

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL GRAPHIC DESIGNER
TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER DALAM
MENERAPKAN IDE DESIGN
DI KARYA PERCETAKAN**

SKRIPSI

OLEH :

MENTARI SEPTIARA
NPM 1403110030

Program Studi Ilmu Komunikasi



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : MENTARI SEPTIARA

NPM : 1403110030

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Pada hari : RABU , 05 APRIL 2018

Waktu : 14.00 s/d SELESAI

TIM PENGUJI

PENGUJI I : DEWI KURNIAWATI, HJ,Ph.D

PENGUJI II : AKHYAR ANSHORI, S.Sos,M.I.Kom

PENGUJI III : YAN HENDRA, M.Si.

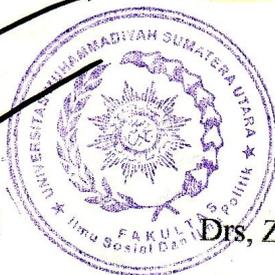
PANITIA UJIAN

Ketua

Dr. RUDIANTO, M.Si

Sekretaris

Drs, ZULFAHMI, M.I.Kom



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : MENTARI SEPTIARA
NPM : 1403110030
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : KOMUNIKASI INTERPERSONAL GRAPHIC DESIGNER
TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER DALAM
MENERAPKAN IDE DESIGN DI KARYA PERCETAKAN.

Medan, 06 April 2018

Pembimbing

YAN HENDRA, M.Si.

Disetujui Oleh
KETUA PROGRAM STUDI

NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom



Dr. RUBIANTO, M.Si

ABSTRAK

KOMUNIKASI INTERPERSONAL GRAPHIC DESIGNER TERHADAP KEPUASAN CUSTOMER DALAM MENERAPKAN IDE DESIGN DI KARYA PERCETAKAN

Oleh :
MENTARI SEPTIARA
1403110030

Karya Percetakan merupakan sebuah perusahaan percetakan yang cukup dikenal oleh masyarakat kota Medan. Hal itu dapat diraih Karya Percetakan atas pelayanannya sejak 2002. Salah satunya adalah pelayanan yang dilakukan oleh *Graphic Designer* di Karya Percetakan. *Graphic Designer* akan melakukan komunikasi interpersonal untuk menciptakan kepuasan pada *Customer* tersebut. *Graphic Designer* akan menyampaikan ide-ide yang akan di tuangkan ke dalam *design* kepada *Customer* yang nantinya akan memberikan *feedback* terhadap ide tersebut. Tujuan penelitian untuk Untuk menjelaskan komunikasi interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam menerapkan ide *design* di Karya Percetakan. Teori yang digunakan adalah Komunikasi Interpersonal. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan 7 (tujuh) informan untuk menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam penerapan ide *design* di Karya Percetakan.

Hasil penelitian menunjukkan *Graphic Designer* di Karya Percetakan memahami unsur-unsur *design* dimana unsur-unsur tersebut merupakan hal penting dalam pemahaman ide *design*. Komunikasi yang dilakukan dengan cara *Graphic Designer* bertanya kepada *Customer* untuk mengetahui konsep seperti apa yang di inginkan untuk di tuangkan kedalam *design* yang akan dibuat. Untuk menyampaikan ide *design*, mereka biasa menggunakan aplikasi *smartphone* seperti *Whatsapp* atau *Line* dan bisa juga menggunakan *Email*. Berdasarkan hasil penelitian dapat kita simpulkan bahwa komunikasi interpersonal pada *Graphic Designer* dengan *Customer* dapat dilakukan secara langsung tetapi bisa juga dengan perantara berupa sketsa yang akan membantu *Customer* untuk dapat memahami ide *design* yang disampaikan oleh *Graphic Designer*.

Kata kunci : Pemahaman ide *design*.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur kehadiran Allah Shubhanallah wa taala atas segala rahmat-NYA sehingga skripsi ini dapat tersusun hingga selesai. Salam dan syalawat tercurah kepada Nabi Muhammad shallallahu alaihi wasallam beserta keluarganya, para sahabatnya dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi adalah syarat wajib bagi mahasiswa untuk menyelesaikan pendidikan sarjananya di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini berjudul “**Komunikasi Interpersonal *Graphic Designer* Terhadap Kepuasan *Customer* Dalam Menerapkan Ide Design di Karya Percetakan**”. Hambatan dan kesulitan yang dihadapi dalam penyusunan skripsi ini telah dilewati sebagai suatu tantangan yang harus dijalani, disamping sebagai pemenuhan kewajiban yang semestinya dilaksanakan.

Dalam kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini tidak akan mungkin terselesaikan tanpa doa, usaha, bimbingan dan arahan dari berbagai pihak, untuk itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah Shubhanallah wa taala yang telah memberikan nikmat dan segala yang terbaik kepada penelitidalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Nabi Muhammad shallallahu alaihi wasallam yang telah menjadi inspirasi bagi banyak orang.
3. Kedua orang tua peneliti, Bapak Surya Laksmono dan Ibu Erawati, tercinta yang telah memberikan doa dan dukungan yang tulus terhadap peneliti, sehingga peneliti termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi.
4. Kepada suami tercinta Muhammad Ridho Alfansuri, S.E. yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis. Serta ananda tercinta

Almira Mikayla yang masih dalam kandungan saat penulis menyelesaikan skripsi ini, yang menjadi penyemangat dan motivasi terbesar penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Rudianto, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
8. Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
9. Bapak Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Bapak Dr. Yan Hendra, M.Si, selaku Dosen Pembimbing I yang selalu membimbing, mendidik, mendukung, memberikan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
11. Bapak/Ibu Dosen dan Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang selalu memberikan masukan kepada peneliti.
12. Bapak Wianry Wirianta, SH dan Ibu Helina, Selaku pemilik dan pengelola Karya Percetakan yang sudah banyak member nasihat dan bantuan kepada peneliti selama bekerja dan melakukan penelitian di Karya Percetakan.
13. Kepada sahabat terbaik Fanny Aisyah Manurung, S.I.Kom, selaku dosen pembimbing cadangan yang selalu menyempatkan diri untuk membimbing penulis, terima kasih banyak.
14. Kepada teman-teman terbaik Alweny Pratiwi, Rizka Defina, Vallen Melwanti, Husainul Kairan, Fauzi Hamdani, Satria Hadadi, Andi Syahputra. Terima kasih untuk semangat dan supportnya. Kalian yang terbaik!
15. Kepada seluruh teman-teman IKO Malam stambuk 2014 FISIP UMSU, sukses selalu.

Akhir kata peneliti berharap agar skripsi ini dapat berguna bagi masyarakat luas khususnya untuk Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Peneliti memohon maaf atas segala kekurangan yang terdapat didalamnya kiranya dapat disempurnakan dikesempatan lain dan semoga Allah memberikan balasan kepada pihak-pihak, atas dukungan semua pihak yang telah membantu dalam proses pengerjaan skripsi ini.

Medan, 21 Maret 2018

Peneliti

Mentari Septiara

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR BAGAN	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pembatasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penelitian	6
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
2.1. Komunikasi Interpersonal	8
2.1.1. Pengertian Komunikasi Interpersonal	8
2.1.2. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal	9
2.1.3. Unsur-unsur Komunikasi	11
2.1.4. Proses Komunikasi.....	13
2.2. Graphic Design.....	15
2.2.1. Pengertian Graphic Design	15
2.2.2. Unsur-unsur Graphic Design	15
2.2.3. Prinsip-prinsip Dasar Graphic Design	16
2.2.4. Ruang Lingkup Graphic Design.....	18
2.2.5. Perangkat Lunak Graphic Design	19
2.3. Graphic Designer	21
2.4. Customer	22

2.4.1. Defenisi Customer.....	22
2.4.2. Kepuasan Customer	22
2.4.3. Faktor Yang Menentukan Kepuasan Customer	23
2.4.4. Metode Pengukuran Kepuasan Customer	24
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
3.1. Jenis Penelitian.....	25
3.2. Kerangka Konsep	25
3.3. Definisi Konsep.....	26
3.4. Kategorisasi.....	28
3.5. Informan.....	28
3.6. Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.7. Teknik Analisis Data.....	30
3.8. Verifikasi Data	31
3.9. Lokasi dan Waktu Penelitian	33
3.10. Profil Karya Percetakan	33
3.11. Visi Misi Karya Percetakan	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1. Hasil Penelitian	40
4.1.1. Daftar Informan.....	40
4.1.2. Pemahaman Graphic Designer Terhadap Ide Design	41
4.1.3. Isi Pesan Graphic Designer kepada Customer	44
4.1.4. Media yang Digunakan Dalam Menyampaikan Ide Design	46
4.1.5. Pemahaman Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh Graphic Designer.....	48
4.1.6. Kepuasan Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh Graphic Designer.....	49
4.2. Pembahasan.....	51
4.2.1. Pemahaman Graphic Designer Terhadap Ide Design	51
4.2.2. Isi Pesan Graphic Designer kepada Customer	52

4.2.3. Media yang Digunakan Dalam Menyampaikan Ide Design	53
4.2.4. Pemahaman Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh Graphic Designer.....	54
4.2.5. Kepuasan Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh Graphic Designer.....	55
BAB V PENUTUP.....	57
5.1. Simpulan	57
5.2. Saran	58
DAFTAR PUSTAKA	60
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Jumlah Karyawan Karya Percetakan.....	36
Tabel 4.1 Daftar Informan.....	41

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Toko Karya Percetakan	33
Gambar 3.2 Mesin Produksi Pond di Karya Percetakan	35
Gambar 3.3 Mesin Produksi GTO di Karya Percetakan	35
Gambar 3.4 Mesin Produksi Laminating di Karya Percetakan	35
Gambar 3.5 Kegiatan Finishing di Karya Percetakan	37
Gambar 3.6 Hasil Produksi Karya Percetakan	38
Gambar 3.7 Graphic Designer di Karya Percetakan	38

DAFTAR BAGAN

Gambar 2.1 Proses Komunikasi	13
Gambar 3.1 Kerangka Konsep	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Pada era modern saat ini, percetakan merupakan bisnis yang sangat maju dan lumayan menjanjikan. Percetakan terbentuk karena pesatnya perkembangan teknologi saat ini. Bahkan sepak terjangnya didunia bisnis sudah berkembang sejak dulu hingga saat ini. Percetakan adalah kegiatan atau proses industri yang menghasilkan gambar atau tulisan atau gambar dan tulisan berdasarkan pola dan konsep tertentu dengan produksi dalam jumlah yang banyak.

Di Indonesia, percetakan sudah banyak berkembang di kota-kota besar. Peranan percetakan sangat penting bagi banyak kalangan, misalnya percetakan memiliki hubungan yang sangat erat dengan bisnis-bisnis lainnya baik jasa hingga dagang. Bisnis-bisnis lainnya membutuhkan percetakan untuk memproduksi media promosi mereka seperti spanduk, baliho, branding, packaging, brosur, poster, katalog dan lain sebagainya. Dengan media promosi tersebut nantinya akan bermanfaat untuk meningkatkan kegiatan bisnis mereka. Tidak hanya itu, percetakan juga sangat dibutuhkan masyarakat umum misalnya untuk mencetak undangan pernikahan dan lain-lain.

