berbagai komponen desain, termasuk logo, ikon, dan pola desain, untuk membangun identitas visual yang konsisten dan kuat bagi suatu merek atau proyek. Pengumpulan aset desain biasanya melibatkan beberapa langkah, antara lain:

- 1) Identifikasi Kebutuhan: Penulis perlu untuk memahami kebutuhan desain sesuai editorial plan dan referensi yang ada. Hal ini akan membantu dalam mengidentifikasi jenis aset desain yang diperlukan.
- 2) Pencarian dan Seleksi: Setelah kebutuhan teridentifikasi, Penulis akan melakukan pencarian aset desain yang sesuai. Penulis dapat mencari dari berbagai sumber mulai dari situs web sumber terbuka atau dapat menggunakan aset internal yang sudah ada.
- 3) Pengunduhan dan Penyimpanan: Pada tahap ini sangat penting bagi penulis untuk memahami dan mematuhi hak cipta serta memperhatikan lisensi penggunaan aset yang akan digunakan. Setelah dipastikan bahwa lisensi aset tersebut bisa digunakan maka dilakukannya penyimpanan aset desain pada folder yang terorganisir supaya Penulis dengan mudah untuk menemukan aset tersebut kembali.

Penulis juga perlu memastikan bahwa semua bahan yang diperlukan berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pembuatan desain. Hal ini juga membantu dalam menghemat waktu serta memastikan konsistensi dalam gaya dan citra perusahaan.

Eksekusi atau Mendesain

Menurut John R. Schermerhorn Jr., Barry Wright, and Linda K. Treviño (2018) eksekusi adalah proses yang melibatkan implementasi strategi organisasi dan mengubah rencana menjadi tindakan yang nyata. Hal ini melibatkan pengawasan, pengendalian, dan pengaturan sumber daya organisasi untuk mencapai tujuan yang ditetapkan. Kegiatan eksekusi atau mendesain pada tahap ini desainer memulai mengerjakan proyek desain berdasarkan brief desain dan aset-aset desain yang telah dikumpulkan sebelumnya. Pada tahapan ini penulis mengeksekusi brief menjadi hasil desain menggunakan software Figma dan Adobe Illustrator yang selanjutnya akan dilakukan diskusi dan preview kepada mentor terkait kesesuaian desain dengan brief yang disajikan yang memungkinkan adanya revisi terhadap desain yang telah kita buat.

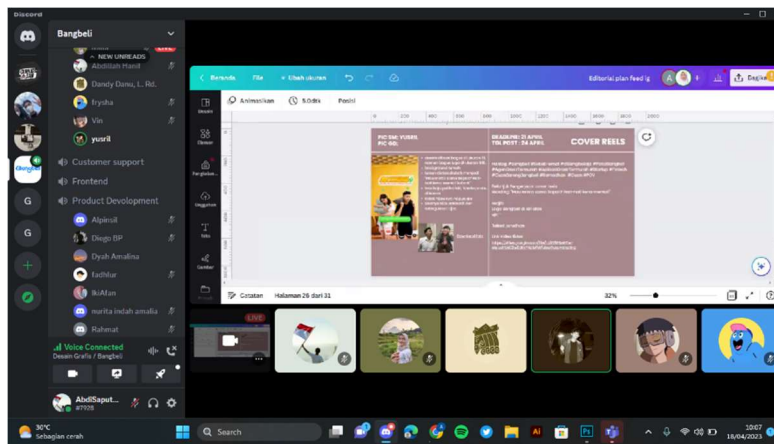
Application/Penerapan

Tahap yang terakhir merupakan tahap penerapan atau application. Menurut Santoso., (2022) penerapan merupakan proses menerjemahkan gagasan, konsep, atau prinsip menjadi tindakan yang dapat diimplementasikan dalam situasi nyata, dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan. Pada tahapan ini desain yang sudah matang akan diteruskan kepada divisi Social Media Marketing untuk dilakukan pengunggahan desain ke khalayak umum melalui platform digital berupa instagram, Linked In, dan Tik Tok. Sebagai divisi Graphic Designer kami juga perlu untuk melakukan pengecekan terhadap desain yang diunggah apakah sudah sesuai dengan tanggal dan penerapannya.

HASIL

Mahasiswa magang divisi desain grafis dari program MSIB Batch 4 Tahun 2023 di PT Doa Anak Digital Bangbeli telah berupaya memberikan dorongan untuk masyarakat agar mengetahui ada terobosan baru berupa aplikasi yang dapat memberikan penghasilan tambahan dari rumah dengan mendibustrikan layanan mulai dari PPOB, layanan keuangan, dan perdagangan sosial ke jutaan pengguna di seluruh Indonesia. Dalam project ini penulis menyampaikan informasi berupa desain promosi yang diupload ke sosial media Instagram dengan akurat dan relevan mengenai penggunaan dan fitur apa saja yang dapat dimanfaatkan dalam aplikasi Bangbeli. Penulis juga menjelaskan mengenai keuntungan harga yang dijamin paling murah untuk didistribusikan kepada pelanggan atau masyarakat.