Karya Percetakan adalah salah satu bisnis percetakan yang ada di kota Medan tepatnya di Jalan Mesjid No.166 F, Medan Kesawan. Memulai dari

usaha kecil, Karya Percetakan yang berdiri sejak tahun 2002 kini berkembang menjadi percetakan yang cukup dikenal oleh masyarakat kota Medan. Kiprahnya dalam dunia bisnis yang sudah dirintis selama 15 tahun kini Karya Percetakan memiliki *Customer* dari seluruh penjuru kota dan kabupaten di Sumatera Utara. Bahkan Karya Peretakan juga memiliki *Customer* dari luar provinsi seperti Aceh, Pekanbaru, Jambi, dll. Karya Percetakan dalam pencapaiannya itu juga di dukung oleh karyawan-karyawannya, salah satunya adalah peran *Graphic Designer*.

Graphic Designer atau Perancang Grafis adalah profesi yang bertugas untuk menemukan ide yang nantinya akan dituangkan kedalam bentuk sebuah desain. *Graphic Designer* akan menyajikan produk dengan memvisualisasikan informasi atau pesan. Biasanya desain akan dibuat dengan menarik agar mencuri perhatian banyak orang, *design* juga bersifat membujuk atau mengingatkan. *Graphic Designer* menggunakan elemen-elemen seperti huruf dan gambar untuk menyajikan pesan tersebut. Untuk merancang desain tersebut *Graphic Designer* biasanya menggunakan aplikasi komputer seperti Adobe Photoshop, Adobe Illustrator atau CorelDraw.

Komunikasi tidak pernah lepas dari kehidupan sehari-hari. Komunikasi adalah aktivitas yang sangat dikenali oleh manusia namun tidak banyak yang dapat mendefenisikannya secara akurat. Komunikasi memiliki banyak definisi seperti saling berbicara satu dengan yang lainnya, penyebaran informasi dan lain sebagainya.

Komunikasi atau *communicaton* berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti 'sama'. (Wikipedia) Secara sederhana komunikasi terjadi bila individu yang terlibat terdapat kesamaan makna atau persepsi terhadap informasi yang disampaikan. Pada dasarnya komunikasi adalah proses penyampaian informasi oleh seorang (komunikator) kepada orang lain (komunikan). Manusia merupakan makhluk sosial yang akan selalu memiliki keinginan untuk berbicara, berinteraksi, saling bertukar gagasan, mengirim dan menerima informasi satu sama lain.

Salah satu jenis komunikasi yang paling sering terjadi dalam kegiatan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi. Menurut Joseph DeVito (dalam Harapan dan Ahmad 2014 : 4) komunikasi antarpribadi adalah sebagai “proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau di sekelompok kecil orang, dengan beberapa *effect* atau umpan balik seketika”. Begitu pula *Graphic Designer* yang melakukan komunikasi interpersonal dalam menciptakan kepuasan untuk *Customer* tersebut. *Graphic Designer* akan menyampaikan ide-ide yang akan di tuangkan ke dalam *design* kepada *Customer* yang nantinya akan memberikan efek puas atau tidaknya terhadap ide tersebut.

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. (Windasuri dan Susanti, 2017 : 64) Memuaskan kebutuhan *Customer* adalah keinginan setiap perusahaan, hal tersebut juga merupakan salah satu misi dari Karya Percetakan. Selain faktor penting untuk karir perusahaan, memuaskan

kebutuhan *Customer* juga dapat meningkatkan nilai unggul perusahaan dalam persaingan di dunia bisnis. *Customer* yang merasa puas dengan produk dan jasa yang diberikan biasanya akan kembali menggunakan produk atau jasa dari perusahaan tersebut dan melakukan kegiatan tersebut secara berulang ulang sehingga akan meningkatkan penjualan dari perusahaan di kemudian hari.

Aktivitas komunikasi interpersonal antara *Graphic Designer* dengan *Customer* dengan cara *Graphic Designer* akan bertanya kepada *Customer* tentang ukuran produk, warna, konsep atau tema *design* seperti apa yang diinginkan pada produk yang akan diproduksi. Pelanggan akan menyampaikan poin-poin tersebut dan *Graphic Designer* akan menyampaikan ide dan menuangkan konsep tersebut kedalam lembar kerja pada aplikasi komputer yang digunakan.

Sesuai latar belakang yang telah dijelaskan diatas, penulis tertarik untuk melakukan peneliti mengenai Komunikasi Interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam menerapkan ide design.

1.2. Pembatasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah, terfokus dan tidak meluas, maka diperlukan batasan masalah agar permasalahan yang diteliti lebih terfokus dan terarah. Adapun ruang lingkup penelitian sebagai berikut:

- a. Masalah yang menjadi objek penelitian dibatasi hanya pada komunikasi interpersonal antara *Graphic Designer* dengan *Customer* di Karya Percetakan.
- b. Informasi yang diperlukan dalam penelitian ini akan diambil dari *Graphic Designer* yang bekerja di Karya Percetakan dan *Customer* yang berkunjung ke Karya Percetakan Jalan Masjid No. 166 F, Medan Kesawan.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana komunikasi interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam penerapan ide design di Karya Percetakan?”.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah, perumusan masalah, serta pembatasan masalah diatas, penulis menetapkan tujuan dari penelitian ini adalah “Untuk menjelaskan komunikasi interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam menerapkan ide design.”

1.4.2. Manfaat Penelitian

- a. Secara Teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran dan referensi bagi penelitian lainnya.
- b. Secara Akademis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khazanah penelitian dan sumber bacaan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik khususnya Program Studi Ilmu Komunikasi.
- c. Secara Praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi seluruh *Graphic Designer* khususnya dalam menerapkan ide design.

1.5. Sistematika Penulisan

Sistematika penelitian dalam penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I: Pendahuluan

Dalam bab ini menguraikan tentang latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penelitian.

BAB II: Uraian Teoritis

Bab ini berisikan tentang komunikasi interpersonal, *Graphic Design*, *Graphic Designer* dan *Customer*.

BAB III: Metode Penelitian

Berisikan persiapan dan pelaksanaan Penelitian yang menguraikan tentang Jenis Penelitian, Kerangka Konsep, Definisi Konsep, Kategorisasi, Informan, Teknik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data, Lokasi dan waktu Penelitian.

BAB IV: Hasil Penelitian dan Pembahasan

Berisikan Hasil Penelitian dan Pembahasan.

BAB V: Penutup

Berisikan penutup yang menguraikan simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Komunikasi Interpersonal

2.1.1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris disebut “*communication*” atau bahasa latin disebut “*communis*” yang berarti sama. *Communico, Communicatio* atau *Communicate* yang berarti membuat sama (*make to commom*). Secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampai pesan dan orang yang menerima pesan. Dalam kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesanan atau berita dua orang atau lebih agar pesan yang dimaksud dapat dipahami. Saya memahami pengertian komunikasi secara ringkas adalah proses penyampaian pesan dari komunikator ke komunikan dengan atau tanpa media untuk mendapatkan umpan balik (*feedback*).

Komunikasi adalah cara utama bagi manusia untuk mengembangkan keintiman dan terus menerus menata ulang hubungan untuk dapat memenuhi kebutuhan dan identitasnya yang berubah-ubah (Wood, 2013: 13).

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. (Suranto, 2011 :5)

Komunikasi interpersonal ialah komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Lebih jelasnya, komunikasi interpersonal ialah interaksi tatap muka antardua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima serta menanggapi secara langsung (Sobur, 2014: 402).

Menurut pandangan Joseph DeVito (dalam Harapan dan Ahmad, 2014 : 4) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang, atau sekelompok kecil orang, dengan beberapa *effect* atau umpan balik seketika.

2.1.2. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

(Suranto, 2011 : 14) Komunikasi interpersonal, merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dan dikomparasikan dengan jenis komunikasi lainnya, maka dapat dikemukakan ciri-ciri komunikasi interpersonal, antara lain :

- a. Arus pesan dua arah. Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti arus dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

- b. Suasana nonformal. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada herarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan. Relevan dengan suasana nonformal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis. Disamping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya juga cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.
- c. Umpan balik segera. Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan dari komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.
- d. Peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antar individu yang menurut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik, artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu.

- e. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal. Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi.

2.1.3. Unsur-Unsur Komunikasi

Secara ringkas, proses berlangsungnya komunikasi bisa digambarkan sebagai berikut:

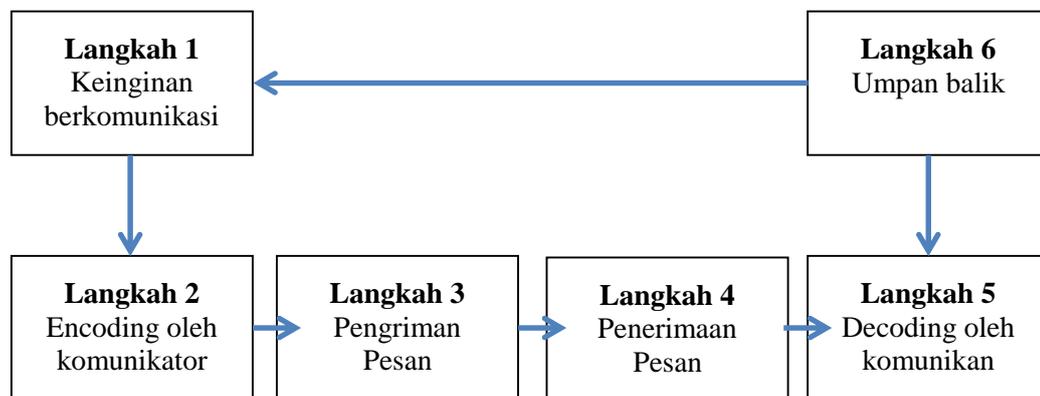
- a. Komunikator (*communicator, source, sender*), yang mempunyai maksud berkomunikasi dengan orang lain mengirimkan suatu pesan kepada orang yang dimaksud. Pesan yang disampaikan bisa berupa informasi dalam bentuk bahasa ataupun lewat simbol-simbol yang bisa dimengerti kedua pihak.
- b. Pesan (*message*), yaitu suatu gagasan, dan ide berupa pesan, informasi, pengetahuan, ajakan, bujukan atau ungkapan bersifat pendidikan, emosi dan lain sebagainya yang akan disampaikan komunikator kepada perorangan atau kelompok tertentu. Pesan terbagi atas dua jenis yaitu pesan verbal dan non verbal.

- c. Fungsi pengiriman (*encoding*) adalah proses untuk mengubah pesan kedalam bentuk yang dioptimasi untuk keperluan penyampaian pesan/data.
- d. Media (*channel*), yaitu berupa media, sarana, atau saluran yang dipergunakan oleh komunikator dalam mekanisme penyampaian pesan-pesan kepada khalayaknya.
- e. Fungsi penerimaan (*decoding*), proses memahami simbol-simbol bahasa (bahasa pesan) yaitu simbol grafis atau huruf-huruf dengan cara mengasosiasikannya atau menghubungkan simbol-simbol dengan bunyi bahasa beserta variasi-variasi yang dilakukan penerima pesan dari penyampai pesan (*receiver, recipient*), yaitu orang yang menerima pesan yang disampaikan dan
- f. menerjemahkan isi pesan yang diterimanya ke dalam bahasa yang dimengerti oleh komunikan itu sendiri.
- g. Respons (*response*) merupakan rangsangan atau stimulus yang timbul sebagai akibat dari perilaku komunikan setelah menerima pesan.
- h. Efek (*effect, impact, influence*), memberikan umpan balik (*feedback*) atau tanggapan atas pesan yang dikirimkan. (Hermawan, 2012 : 6)

2.1.4. Proses Komunikasi

Menurut (Suranto, 2011 : 10-12) Proses komunikasi ialah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Secara sederhana proses komunikasi digambarkan sebagai proses yang menghubungkan pengirim dengan penerima pesan. Proses tersebut terdiri dari enam langkah sebagaimana tertuang dalam gambar.

Bagan 2.1
Proses Komunikasi



Sumber : Suranto, 2011 : 10-12

- a. Keinginan berkomunikasi. Seorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.
- b. Encoding oleh komunikator. Encoding merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
- c. Pengiriman Pesan. Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, SMS, e-mail, surat ataupun secara tatap muka. Pilihan atas

saluran yang akan digunakan tersebut bergantung pada karakteristik pesan, lokasi penerima, media yang tersedia, kebutuhan tentang kecepatan penyampaian pesan, karakteristik komunikan.

- d. Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.
- e. Decoding oleh komunikan. Decoding merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera, penerima mendapatkan macam-macam data dalam bentuk “mentah”, berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna. Dengan demikian, decoding adalah proses memahami pesan. Apabila semua berjalan lancar, komunikan tersebut menterjemahkan pesan yang diterima dari komunikator dengan benar, memberi arti yang sama pada simbol-simbol sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.
- f. Umpan balik. Setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikan memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, seorang komunikator dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru, sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

Bagan diatas menunjukkan bahwa proses komunikasi interpersonal berlangsung sebagai sebuah siklus. Artinya umpan balik yang diberikan

oleh komunikan, menjadi bahan bagi komunikator untuk merancang pesan berikutnya. Proses komunikasi terus berlangsung secara interaktif timbal balik, sehingga komunikator dan komunikan dapat saling berbagi peran.

2.2. Graphic Design

2.2.1. Pengertian Graphic Design

Graphic design atau desain grafis adalah bagian dari ilmu seni rupa dan seni grafis. *Graphic design* adalah jenis komunikasi visual yang menggunakan huruf atau gambar atau penggabungan dari keduanya untuk menghasilkan informasi yang efektif.

2.2.2. Unsur-Unsur Graphic Design

Dalam (Sriwitari dan Widnyana, 2014 : 36) Unsur-unsur dasar dari desain yang akan dibahas adalah :

a. Garis (*Line*)

Garis adalah jejak dari suatu benda. Ia tidak memiliki kedalaman; hanya memiliki ketebalan dan panjang, sehingga disebut elemen satu dimensi.

b. Bidang (*Shape*)

Bidang adalah suatu bentuk raut pipih, datar sejajar dengan dimensi panjang dan lebar serta menutup permukaan.

c. Warna

Penggunaan warna yang tepat akan membantu menciptakan mood dan membuat teks lebih berbicara.

d. Gelap Terang (*Value*)

Value adalah dimensi mengenai derajat terang gelap atau tua muda warna yang disebut pula dengan istilah *lightness* atau ke-terang-an warna.

e. Tekstur (*Texture*)

Tekstur adalah nilai raba atau halus kasarnya suatu permukaan benda. Setiap permukaan atau raut tertentu memiliki nilai atau ciri khas. Dalam konteks desain komunikasi visual tekstur lebih cenderung pada tekstur semu, yaitu kesan visual dari suatu bidang.

f. Format

Disarankan bahwa seorang *Designer* harus cermat memperhitungkan besar kecilnya elemen visual agar memiliki nilai kemudahan baca (*legibility*) yang tinggi.

2.2.3. Prinsip-Prinsip Dasar Graphic Design

Dalam ilmu *Graphic Design*, ada beberapa aturan yang perlu digunakan untuk menyusun elemen desain menjadi sebuah karya yang tak hanya sesuai tapi juga menarik perhatian *audiens*. Walaupun penerapan prinsip-prinsip penyusunan tidak bersifat mutlak, namun karya seni yang tercipta harus layak disebut karya yang baik. Maka dari itu tetap dianjurkan menggunakan prinsip-prinsip desain

sebagai panduan dalam menghasilkan karya yang baik. Dalam (Sriwitari dan Widnyana, 2014 :47) prinsip-prinsip itu adalah :

a. Keseimbangan (*balance*)

Keseimbangan atau balance adalah pembagian sama berat, baik secara visual maupun optic. Komposisi desain dapat dikatakan seimbang apabila objek di bagian kiri dan kanan terkesan sama berat.

b. Tekanan (*emphasis*)

Dalam desain dikenal istilah *focal point* atau *focus of interest* yaitu penonjolan salah satu elemen visual dengan tujuan menarik perhatian. *Focal point* juga sering *center of interest*, pusat perhatian. Ada beberapa cara untuk menonjolkan salah satu elemen desain, yaitu:

- 1) Kontras
- 2) Isolasi objek
- 3) Penempatan Objek

c. Irama (*rhythm*)

Irama adalah pola layout yang dibuat dengan cara menyusun elemen visual secara berulang-ulang. Irama visual dalam desain komunikasi visual dapat berupa repetisi dan variasi.

d. Kesatuan (*unity*)

Kesatuan merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsure-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun dalam kaitannya dengan ide yang melandasi. Desain

dikatakan menyatu apabila secara keseluruhan tampak harmonis, ada kesatuan antara tipografi, ilustrasi, warna dan unsure-unsur yang lain.

2.2.4. Ruang Lingkup Graphic Design

Berikut adalah bidang-bidang keahlian yang ada dalam *Graphic Design*

(Sriwitari dan Widnyana, 2014 : 36) :

- a. Perancang Desain Tekstil
- b. Perancang Identitas Visual
- c. Logo
- d. Perancang Maskot
- e. Animasi Komputer
- f. Fotografi
- g. Pendesain Huruf
- h. Penyusun Huruf
- i. Media Komunikasi
- j. Gambar Karikatur
- k. Kartun
- l. Komik
- m. Desain Halaman Web
- n. Desain Kemasan Produk
- o. Perancang Rambu Informasi
- p. Grafis Ruang Pameran
- q. Grafik Data/Diagram

- r. Pembuatan Peta
- s. Perancangan Tata Letak Majalah
- t. Uang, Ijazah, Perangko
- u. Benda-Benda Kenangan
- v. Iklan Televisi
- w. Desain Kartu Ucapan
- x. Media Luar (*Outdoor Media*)
- y. Kampanye Sosial
- z. Ilustrator
- aa. Efek Khusus Pada Film
- bb. Perancangan Desain Sampul
- cc. Bidang Periklanan
- dd. Teknik Presentasi Grafis

2.2.5. Perangkat Lunak Graphic Design

Graphic Design memiliki berbagai macam perangkat lunak atau software untuk mengolah teks dan gambar untuk menjadi sebuah hasil design, berikut adalah software desain grafis yang biasa digunakan oleh *Graphic Designer* (Fakhrurrozi, 2017) :

a. CorelDraw

CorelDraw adalah sebuah software / program aplikasi komputer yang dirancang khusus untuk keperluan desain grafis terutama untuk keperluan editor grafik vektor. software ini dikembangkan oleh

peusahaan perangkat lunak yang bernama Corel yang bermakas di Ottawa, Kanada. CorelDRAW dibuat untuk memenuhi kebutuhan pengolahan gambar, software ini banyak digunakan pada pekejaan dibidang percetakan ataupun publikasi dan perkerjaan lain yang berhubungan dengan dunia visualisasi.

b. Adobe Photoshop

Adobe Photoshop adalah sebuah software yang digunakan untuk memperbaiki dan memodifikasi gambar atau foto secara software photoshop profesional baik meliputi memperbaiki obyek yang sederhana maupun yang sulit sekalipun. Photoshop memiliki tool dan efek yang lengkap sehingga dapat menghasilkan gambar atau foto yang berkualitas tinggi. Kelengkapan fitur yang ada di dalam Photoshop inilah yang membuat software ini banyak digunakan oleh desainer grafis profesional. Dan mungkin juga sampai saat ini masih belum ada software desain grafis lain yang bisa menyamai kelengkapan fitur dalam Photoshop.

c. Adobe Illustrator

Adobe Illustrator adalah Adobe Illustrator merupakan aplikasi untuk mengolah serta mengedit desain atau gambar vektor, dimana aplikasi ini dikembangkan dan dipasarkan oleh Adobe System. corel dan photoshop, illustrator ini juga berfungsi sebagai alat pembuat, pendesain, pengedit gambar. Adobe Illustrator mengolah gambar

berjenis vektor, dimana gambar tersebut akan tetap bagus walaupun dilakukan proses *zooming* atau *scaling* (diperbesar).

d. Adobe Indesign

Adobe InDesign adalah software yang dikeluarkan dan diproduksi perusahaan yang sama seperti adobe photoshop dan adobe Illustrator yaitu Adobe Systems. software ini biasa digunakan untuk membuat karya design seperti flyer, poster, majalah, brosur, buku, dan koran. Software Ini juga mendukung ekspor ke SWF dan EPUB format untuk membuat E-book dan publikasi digital, termasuk majalah digital, dan konten yang cocok sebagai konsumsi pada komputer dan tablet. Selain itu, InDesign mendukung XML, style sheet, dan markup coding lainnya, sehingga cocok untuk mengekspor konten yang berupa teks ditandai untuk digunakan dalam format digital dan online lainnya.

2.3. Graphic Designer

Graphic Designer atau dalam bahasa Indonesia Perancang Grafis adalah profesi yang menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion. (Wikipedia, 2017) Mereka biasanya bekerja berdasarkan *design brief* yang disampaikan oleh klien (pelanggan). *Graphic Designer* kemudian menterjemahkan *design brief* tersebut menjadi sebuah rancangan yang terlebih dahulu telah digodok melalui konsep perancangan yang matang. (Sriwitari dan Widnyana, 2014 : 32)

Graphic Designer bertanggung jawab dalam menciptakan ide-ide kreatif untuk dituangkan kedalam desain yang berupa tulisan atau gambar atau penggabungan antara keduanya agar dapat menghasilkan materi promosi yang menarik.

2.4. Customer

2.4.1. Defenisi Customer

Customer dalam bahasa Indonesia yang artinya pelanggan atau langganan merujuk pada individu atau rumah tangga, perusahaan yang membeli barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi. Secara spesifik, kata ini sering pula diartikan sebagai seseorang yang terbiasa untuk membeli barang pada suatu toko tertentu. Dalam berbagai pendekatan, tergantung dari sifat dari industri atau budaya, pelanggan bisa disebut sebagai klien, nasabah, pasien. Maknanya adalah pihak ketiga di luar sistem perusahaan yang karena sebab tertentu, membeli barang atau jasa perusahaan. Khusus untuk nasabah, istilah ini digunakan mewakili pihak yang menggunakan jasa bank, baik itu untuk keperluannya sendiri maupun sebagai perantara bagi keperluan pihak lain. (Wikipedia, 2016)

2.4.2. Kepuasan Customer

Kepuasan *Customer* atau kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kotler mendefenisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang

setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya.
(Windasuri dan Susanti, 2017 : 64)

2.4.3. Faktor Yang Menentukan Kepuasan Customer

a. Kualitas Produk

Customer akan merasa puas jika menurut penilaiannya bahwa produk atau jasa yang digunakannya berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk perusahaan penyedia jasa, *Customer* akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Customer akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan jika orang lain akan merasa kagum padanya jika menggunakan produk tersebut. Kepuasan yang didapatkan bukan dari kualitas produknya, tapi nilai sosial dalam menggunakan produk tersebut.

d. Harga

Produk yang digunakan berkualitas, namun harga yang dipatokkan relative murah akan memberikan nilai kepuasan bagi *Customer*.

e. Biaya

Customer yang tidak perlu membayar lebih atau tidak membuang waktu untuk mendapatkan produk atau jasa cenderung akan memberikan nilai kepuasan bagi *Customer*.