Project dimulai dengan briefing Bersama tim divisi desain grafis yang lain dan mentor untuk membahas desain dan konten yang menarik agar pesan yang akan disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audience atau masyarakat.



Gambar 2. Meeting via Discord
(Sumber : (data diolah, 2023))

Dalam pengeksesusiannya penulis juga memperhatikan elemen-elemen yang perlu disamakan dengan desain perusahaan agar ciri khas perusahaan tetap terjaga. Setelah desain selesai penulis perlu mengasistensikan desain tersebut kepada mentor untuk persetujuan atau masukan agar desain yang akan dipromosikan dapat tersampaikan dengan baik oleh audience



Gambar 3. Desain Promosi

(Sumber : (data diolah, 2023))

Desain Branding

Pada desain branding penulis dapat untuk mengolah referensi-referensi dari copywriter ataupun referensi dari brand lain. Desain branding adalah proses menciptakan elemen visual yang unik dan konsisten untuk merepresentasikan identitas suatu merek atau perusahaan. Tujuan dari desain branding adalah untuk membangun citra yang kuat, mengenali merek dengan mudah, dan mengkomunikasikan nilai-nilai inti merek kepada target audiens.

Untuk mendapatkan desain yang baik maka sebaiknya diperlukan untuk melakukan riset terlebih dahulu untuk mendapatkan referensi, tujuan riset tersebut untuk mengetahui apa dan bagaimana yang cocok untuk digunakan sebagai desain konten perusahaan.

Setelah riset desain konten dilakukan dan mendapatkan banyak referensi dan selanjutnya penulis mengeksekusi untuk dijadikan sebuah desain yang menarik sesuai guideline yang diberikan dari divisi sosial media.

Desain Grafis

Dalam hal ini penulis harus memahami penyesuaian desain dengan perkembangan perusahaan untuk menjaga kesesuaian antara identitas perusahaan dan tren pasar yang terus berubah. Dalam hal ini penulis berusaha untuk menciptakan sebuah desain yang cocok dengan situasi atau tren terkini seputar konser. Desain tersebut ditujukan untuk mengikuti perkembangan terkini dalam industri musik secara keseluruhan dan menghadirkan pengalaman yang sesuai dengan preferensi. Penulis berusaha untuk menggabungkan elemen-elemen desain yang relevan dengan tema konser dan memperhatikan aspek visual yang menarik bagi penonton. Dengan demikian, penulis berupaya menciptakan desain yang mampu menarik minat dan memenuhi ekspektasi penonton konser masa kini.

Desain Konten

Membuat desain visual yang mengekspresikan inti pesan dari konten merupakan langkah penting dalam upaya membangun komunikasi yang efektif. Dalam dunia digital yang didominasi oleh konten visual, desain yang menarik dan relevan dapat membuat pesan yang ingin disampaikan

lebih mudah dipahami dan diingat oleh audiens.

Desain yang telah selesai akan dipromosikan dalam sosial media Instagram baik feed maupun story instagram. Dalam project ini selain dapat memberikan informasi kepada masyarakat desain yang dipublish juga dapat meningkatkan *brand awareness* perusahaan.

Melalui project ini penulis berharap masyarakat dapat meningkatkan penghasilan melalui aplikasi Bangbeli dengan mendibustrikan layanan mulai dari PPOB, layanan keuangan, dan perdagangan sosial ke jutaan pengguna di seluruh Indonesia dengan melayani berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan sebagai sumber penambah penghasilan, seperti menjual pulsa, token listrik, top up OVO, Link aja, gopay dll agar menciptakan perekonomian yang lebih stabil.

DISKUSI

Dari hasil pengalaman project yang dilakukan oleh penulis sebagai desain grafis sangat memegang peranan penting dalam sebuah perusahaan start up. Dalam konteks aplikasi Bangbeli, desain grafis membantu pemasaran perusahaan dalam menyampaikan informasi dengan jelas dan berdampak emosional bagi audience atau pengguna. Penyampaian informasi melalui desain grafis dapat memberikan perhatian tersendiri untuk memahami kelebihan dan manfaat dari aplikasi Bangbeli sehingga masyarakat dapat terbantu dalam memahaminya. Dalam pemasaran secara digital start up Bangbeli, masyarakat akan mudah mengetahui dan tertarik dengan terobosan baru ini dalam mencari pendapatan tambahan dari rumah dengan mendibustrikan layanan mulai dari PPOB, layanan keuangan, dan perdagangan sosial ke jutaan pengguna di seluruh Indonesia

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap pengguna aplikasi Bangbeli, ditemukan beberapa kesimpulan berikut ini :

1. PT Doa Anak Digital Bangbeli merupakan perusahaan baru yang sedang berkembang dan perlu mengembangkan strategi pemasaran digital yang kuat untuk menarik pengguna baru. Desain grafis dianggap penting dalam memperkuat pesan pemasaran, menyampaikan informasi dengan jelas, dan menciptakan dampak emosional pada pengguna.
2. PT Doa Anak Digital Bangbeli memiliki peran yang signifikan dalam penyediaan distribusi layanan mulai dari PPOB, layanan keuangan, dan perdagangan sosial ke jutaan pengguna di seluruh Indonesia
3. Penerapan desain grafis dirasa sangat penting untuk memasarkan aplikasi Bangbeli yang nantinya diharapkan dapat membantu perekonomian masyarakat terutama para pelaku UMKM sebagai mitra bisnis untuk mendapatkan penghasilan tambahan

SARAN

Diharapkan masyarakat dengan project yang penulis lakukan dapat meningkatkan pendapatan dengan memanfaatkan sosial media serta produk aplikasi dari Bangbeli. Selain itu para pelaku UMKM harus terus berinovasi dan memperhatikan kebutuhan konsumen serta aspek lainnya. Project ini masih banyak kekurangan dan memerlukan saran atau masukan yang

menjadikan pelajaran lebih dalam mengenai pengembangan penggunaan aplikasi sebagai mitra dan platform sosial media seperti Instagram untuk meningkatkan pendapatan serta kesadaran merk.

PENGAKUAN/ACKNOWLEDGEMENTS

Puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya sehingga dalam kesempatan kali ini penulis dapat menyelesaikan jurnal serta program pengabdian ini. Ucapan terima kasih penulis haturkan kepada Bapak Nadiem Anwar Makarim selaku Menteri Pendidikan dan Kebudayaan yang telah mengadakan program MSIB Kemendikbud Ristek serta PT. Doa Anak Digital (Bangbeli) yang telah menerima penulis menjadi salah satu bagian dari peserta magang MSIB.

Pada kesempatan dalam penyusunan artikel jurnal ini serta selama program magang berlangsung, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah banyak membantu dalam pelaksanaan kegiatan Magang Bersertifikat Kampus Merdeka di PT. Doa Anak Digital (Bangbeli), antara lain:

1. Bapak Detha Alfrian Fajri, Selaku Chief Executive Officer PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)
2. Bapak Acep Samsudin, S.Sos., M.A selaku koordinator Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
3. Ibu Maharani Ikaningtyas, S.E., M.AB selaku mentor kegiatan Magang Bersertifikat Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur;
4. Ibu Mike Indah Lestari, selaku mentor kegiatan MSIB Kampus Merdeka di PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)
5. Bapak Muchamad Nur Shoim, selaku mentor divisi Grafis Desain MSIB Kampus Merdeka di PT. Doa Anak Digital (Bangbeli)

DAFTAR REFERENSI

- Dewojati, R. K. W. (2015). Desain Grafis Sebagai Media Ungkap Periklanan. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Eko Valentino, D. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper Sebagai Upaya Peningkatan Brand. *Tematik*, 5(2), 40–53. <https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>
- Komunikasi, S., Restaurant, P., Membangun, D., Image, B., Consume, D. A. N., & Di, B. (2021). *Program studi ilmu komunikasi fakultas bahasa dan ilmu komunikasi universitas islam sultan agung semarang 2021*. 32801700015.
- Kuncoro, M. G. (2010). *Desain grafis periklanan dalam menciptakan brand image di PT. Galangpress Media Utama*.
- Mutiara, F. (2022). Entrepreneurial Marketing Start-Up Media Siber Lokal Kempalan.Com Di Jawa Timur: Strategi Menuju Sustainability? *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 16(1), 16–23. <https://doi.org/10.9744/pemasaran.16.1.16-23>
- Nugraha, D. P. (2021). *Perancangan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Interaksi Pada Konsumen LAPORAN KERJA PRAKTIK Program Studi SI Desain Komunikasi Visual Perancangan Desain Komunikasi Visual sebagai Media Interaksi Pada Konsumen*.

- Pranoto, R. E., Agnes, D., Bangun, N., & Anggarini, A. (2023). *PEMASARAN DIGITAL UMKM MELALUI DESAIN LANDING PAGE*. 8(1), 15–20.4
- Skripsi, N. (2021). *Nomor skripsi 4861/kom-d/sd-s1/2021*.
- Eko Valentino, D. (2018). Perancangan Logo Brand Identity Sandpiper Sebagai Upaya Peningkatan Brand. *Tematik*, 5(2), 40–53. <https://doi.org/10.38204/tematik.v5i2.158>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>