2.4.4. Metode Pengukuran Kepuasan Customer

Menurut Kotler dalam (Windasuri dan Susanti, 2017 : 66) metode dalam pengukuran kepuasan peanggan adalah berikut ini :

- a. Sistem Keluhan dan saran. Perusahaan yang berfokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan.
- b. *Ghost shopping* atau *mystery shopper*. Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk pesaing berdasarkan pengalaman tersebut.
- c. Analisis pelanggan yang hilang. Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah ke pemasok lain untuk mempelajari penyebabnya
- d. Survei kepuasan pelanggan. Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasannya.

BAB III

METODE PENELITIAN

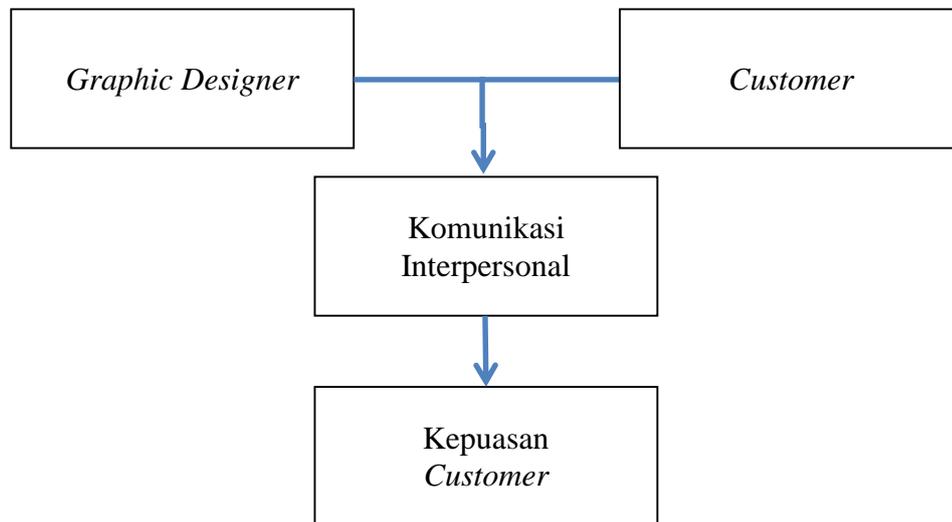
3.1. Jenis Penelitian

Adapun Penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif. Jenis penelitian kualitatif digunakan karena dapat menjelaskan fenomena yang berkaitan dengan komunikasi interpersonal *Graphic Designer* terhadap kepuasan *Customer* dalam menerapkan ide design. Hal ini sesuai dengan yang diuraikan (Bungin, 2010: 68) metode deskriptif kualitatif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai fenomena realitas sosial yang ada dimasyarakat yang menjadi objek penelitian. Tujuan dari penelitian ini adalah mengungkap fakta, keadaan, fenomena, variable dan keadaan yang terjadi saat penelitian berjalan dan menyuguhkan ada adanya.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep mengemukakan bahwa setelah sejumlah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka langkah selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep sebagai hasil penelitian yang akan tercapai. Gambar kerangka konsep dalam penelitian ini sebagai berikut:

Bagan 3.1
Kerangka Konsep



3.3. Defenisi Konsep

3.3.1. *Graphic Designer*

Graphic Designer atau dalam bahasa Indonesia Perancang Grafis adalah profesi yang menciptakan ilustrasi, tipografi, fotografi, atau grafis motion. (Wikipedia) Mereka biasanya bekernya berdasarkan *design brief* yang disampaikan oleh klien (pelanggan). *Designer* kemudian menterjemahkan *design brief* tersebut menjadi sebuah rancangan yang terlebih dahulu telah digodok melalui konsep perancangan yang matang. (Sriwitari dan Widnyana, 2014 : 32)

3.3.2. Customer

Customer dalam bahasa Indonesia yang artinya pelanggan atau langganan merujuk pada individu atau rumah tangga, perusahaan yang membeli barang atau jasa yang dihasilkan dalam ekonomi.

3.3.3. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau komunikasi antarpribadi adalah prosespenyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) denganpenerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. (Suranto, 2011 :5)

Menurut pandangan Joseph DeVito (dalam Harapan dan Ahmad, 2014 : 4) komunikasi interpersonal adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara duaorang, atau sekelompok kecil orang, dengan beberapa *effect* atau umpan balikseketika.

3.3.4. Kepuasan Customer

Kepuasan *Customer* atau kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Kotler mendefenisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. (Windasuri dan Susanti, 2017 : 64)

3.4. Kategorisasi

Untuk memudahkan penjelasan tentang komunikasi interpersonal dalam menerapkan ide design maka konsep komunikasi interpersonal diturunkan dalam beberapa kategori sebagai berikut :

- a. Komunikator / Pemahaman ide design
- b. Isi Pesan *Graphic Designer*
- c. Media
- d. Komunikan / Pemahaman ide design
- e. Umpan Balik / Kepuasan *Customer*

3.5. Informan

Adapun yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah *Customer* yang berkunjung ke Karya Percetakan.

Karakteristik informan adalah *Customer* yang berkunjung ke Karya Percetakan dan melakukan kegiatan interaksi dengan *Graphic Designer* di Karya Percetakan.

Informan Juga dibagi menjadi 2 yaitu :

- a. Informan Kunci :
 - 1) *Customer* Tetap
 - 2) *Graphic Designer* Senior
- b. Informan Biasa :
 - 1) *Customer* Baru
 - 2) *Graphic Designer* Junior

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Dalam melakukan kegiatan penelitian, teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Penelitian Lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang didasarkan pada tinjauan langsung pada objek yang akan diteliti untuk mempermudah data-data primer, yaitu:
- b. Wawancara (*interview*), yaitu teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. (Sugiyono, 2016 : 137)
- c. Pengamatan (*Observasi*), Sutrisno Hadi mengemukakan bahwa, observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan. (Sugiyono, 2016 : 145)
- d. Studi Dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode wawancara dan observasi dalam penelitian kualitatif. Penulis akan melakukan penelusuran baik dari buku, arsip, dokumen dan foto-foto yang berkaitan dengan penelitian. Bogdan menyatakan hasil penelitian dari observasi atau wawancara, akan lebih kredibel/dapat dipercaya kalau didukung oleh sejarah pribadi kehidupan di masa kecil, di sekolah, ditempat kerja, dimasyarakat, dan autobiografi. Hasil

penelitian juga akan semakin kredibel apabila didukung oleh foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. (Sugiyono, 2016 : 240)

3.7. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik penelitian dengan model interaktif. Model interaktif terdiri dari tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan/verifikasi.

a. Tahapan pengumpulan data

Mengumpulkan data dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang telah ditentukan.

b. Reduksi Data

Reduksi data berate merangkum data-data yang diperoleh dilapangan selama melakukan penelitian. Data-data yang diperlukan dan berhubungan dengan permasalahan akan dipilih, sementara yang tidak diperlukan akan dipisahkan.

c. Penyajian Data

Melakukan penyajian data berupa pencatatan, pengetikan, penyuntingan dan disusun ke dalam bentuk teks yang diperluas. Yang paling sering digunakan untuk menyajikan data data dalam penelitian kualitatif adalah dengan teks yang bersifat naratif.

d. Kesimpulan / Verifikasi

Pada tahapan ini peneliti akan melakukan interpretasi data sesuai dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Interpretasi data akan menjawab pertanyaan yang diajukan pada rumusan masalah. Tahapan ini akan menghubungkan antara seluruh data, fakta dan informasi yang ditemukan dengan nalar peneliti. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang ditemukan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. (Sugiyono, 2016 : 247-252)

3.8. Verifikasi Data

Verifikasi data dalam penelitian kualitatif sangat diperlukan untuk menguji atau memeriksa akurasi data yang telah dikumpulkan dari proses penelitian. Verifikasi data bisa dilakukan selama proses penelitian berlangsung. Verifikasi dalam penelitian kualitatif merupakan upaya pemeriksaan terhadap akurasi hasil penelitian dengan menerapkan prosedur-prosedur tertentu (Creswell, 2010: 285). Verifikasi yang digunakan pada penelitian ini antara lain:

a. Triangulasi (*Triangulate*)

Triangulasi merupakan proses pengumpulan data yang bersifat menggabungkan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data yang sudah ada. Triangulasi adalah teknik mengumpulkan sumber-sumber data yang berbeda dengan memeriksa bukti-bukti yang berasal dari sumber-sumber tersebut dan menggunakannya untuk membangun justifikasi tema-tema secara koheren (Creswell, 2010: 286).

b. *Member Checking*

Member checking pada validasi data dalam penelitian kualitatif bertujuan untuk mengetahui akurasi hasil penelitian. Proses ini dapat dilakukan dengan membawa kembali laporan akhir atau deskripsi-deskripsi terhadap partisipan untuk mengecek apakah laporan/deskripsi/tema tersebut sudah akurat.

c. *Expert Opinion*

Dalam tahap ini adalah tahap pemantapan hasil akhir dengan cara peneliti harus mengkonsultasikan hasil temuan di lapangan atau data lapangan kepada para ahli dibidangnya termasuk pembimbing. Proses ini dimaksudkan agar peneliti mendapatkan arahan dan masukan sehingga data yang dihasilkan *valid*, kemudian data tersebut dapat dirampungkan dalam bentuk penelitian yang dapat dipertanggung jawabkan kebenarannya. *Expert Opinion* dalam penelitian ini adalah saudara Singgih Ramadhan dan Lanny Cau.

3.9. Lokasi Dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilaksanakan di Karya Percetakan Jalan Mesjid No. 166 F Medan Kesawan.

b. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan mulai Februari 2018 – Maret 2018.

3.10. Profil Karya Percetakan

Profil Karya Percetakan diperoleh dari hasil wawancara dengan Bapak Wianry Wirianta, SH selaku pemilik perusahaan dan Ibu Melly selaku Marketing Office di Karya Percetakan yang sudah bekerja hampir 13 tahun.

Gambar 3.1
Toko Karya Percetakan



Karya Percetakan adalah perusahaan percetakan perseorangan yang didirikan oleh bapak Wianry Wirianta. Beliau mendirikan Karya Percetakan pada tahun 2002. Berawal dari usaha kecil bapak Wianry menggeluti usaha

percetakannya hingga menjadi salah satu percetakan yang cukup dikenal masyarakat kota Medan.

Harga yang sangat kompetitif, proses cepat dan tepat waktu, kualitas yang terjamin, serta dukungan karyawan yang handal, menjadikan Karya Percetakan dipercaya untuk menjadi mitra percetakan bagi beberapa perusahaan besar, baik swasta maupun instansi pemerintahan, dalam skala regional maupun nasional, untuk segala produk percetakan offset, seperti Company Profile, Annual Report, Brosur, Poster, Leaflet, Paper Bag, Seminar Kit, Buku – buku, Packaging, serta keperluan kantor dan pribadi dengan skala terbatas ataupun dalam jumlah besar seperti : Kartu Nama, Amplop, Kop Surat, Kwitansi, Faktur, Form-form standar maupun khusus, Kalender, Undangan nikah, Kartu ucapan dan lain sebagainya. Hal ini merupakan bukti nyata dari loyalitas dan kepercayaan mitra/pelanggan terhadap Karya Percetakan.

Pada awalnya Karya Percetakan melakukan kegiatan produksinya di percetakan lain. Namun seiring berjalannya waktu, Karya Percetakan berkembang dan melakukan banyak perubahan, baik secara pelayanan maupun pemasaran. Bapak Wianry merintis perusahaannya dengan baik sehingga kini sudah memiliki mesin produksinya sendiri. Mulai dari mesin cetak GTO, MO, mesin pemotong kertas, mesin pond, mesin poly, dsb.

Gambar 3.2
Mesin Produksi Pond di Karya Percetakan



Gambar 3.3
Mesin Produksi GTO di Karya Percetakan



Gambar 3.4
Mesin Produksi Laminating di Karya Percetakan



Karya Percetakan berlokasi di daerah pusat kota Jalan Mesjid No.166 F Medan Kesawan dan saat ini juga sudah memiliki 2 cabang toko yang letaknya berdekatan yaitu di Jalan Ahmad Yani I dan Jalan Perdana. Karya Percetakan saat ini memiliki jumlah karyawan sebagai berikut :

Tabel 3.1
Jumlah Karyawan Karya Percetakan

No	Posisi	Jumlah
1	Marketing Office	2 Orang
2	Graphic Designer	3 Orang
3	Operator Mesin Cetak GTO 4W	2 Orang
4	Operator Mesin Cetak MO 2W	2 Orang
5	Operator Mesin Cetak GTO 1W	1 Orang
6	Operator Mesin Pemetong Kertas	1 Orang
7	Operator Mesin Poli	2 Orang
8	Operator Mesin Pond	2 Orang
9	Operator Mesin Laminating	2 Orang
10	Finising	8 Orang
11	OB	1 Orang
12	Driver	1 Orang
13	SPV	1 Orang
Total Karyawan		28 Orang

Sumber : Diolah Oleh Peneliti Dari Profil Karya Percetakan

Berdasarkan keterangan ibu Melly, Karya Percetakan saat ini memiliki pelanggan tetap tidak hanya dari kota Medan saja, tetapi sampai ke luar kota Medan seperti Kue Ade Kak Nah dari Aceh, Bolu Royyan dari Kota Binjai, Toko Roti Lazizd dari Kota Madina, bahkan tidak jarang masyarakat dari negeri seberang Malaysia datang ke Karya Percetakan untuk memesan undangan pernikahannya.

Gambar 3.5
Kegiatan finishing di Karya Percetakan



Karya Percetakan umumnya memproduksi cetakan yang berbahan dasar kertas dan berdasarkan jenis mesin yang di miliki Karya Percetakan, semua cetakan di produksi dengan teknik *offset*.

Percetakan teknik *offset* merupakan cara mencetak untuk volume tinggi dan secara umum telah dilakukan untuk keperluan komersial. Ciri khas dalam cetak offset yaitu diperlukan penggunaan Film atau Plat cetak (*aluminium plate*) yang akan dimanfaatkan sebagai media transfer dokumen yang hendak dicetak ke permukaan media kertas yang akan dicetak diisi tinta dari roll mesin. Percetakan offset memiliki harga yang cukup tinggi jika volume cetakannya dalam kategori sedikit. Karena percetakan offset memerlukan film atau plat. Satu plat mewakili satu bidang dokumen, satu warna dan jenis. Semakin banyak jenis dokumen dan warna yang digunakan, jumlah biaya yang harus dibayar pun semakin besar. Sedangkan untuk teknik *Digital Printing*, Karya Percetakan menyalurkannya kepercetakan yang bekerja sama dengan Karya Percetakan.

Gambar 3.6
Hasil produksi Karya Percetakan



Gambar 3.7
Graphic Designer di Karya Percetakan



3.11. Visi Misi Karya Percetakan

a. Visi

Menjadi Perusahaan jasa percetakan yang professional yang berkualitas dan hasil yang dijamin bermutu untuk mencapai kepuasan dan kepercayaan konsumen.

b. Misi

- 1) Membangun perusahaan percetakan yang mampu memberikan pelayanan dan kepuasan untuk konsumen.
- 2) Menghasilkan produk yang berkualitas dan bermutu dengan harga yang bersaing.
- 3) Menjalin kemitraan kerjasama dengan stakeholder yang saling menguntungkan.
- 4) Memberikan penghargaan kepada para pegawai melalui pemberian kesejahteraan yang memadai, penyediaan lingkungan kerja yang aman, sehat dan nyaman, memberikan kesempatan untuk pengembangan karir serta melakukan inovasi.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Daftar Informan

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data melalui proses wawancara yang disebut data primer, yaitu suatu proses interaksi dan komunikasi. Dalam proses ini, hasil wawancara ditentukan oleh beberapa faktor yang berinteraksi dan mempengaruhi arus informasi. Faktor-faktor tersebut adalah pewawancara, responden, topik yang tertuang dalam pertanyaan dan situasi wawancara dimanahasil wawancara akan dideskriptifkan berdasarkan jawaban responden. Untuk proses wawancara tersebut peneliti membuat 8 pertanyaan untuk *Graphic Designer* dan 11 pertanyaan untuk *Customer*.

Selain data primer, peneliti juga mengumpulkan data yang diperoleh dari buku, tulisan-tulisan dan referensi lainnya yang mempunyai relevansi langsung terkait dengan Komunikasi Interpersonal *Graphic Designer* Terhadap Kepuasan *Customer* Dalam Menerapkan Ide Design Di Karya Percetakan. Peneliti menetapkan 7 (tujuh) narasumber yang terdiri dari 3 (tiga) orang *Graphic Designer* yang salah satunya merupakan Informan kunci yaitu saudara Singgih Ramadhan yang sudah bekerja di Karya Percetakan selama lebih dari 4 tahun dan 4 (empat) orang *Customer* yang salah satunya merupakan Informan kunci yaitu Ibu Lanny Cau yang sudah menjadi pelanggan tetap Karya Percetakan selama kurang lebih 7 tahun.

Tabel 4.1
Daftar Informan

No	Nama	Umur	Agama	Status
1	Singgih Ramadhan (<i>Graphic Designer Senior</i>)	23	Islam	Informan 1
2	Iqbal Aldino (<i>Graphic Designer Junior</i>)	20	Islam	Informan 2
3	Dharma Agus Gea (<i>Graphic Designer Junior</i>)	25	Kristen	Informan 3
4	Elfina Sari Harahap (<i>Customer Baru</i>)	26	Islam	Informan 4
5	Iqbal Amsari (<i>Customer Baru</i>)	23	Islam	Informan 5
6	Lanny Cau (<i>Customer Tetap</i>)	49	Buddha	Informan 6
7	Bambang Basuki (<i>Customer Baru</i>)	47	Islam	Informan 7

4.1.2. Pemahaman *Graphic Designer* Terhadap Ide Design

Untuk menghasilkan sebuah *graphic design* tentu sangat memerlukan ide design. Ide design adalah bahan pemikiran dalam menghasilkan sebuah design yang menarik. Seorang *Graphic Designer* harus memahami unsur-unsur design yang ada seperti garis, bentuk, warna, gelap terang, tekstur dan format agar mampu menghasilkan *design* yang menarik dan komunikatif. Sebagaimana yang dikatakan oleh Informan 3 saudara Dharma Agus Gea yang merupakan *Graphic Designer* yang baru saja merintis karirnya di Karya Percetakan selama 2 bulan.

“Ide design adalah hasil pemikiran untuk menciptakan sebuah visualisasi design yang menarik dengan penggabungan unsur design seperti font, gambar, warna dan lain-lain.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Penggabungan unsur-unsur design tersebut sangat mempengaruhi seorang *Graphic Designer* untuk menghasilkan sebuah ide yang akan di tuang ke dalam design yang menarik. Dimana design yang menarik tersebut nantinya akan menjadi mediator antara informasi atau pesan-pesan dari *customer* kepada target sasaran/konsumen atau *audience* yang diinginkan. Sesuai yang dikatakan oleh Informan 2 saudara Iqbal Aldino.

“Ide design adalah apa saja yang terlintas dalam fikiran kita tentang kombinasi unsur-unsur design untuk menghasilkan design yang menarik. Sehingga design dapat diterima oleh *Customer*.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Profesi *Graphic Designer* tentunya memiliki alur kerja agar pekerjaannya dapat terarah. Mereka biasanya bekerja berdasarkan konsep atau *design brief* yang disampaikan oleh *Customer*. Kemudian *Graphic Designer* akan mengolah *design brief* tersebut menjadi sebuah rancangan. Seperti yang dikatakan oleh Informan 3 saudara Dharma Agus Gea.

“Langkah awal saya akan menanyakan konsep seperti apa yang diinginkan *Customer*, setelah itu saya akan membuat design tersebut. Lalu saya akan menyampaikan hal-hal terkait ide saya yang kemudian akan disesuaikan atau dituangkan dengan konsep yang diinginkannya.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Dalam (Sriwitari dan Widnyana, 2014 : 32) Kreativitas seorang *Graphic Designer* dibatasi oleh *design brief* yang telah diatur *deadline* (batas waktu pengerjaan), ukuran, bahan, teknik cetak, warna produk atau *brand image* perusahaan dan ketentuan-ketentuan lain yang tidak bisa dilakukan seenaknya. Namun berbeda dengan *Graphic Designer* di Karya Percetakan, Mereka masih memiliki peran untuk berkreaitivitas dan berpendapat dengan bebas. Karena ada beberapa *customer* yang datang tidak memiliki *design brief* seperti pada umumnya. Sehingga mereka akan menyerahkan ide design sepenuhnya kepada *Graphic Designer*. Walaupun nantinya mereka tetap akan melakukan pengecekan atas hasil designnya dengan memberikan sedikit penambahan atau pengurangan untuk kesempurnanya. Seperti yang dipaparkan oleh Informan 2 saudara Iqbal Aldino.

“Dalam melakukan proses design, saya akan bertanya lebih dulu konsep seperti apa yang *Customer* inginkan. Setelah itu saya dapat menemukan ide design yang menarik untuk dibuat. Tetapi terkadang banyak juga *Customer* yang datang tanpa tahu produknya ingin dibuat atau di design seperti apa. Sehingga saya akan dengan bebas berkreasi dengan ide yang saya miliki. Setelah saya menyelesaikan hasil designnya, *Customer* akan melihat apakah sudah sesuai dan sudah cukup menarik untuknya. Jika belum, mereka akan merevisi dengan melakukan penambahan atau pengurangan.” (Wawancara 27 Februari 2018)

4.1.3. Isi Pesan *Graphic Designer* Kepada *Customer*

Ide design tidak lahir begitu saja karena yang menjadi langkah utama *Graphic Designer* adalah akan bertanya kepada *Customer* tentang konsep atau *design brief* seperti apa dan produk apa yang dibuatnya. *Graphic Designer* akan menganalisa dan menentukan ide design yang cocok untuk produk tersebut. Dalam hal ini terlihat bahwa pentingnya melakukan komunikasi antara *Graphic Designer* dengan *Customer*. Karena dengan melakukan komunikasi dengan *Customer*, *Graphic Designer* dapat mengetahui kepada siapa *design* tersebut akan disampaikan sehingga target *audience* yang diinginkan akan tepat pada sasaran. Seperti yang dipaparkan oleh Informan 3 saudara Dharma Agus Gea.

“Langkah awal saya akan menanyakan konsep seperti apa yang diinginkan *Customer*, setelah itu saya akan membuat design tersebut. Lalu saya akan menyampaikan hal-hal terkait ide saya yang kemudian akan disesuaikan atau dituangkan dengan konsep yang diinginkannya.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Dibeberapa kasus seorang *Customer* tidak tahu mau dibuat seperti apa *design* untuk produk mereka, sehingga mereka memilih untuk mempercayakan hasil design sepenuhnya kepada *Graphic Designer*. Namun tetap ada interaksi dari *Customer* ataupun *Graphic Designer*. Karena setelah *designer* menyelesaikan hasil *design*, *Customer* akan melihat dan merevisi untuk melakukan penambahan atau pengurangan pada design yang dibuat. Seperti yang dijelaskan oleh Informan 5 saudara Iqbal Amsari yang merupakan seorang *Customer* yang telah mengunjungi Karya Percetakan untuk kedua kalinya.

“Saya mulanya tidak tahu mau di buat seperti apa produk saya. Lalu *designer* menawarkan pilihan warna dan gambar. Setelah *designer* membuat desigannya dan ada beberapa yang saya merasa kurang cocok pada bagian tata letak tulisannya. Lalu *designer* bersedia mengganti posisinya dengan yang saya kehendaki.” (Wawancara 7 Maret 2018)

Perihal apa-apa saja yang disampaikan oleh *Graphic Designer* kepada *Customer*, tidak lain adalah unsur-unsur design. *Graphic Designer* memberikan pilihan-pilihan bentuk, warna, font atau tekstur yang sesuai untuk kemudian disetujui oleh *Customer*. Seperti yang dikatakan oleh Informan 2 saudara Iqbal Aldino.

“Misalnya *Customer* ingin bentuk bunga rose, tapi jika saya merasa kurang cocok saya akan memberikan contoh bunga yang lebih bagus menurut saya. Contoh lainnya seperti pemilihan warna, jika bunganya warna pink, backgroundnya cocok warna biru. Lalu penempatan font, proporsionalnya seperti apa. Sehingga nantinya menghasilkan design yang *aesthetic*.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Keterangan yang disampaikan oleh Informan 2 yang merupakan seorang *Graphic Designer* juga sesuai dengan yang dikatakan beberapa Informan contohnya yang disampaikan Informan 4 saudari Elfina Sari Harahap yang merupakan *Customer* baru di Karya Percetakan.

“Ada beberapa hal yang disampaikan oleh *designer* seperti pemilihan warna, bentuk bunga dan tata letak tulisan.” (Wawancara 6 Maret 2018)

4.1.4. Media yang Digunakan dalam Menyampaikan Ide Design

Media yang digunakan oleh *Graphic Designer* dalam menyampaikan ide design kepada *Customer* adalah dengan menggunakan aplikasi *chatting* pada *smartphone* seperti Whatsapp dan Line. Karena dengan menggunakan aplikasi *chat* tersebut, *Customer* lebih mudah mengaksesnya lantaran untuk jaman sekarang, *smartphone* adalah benda yang hampir tidak pernah jauh dari kehidupan manusia. Dengan fitur yang dapat mengirim gambar, *Graphic Designer* dapat mengirimkan hasil *design* kepada *Customer* yang kemudian mendapatkan tanggapan tentang hasil design tersebut, mengenai *design* sudah benar dan dapat diproses cetak atau masih ingin melakukan revisi dengan menambahkan atau mengurangi konten yang ada didalam design tersebut. Seperti yang dikatakan oleh Informan 4 saudari Elfina Sari Harahap.

“*Graphic Designer* menyampaikan hasil designnya menggunakan aplikasi Whatsapp. Saya menggunakan Whatsapp lantaran lebih mudah digunakan dan saya pun sangat sering menggunakan aplikasi Whatsapp. Selain itu saya tidak perlu repot-repot datang ke Karya Percetakan untuk mengkontrol hasil design. Karena kebetulan saya juga bekerja sehingga tidak dapat sembarangan pergi keluar kantor pada saat jam kerja.” (Wawancara 6 Maret 2018)

Berbeda dengan Whatsapp dan Line yang merupakan aplikasi *chatting* pada *smartphone*, beberapa *Customer* memilih menggunakan email. Untuk saat ini email juga dapat diakses melalui *smartphone*. Kelebihan dari menggunakan email adalah format file gambar yang dikirim tidak di *compress* seperti pada aplikasi Whatsapp dan Line yang membuat hasilnya terlihat blur atau pecah saat melakukan *scaling* (pembesaran). Seperti yang dikatakan Informan 7 Bapak Bambang Basuki.

“Saya biasanya menggunakan aplikasi Whatsapp. Tetapi dalam saat-saat tertentu saya menggunakan email untuk melihat hasil design yang dibuat oleh *Graphic Designer*. Karena jika ingin mengkoreksi pada bagian tulisan yang terlalu kecil, bila dikirim menggunakan Whatsapp maka hasilnya tidak kelihatan karena blur.” (Wawancara 12 Maret 2018)

Jika kedua Informan diatas menggunakan perantara sebagai media penyampaian ide lain pula halnya dengan customer yang datang langsung ke toko Karya Percetakan. Customer akan duduk disamping *Graphic Designer* dan mendampinginya untuk melihat hasil *design* yang akan dibuat oleh *Graphic Designer*. Hal tersebut terjadi lantaran *Customer* merasa lebih leluasa dan bebas jika ingin sekedar bertanya atau melakukan penambahan atau pengurangan pada design yang dibuat. Seperti yang dipaparkan oleh Informan 5 saudara Iqbal Amsari.

“Saya hadir langsung di toko Karya Percetakan untuk melihat hasil design yang dibuat oleh *Graphic Designer*. Karena saya rasa akan lebih leluasa bila ingin melakukan penambahan atau pengurangan pada design tersebut. Sehingga akan lebih cepat dan *realtime*.” (Wawancara 7 Maret 2018)

4.1.5. Pemahaman Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh

Graphic Designer

Seorang *Graphic Designer* harus benar-benar memahami ide *design* karena sudah hal itu menjadi tugas utama mereka. Berbeda dengan pemahaman *Customer* terhadap *design* hal itu bergantung kepada komunikasi yang dilakukan oleh *Graphic Designer*. Bila terjadi ketidakpahaman pada *Customer*, *Graphic Designer* akan membuat sketsa atau gambaran kasar untuk membantu *Customer* dapat membayangkan hasil *design* yang nantinya akan dibuat. Seperti yang di katakan oleh Informan 2 saudara Iqbal Aldino.

“Beberapa *Customer* memahami ide design yang saya sampaikan. Tetapi ada *Customer* yang kurang paham tentang design, saya akan menyampaikannya dengan membuat sketsa agar mereka mudah memahami ide saya dan mengerti nantinya akan seperti apa hasilnya.” (Wawancara 27 Februari 2018)

Sketsa tersebut merupakan gambaran kasar dari preposisi tulisan, gambar dan lain-lain. Dengan adanya sketsa yang dibuat oleh *Graphic Designer*, *Customer* merasa sangat terbantu hingga lebih mudah untuk memahami hasil designnya nanti akan seperti apa. Namun bagi beberapa *Customer* yang langsung

hadir, mereka tidak menerima sketsa tersebut. Karena *Graphic Designer* langsung mengolah ide designnya kedalam perangkat lunak Photoshop atau CorelDraw. Seperti yang disampaikan Informan 5 saudara Iqbal Amsari.

“Karena saya tidak memahami design, sehingga saya lebih mempercayakan hasil design saya kepada designer. Sehingga designer menjelaskan langsung idenya kedalam hasil produk saya di software CorelDraw yang mereka pakai.” (Wawancara 7 Maret 2018)

4.1.6. Kepuasan Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh

Graphic Designer

Graphic Designer dituntut untuk berfikir kreatif dan berwawasan luas. Faktor yang menentukan kepuasan *Customer* adalah kualitas pelayanan. Dengan berwawasan luas, *Graphic Designer* mampu melayani *Customer* dalam hal-hal yang mereka tidak pahami atau mereka lupakan. Contohnya saja seperti Informan 7 Bapak Bambang Basuki yang sudah cukup sering mengunjungi Karya Percetakan.

“*Designer* memberikan pilihan background untuk produk saya, pilihan warna dan tekstur. Ada juga beberapa konten yang saya tidak tahu bahwa dalam produk yang sama, biasanya terdapat konten tersebut. Seperti brosur perumahan yang saya buat, *designer* melihat ada beberapa ruang kosong pada lembar paling depan, *designer* menyarankan untuk menambah icon-icon fasilitas dari perumahan yang saya promosikan. Sepertinya *designer* sudah paham betul dan sering membuat design untuk brosur perumahan.” (Wawancara 12 Maret 2018)

Terlihat bahwa *Graphic Designer* di Karya Percetakan sudah cukup sering dan memahami betul produk yang dibuatnya. Sehingga kealpaan yang terjadi pada Informan 7 dapat di tutupi dan mampu menjadikan alasan *Customer* untuk merasa puas. Tetapi bagi *Customer* yang tidak merasa puas dengan hasil design yang dibuat maka *Graphic Designer* akan memaksimalkan kreatifitas mereka dan mengubah kembali hasil design yang dibuatnya sampai *Customer* benar-benar menyetujui hasil designnya dan menghasilkan kepuasan untuk *Customer*. Seperti yang dikatakan oleh informan 2 saudara Iqbal Aldino.

“Dalam hal ini tidak dapat dipastikan. Terkadang ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak. Jika mereka tidak merasa puas, saya akan mengajukan ide-ide baru yang nantinya akan mereka setujui.” (Wawancara 27 Februari 2018)

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pemahaman *Graphic Designer* Terhadap Ide Design

Seorang *Graphic Designer* harus memahami unsur-unsur *design* yang ada seperti garis, bentuk, warna, gelap terang, tekstur dan format agar mampu menghasilkan *design* yang menarik dan komunikatif. Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di Karya Percetakan bahwa semua *Graphic Designer* benar-benar memahami tentang ide design. *Graphic Designer* memahami dengan baik dalam mengkombinasikan unsur-unsur design agar menghasilkan *design* yang menarik. Pada hakekatnya, *Graphic Designer* harus bekerja berdasarkan *design brief* yang diberikan oleh *Customer* agar hasil design dapat terarah dan mampu mencapai target *audience* dengan tepat. Walaupun begitu ada *Customer* yang tidak memiliki *design brief* dikarenakan tidak begitu memahami tentang design. Dengan begitu *Customer* akan mempercayakan design produknya kepada *Graphic Designer* sehingga mereka dapat berkreativitas dengan bebas tetapi tetap terarah karena adanya konfirmasi terhadap hasil yang akan di proses dimana *Customer* akan melakukan pengecekan untuk penambahan atau pengurangan pada hasil design atau bahkan sudah dapat langsung diproses. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *expert opinion* saudara Singgih Ramadhan yang merupakan *Graphic Designer Senior* yang ada di Karya Percetakan.

“*Graphic Designer* bekerja untuk menemukan ide design. Ide design merupakan hasil pemikiran yang kreatif. Dimana ide tersebut nantinya akan menghasilkan sebuah rancangan produk yang menarik.

Setiap *Graphic Designer* harus memiliki dan meng-*update* ide design yang dimilikinya agar selalu menghasilkan hasil design yang baik.” (Wawancara 26 Februari 2018)

4.2.2. Isi Pesan *Graphic Designer* Kepada Customer

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di Karya Percetakan *Graphic Designer* akan bertanya kepada *Customer* tentang konsep atau *design brief* seperti apa dan produk apa yang dibuatnya. *Graphic Designer* akan menganalisa dan menentukan ide design yang cocok untuk produk tersebut. Dalam hal ini terlihat bahwa pentingnya melakukan komunikasi antara *Graphic Designer* dengan *Customer*. Karena dengan melakukan komunikasi dengan *Customer*, *Graphic Designer* dapat mengetahui kepada siapa design tersebut akan disampaikan sehingga target *audience* yang diinginkan akan tepat pada sasaran. Kemudian mereka menyampaikan ide design mereka terkait dengan pemilihan bentuk, gambar, atau warna yang sesuai. Dikatakan bahwa masing-masing warna memiliki arti yang berbeda-beda. Sehingga *Graphic Designer* akan memastikan warna tersebut nantinya akan sesuai untuk pasar dari produk tersebut atau tidak. Selain itu mereka menjelaskan terkait pemilihan font. Font merupakan ragam bentuk dari huruf-huruf pada komputer yang membuat hasil design akan terlihat lebih menarik. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *expert opinion* saudara Singgih Ramadhan yang merupakan *Graphic Designer Senior* yang ada di Karya Percetakan.

“Ide design tidak muncul begitu saja. Dalam langkah awal saya harus bertanya lebih dulu kepada customer, kira-kira konsep seperti apa yang dia inginkan. Terkadang ada beberapa customer sama sekali tidak tahu design seperti apa yang diinginkannya. Jika terjadi hal seperti itu saya akan membuat sesuai ide design yang saya miliki. Setelah itu customer akan memberi beberapa penambahan atau bahkan ada yang langsung menyetujui hasil design yang saya buat. Tetapi tidak jarang pula customer yang datang sudah membawa ide design yang diinginkannya sendiri. Sehingga saya hanya bekerja berdasarkan konsep yang dimilikinya. Namun saya tetap memperhatikan kesesuaian unsur design, apakah konsep yang dibawanya akan menghasilkan design yang menarik atau tidak. Biasanya saya akan mengajukan pemilihan warna yang sesuai kepada customer. Dalam dunia design, masing-masing warna memiliki arti dan menimbulkan efek yang berbeda-beda. Untuk suatu produk saya harus dapat menganalisa apakah produk tersebut cocok bila menggunakan warna yang dipilih. Selain warna, pemilihan font, layout, tekstur juga harus diperhatikan. Karena unsur-unsur design yang ada harus selaras sehingga akan menghasilkan design yang menarik.” (Wawancara 26 Februari 2018)

4.2.3. Media yang Digunakan dalam Menyampaikan Ide Design

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di Karya Percetakan bahwa beberapa *Graphic Designer* dan *Customer* berinteraksi dengan menggunakan aplikasi pada *smartphone* seperti Whatsapp atau Line. Hal itu dikarenakan penggunaan *smartphone* sangatlah mudah, bisa diakses dimana saja dan kapan saja. Sehingga *Customer* tidak perlu repot-repot untuk kembali atau jauh-jauh datang ke toko

Karya Percetakan untuk mengecek hasil desainnya. Mereka dapat memantau proses pengerjaan design mereka melalui aplikasi *smartphone* tersebut. Namun ada juga *Customer* yang memilih untuk menggunakan email karena jika menggunakan aplikasi *smartphone* tersebut, kualitas gambar yang dikirim akan terlihat blur atau tidak jelas. Terutama jika design tersebut merupakan rangkaian tulisan yang berukuran kecil. Menggunakan email akan mempertahankan kualitas gambar sehingga *Customer* dapat memastikan tulisan atau konten yang ada pada design sudah benar atau salah. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *expert opinion* dari Ibu Lanny Cau. Beliau merupakan customer yang sudah cukup lama berlangganan dengan Karya Percetakan.

“Media yang digunakan itu tergantung ya. Jika hanya design yang kecil-kecil dan tidak ribet saya biasanya menggunakan Whatsapp. Karena saya juga terkadang sibuk, tidak bisa menyempatkan diri untuk datang kesini sehingga saya dapat mengecek hasil desainnya dimana saja. Berbeda jika design yang mungkin agak banyak, seperti buku. Kalau buku biasanya tulisannya ukurannya kecil-kecil sekali. Sulit untuk dibaca jika dikirim melalui *handphone*.” (Wawancara 7 Maret 2018)

4.2.4. Pemahaman Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh

Graphic Designer

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di Karya Percetakan bahwa beberapa customer dapat memahami ide design yang dibuat oleh *Graphic Designer*. Hal itu dikarenakan *Graphic Designer* membantu customer memahaminya dengan membuat sketsa

dari ide design mereka. Berdasarkan sketsa yang berisi tentang tata letak tulisan dan gambar customer dapat membayangkan hasil akhir dari design yang akan dibuat. Namun cara lain agar customer dapat memahami ide design tersebut, *Graphic Designer* biasanya langsung mengolah ide designnya kedalam perangkat lunak untuk kemudian customer dapat melihat langsung hasil designnya. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *expert opinion* dari Ibu Lanny Cau. Beliau merupakan customer yang sudah cukup lama berlangganan dengan Karya Percetakan.

“Ya, saya dapat memahami ide design yang mereka usulkan. Karena mereka biasanya menjelaskannya menggunakan sketsa. Jadi saya tahu dimana letak konten-konten dari konsep yang saya mau. Tetapi jika saya kebetulan datang kesini, mereka terkadang langsung saja membuat designnya kedalam Photoshop atau CorelDraw. Jadi saya bisa langsung bisa melihat hasilnya di layar monitor.” (Wawancara 7 Maret 2018)

4.2.5. Kepuasan Customer Terhadap Ide Design yang Disampaikan Oleh

Graphic Designer

Berdasarkan hasil penelitian dan pengamatan yang diperoleh oleh peneliti selama melakukan penelitian di Karya Percetakan bahwa *Graphic Designer* dituntut untuk berfikir kreatif dan berwawasan luas. Faktor yang menentukan kepuasan *Customer* adalah kualitas pelayanan. Dengan berwawasan luas, *Graphic Designer* mampu melayani *Customer* dalam hal-hal yang mereka tidak pahami atau mereka lupakan. Seorang *Graphic Designer* yang handal harus belajar memahami konsep yang akan dirancang. Mereka harus rajin mengamati trend

masa kini seperti warna, gaya hidup, teknologi, situasi politik, dll. Mereka harus penuh dengan ide kreatif dengan selalu meng-update pemahaman mereka. Ditambah jika mereka dapat memahami karakter customer mereka akan sangat mudah menentukan pola dan ide yang akan dibuat. Agar design yang mereka buat mampu menyampaikan informasi dengan menarik dan efektif, *Graphic Designer* harus benar-benar memahami unsur-unsur design seperti garis, bentuk, warna, gambar, dan tata letak komposisinya. Dengan begitu customer akan memberikan *feedback* kepuasan terhadap pelayanan *Graphic Designer* dengan mau mengajak kerabat atau keluarga mereka untuk mengunjungi Karya Percetakan. Hal ini diperkuat oleh pernyataan *expert opinion* dari Ibu Lanny Cau. Beliau merupakan customer yang sudah cukup lama berlangganan dengan Karya Percetakan.

“Ya pastinya saya merasa puas. Karena *Graphic Designer* selalu membuat design saya terlihat bagus dan menarik. Mereka selalu tahu tentang selera orang-orang di jaman sekarang ini. Jadi design saya tidak terlihat kuno. Dan hal itu yang selalu membuat saya kembali ke Karya Percetakan. Untuk saat ini saya juga sudah mengajak suami saya yang punya perusahaan yang namanya Global Quality Solusindo. Dan mereka juga sudah sering membuat design mereka disini.”
(Wawancara 7 Maret 2018)

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Hasil penelitian tentang Komunikasi Interpersonal *Graphic Designer* Terhadap Kepuasan Customer Dalam Menerapkan Ide Design Di Karya Percetakan, maka simpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil penelitian Pemahaman *Graphic Designer* Terhadap Ide Design adalah mereka sangat memahami unsur-unsur design. Unsur-unsur seperti garis, bentuk, warna, gambar dan sebagainya merupakan komponen penting yang hasilnya nanti akan membuat design menjadi terlihat menarik. *Graphic Designer* di Karya Percetakan dapat berkreaitivitas dengan bebas, namun masih tetap bergantung kepada ketentuan-ketentuan yang diberikan oleh customer terkait ukuran, warna, bentuk, dll.
- b. Dapat diketahui bahwa isi pesan *Graphic Designer* kepada *Customer* adalah terkait dengan kombinasi dari unsur-unsur design seperti kombinasi warna, layout, pemilihan bentuk ornamen, bunga atau gambar agar menghasilkan *design* yang menarik.
- c. Media yang digunakan dalam menyampaikan ide design adalah bergantung terhadap produk apa yang dibuat dan bergantung pada keinginan *Customer* pula. Untuk media yang biasa dipakai adalah aplikasi *smartphone* seperti Whatsapp dan Line. Sedangkan untuk produk yang

harus di koreksi dengan teliti mereka biasa menggunakan Email untuk mengirimkan hasil design kepada customer.

- d. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan pemahaman *Customer* terhadap ide design yang disampaikan *Graphic Designer* terlihat bahwa beberapa customer mampu memahami ide design yang disampaikan melalui lisan, namun untuk customer yang tidak dapat memahaminya *Graphic Designer* akan membantu customer dengan membuat sketsa yang menggambarkan hasil design.
- e. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terlihat bahwa kepuasan *Customer* terhadap ide design yang disampaikan oleh *Graphic Designer* adalah mereka sangat puas dengan hasil design yang mereka buat di Karya Percetakan. Karena *Graphic Designer* selalu mengupayakan agar customer selalu merasa puas dengan memberikan ide design yang terbaru.

5.2. Saran

Peneliti memiliki saran berdasarkan hasil yang diperoleh selama melakukan observasi dan wawancara sebagai berikut :

- a. Diharapkan bagi *Graphic Designer* khususnya *Graphic Designer* di Karya Percetakan agar selalu mendalami pemahaman tentang *graphic design*, memperbaharui pengetahuan tentang trend terkini agar menghasilkan *design* yang menarik perhatian target audience.

- b. Diharapkan kepada *Graphic Designer* di Karya Percetakan untuk selalu menjaga sikap ramah kepada *Customer* agar menciptakan rasa nyaman untuk *Customer*.
- c. Diharapkan untuk Karya Percetakan agar mampu mengembangkan media promosinya agar lebih mudah dijangkau oleh calon *Customer* serta menjaga kualitas dan mutu baik produk ataupun pelayanannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, Burhan. (2010). *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Kencana Media Group.
- Creswell, John W. (2010). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Harapan, Edi dan Syarwani Ahmad. (2014). *Komunikasi Antarpribadi : Perilaku Individu Dalam Organisasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali.
- Hermawan, Agus. 2012. *Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama.
- Sobur, Alex. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suranto, Aw (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sriwitari, Ni Nyoman dan Drs. I Gusti Nyoman Widnyana, (2014). *Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Windasuri, Heria dan Hyacintha Susanti. (2017). *Excellent Service : The Secret of Building a Service Organization*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Wood, T Julia. (2013). *Komunikasi Teori Dan Praktik : Komunikasi Dalam Kehidupan Kita*. Jakarta: Salemba Humanika.

Sumber lain :

Fakhrurrozi, 2017 “Software yang sering digunakan untuk desain grafis”
<https://kelasdesain.com/software-desain-grafis/> Diakses 27 Februari 2018.

Wikipedia, 2017. “Perancang Grafis”
https://id.wikipedia.org/wiki/Perancang_grafis Diakses 4 Desember 2017.

Wikipedia, 2017. "Pelanggan" <https://id.wikipedia.org/wiki/Pelanggan> Diakses 4 Desember 2017.

Wikipedia, "Komunikasi" https://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi#cite_note-ilmu-3 Diakses 4 Desember 2017.

LAMPIRAN

Transkrip Wawancara

Nama : Singgih Ramadhan (Graphic Designer Senior)

Tanggal : 26 Februari 2018

Sebagai : Informan 1

1. Sudah berapa lama menjadi seorang Graphic Designer?

Jawaban : “Menjadi seorang graphic designer di Karya Percetakan sudah lebih dari 4 tahun. Namun saya sudah berkecimpung dalam dunia design grafis sejak saya masih duduk di SMK pada tahun 2011. Jadi bila dihitung hingga sekarang sudah 7 tahun.”

2. Bagaimana Pemahaman anda tentang ide design?

Jawaban : “Graphic designer bekerja untuk menemukan ide design. Ide design merupakan hasil pemikiran yang kreatif. Dimana ide tersebut nantinya akan menghasilkan sebuah rancangan produk yang menarik. Setiap graphic designer harus memiliki dan meng-*update* ide design yang dimilikinya agar selalu menghasilkan hasil design yang baik.”

3. Bagaimana anda menyampaikan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Ide design tidak muncul begitu saja. Dalam langkah awal saya harus bertanya lebih dulu kepada customer, kira-kira konsep seperti apa yang dia inginkan. Terkadang ada beberapa customer sama sekali tidak

tahu design seperti apa yang diinginkannya. Jika terjadi hal seperti itu saya akan membuat sesuai ide design yang saya miliki. Setelah itu customer akan memberi beberapa penambahan atau bahkan ada yang langsung menyetujui hasil design yang saya buat. Tetapi tidak jarang pula customer yang datang sudah membawa ide design yang diinginkannya sendiri. Sehingga saya hanya bekerja berdasarkan konsep yang dimilikinya. Namun saya tetap memperhatikan kesesuaian unsur design, apakah konsep yang dibawanya akan menghasilkan design yang menarik atau tidak.”

4. Apa saja yang anda sampaikan terkait dengan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Biasanya saya akan mengajukan pemilihan warna yang sesuai kepada customer. Dalam dunia design, masing-masing warna memiliki arti dan menimbulkan efek yang berbeda-beda. Untuk suatu produk saya harus dapat menganalisa apakah produk tersebut cocok bila menggunakan warna yang dipilih. Selain warna, pemilihan font, layout, tekstur juga harus diperhatikan. Karena unsur-unsur design yang ada harus selaras sehingga akan menghasilkan design yang menarik.”

5. Media apa yang anda gunakan dalam menyampaikan ide design?

Jawaban : “Kalau media yang digunakan itu biasanya melalui Whatsapp, Line atau Email. Tergantung keinginan customer maunya dikirim melalui apa. Namun ada juga customer yang datang langsung ke toko dan menunggu hasil designnya hingga selesai. Jadi graphic designer tidak

perlu mengirim hasil design tersebut untuk melakukan konfirmasi apakah designnya sudah disepakati atau belum.”

6. Apakah Customer memahami ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Berdasarkan pengalaman saya, pemahaman customer itu berbeda-beda. Terkadang ada customer yang saya sampaikan secara lisan dia akan mengerti maksud ide yang saya sampaikan. Jika tidak, saya akan membuat sketsanya lebih dulu agar dia mudah memahaminya.”

7. Apakah Customer dapat menerima ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Seperti yang saya sampaikan tadi, bahwa ada beberapa customer yang tidak memiliki konsep design dan ada yang memiliki konsep designnya sendiri. Dari keseluruhan customer yang tidak memiliki konsep mereka akan menerima ide design yang saya berikan. Sedangkan customer yang memiliki konsep sendiri, ada beberapa customer yang dapat menerima ide saya lantaran konsep yang dia bawa menurut saya kurang menarik dan ada juga yang tetap bersikukuh menggunakan konsep yang diinginkannya.”

8. Apakah Customer merasa puas dengan ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Kebanyakan customer merasa puas dengan ide design saya. Karena jika mereka belum merasa puas, saya akan memperbaiki design saya sampai mereka menyetujui ide design saya.”

Nama : Iqbal Aldino (Graphic Designer Junior)

Tanggal : 27 Februari 2018

Sebagai : Informan 2

1. Sudah berapa lama menjadi seorang Graphic Designer?

Jawaban ; “Bekerja menjadi graphic designer di karya percetakan sudah 1 tahun.”

2. Bagaimana Pemahaman anda tentang ide design?

Jawaban : “Ide design adalah apa saja yang terlintas dalam pikiran kita tentang kombinasi unsur-unsur design untuk menghasilkan design yang menarik. Sehingga design dapat diterima oleh customer.”

3. Bagaimana anda menyampaikan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Dalam melakukan proses design, saya akan bertanya lebih dulu konsep seperti apa yang customer inginkan. Setelah itu saya dapat menemukan ide design yang menarik untuk dibuat. Tetapi terkadang banyak juga customer yang datang tanpa tahu produknya ingin dibuat atau di design seperti apa. Sehingga saya akan dengan bebas berkreasi dengan ide yang saya miliki. Setelah saya menyelesaikan hasil designnya, customer akan melihat apakah sudah sesuai dan sudah cukup menarik untuknya. Jika belum, mereka akan merevisi dengan melakukan penambahan atau pengurangan.”

4. Apa saja yang anda sampaikan terkait dengan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Misalnya customer ingin bentuk bunga rose, tapi jika saya merasa kurang cocok saya akan memberikan contoh bunga yang lebih bagus menurut saya. Contoh lainnya seperti pemilihan warna, jika bunganya warna pink, backgroundnya cocok warna biru. Lalu penempatan font, proporsionalnya seperti apa. Sehingga nantinya menghasilkan design yang *aesthetic*.”

5. Media apa yang anda gunakan dalam menyampaikan ide design?

Jawaban : “Hal itu bergantung pada permintaan customer. Terkadang ada customer yang ingin dikirimkan melalui Whatsapp atau Line. Terkadang ada juga customer yang minta untuk dikirimkan melalui email.”

6. Apakah Customer memahami ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Beberapa customer memahami ide design yang saya sampaikan. Tetapi ada customer yang kurang paham tentang design, saya akan menyampaikannya dengan membuat sketsa agar mereka mudah memahami ide saya dan mengerti nantinya akan seperti apa hasilnya.”

7. Apakah Customer dapat menerima ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Kebanyakan customer menerima ide design saya. Tetapi ada juga yang tidak menerima ide design saya dikarenakan mereka sudah memiliki ide design sendiri yang mereka bawa. Jadi sesampainya di Karya Percetakan mereka hanya memakai jasa saya untuk menuangkan idenya kedalam media design seperti Phoshop atau CorelDraw.”

8. Apakah Customer merasa puas dengan ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Dalam hal ini tidak dapat dipastikan. Terkadang ada yang merasa puas dan ada juga yang tidak. Jika mereka tidak merasa puas, saya akan mengajukan ide-ide baru yang nantinya akan mereka setuju.”

Nama : Dharma Agus Gea (Graphic Designer Junior)

Tanggal : 27 Februari 2018

Sebagai : Informan 3

1. Sudah berapa lama menjadi seorang Graphic Designer?

Jawaban : “Menjadi Graphic Designer di Karya Percetakan baru 2 bulan. Tetapi saya sebelumnya sudah memiliki pengalaman bekerja di percetakan lain kurang lebih 5 tahun.”

2. Bagaimana Pemahaman anda tentang ide design?

Jawaban : “Ide design adalah hasil pemikiran untuk menciptakan sebuah visualisasi design yang menarik dengan penggabungan unsur design seperti font, gambar, warna dan lain-lain.”

3. Bagaimana anda menyampaikan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Langkah awal saya akan menanyakan konsep seperti apa yang diinginkan customer, setelah itu saya akan membuat design tersebut. Lalu saya akan menyampaikan hal-hal terkait ide saya yang kemudian akan disesuaikan atau dituangkan dengan konsep yang diinginkannya.”

4. Apa saja yang anda sampaikan terkait dengan ide design kepada Customer?

Jawaban : “Dalam sebuah design perlu kesesuaian diantara unsur-unsurnya. Saya akan mengajukan beberapa pilihan warna, font, ornamen, yang kiranya cocok untuk dituangkan kedalam design tersebut.”

5. Media apa yang anda gunakan dalam menyampaikan ide design?

Jawaban : “Media yang kami gunakan biasanya Whatsapp atau Email.”

6. Apakah Customer memahami ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Sejauh ini kebanyakan customer paham dengan ide design saya. Karena customer melihat langsung saat saya mengolah ide design saya kedalam Photoshop atau CorelDraw. Namun jika proses design cukup lama, customer akan mempercayakan hasil designnya kepada saya untuk nantinya dapat dilakukan revisi jika ingin melakukan penambahan atau pengurangan didalam design tersebut.”

7. Apakah Customer dapat menerima ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Terkadang ada yang menerima, tetapi ada juga yang tidak.”

8. Apakah Customer merasa puas dengan ide design yang anda sampaikan?

Jawaban : “Semua customer merasa puas dengan ide yang saya buat. Karena jika mereka tidak merasa puas, mereka akan meminta ide design yang baru.”

Nama : Elfiina Sari Harahap (Customer Baru)

Tanggal : 6 Maret 2018

Sebagai : Informan 4

1. Dari mana anda tahu tentang Karya Percetakan?

Jawaban : “Saya mengetahui Karya Percetakan dari Kakak saya. Karena dulu beliau pernah membuat undangan pernikahannya disini.”

2. Sudah berapa kali anda menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Hari ini untuk pertama kalinya saya datang ke Karya Percetakan.”

3. Produk apa yang anda buat di Karya Percetakan?

Jawaban : “Undangan Pernikahan”

4. Konsep seperti apa yang anda inginkan untuk design produk anda?

Jawaban : “Konsepnya ingin yang simpel dan tidak berlebihan. Tetapi tetap menarik untuk dilihat.”

5. Bagaimana Graphic Designer menyampaikan ide desigannya kepada anda?

Jawaban : “Designer menanyakan lebih dulu saya ingin undangan saya dibuat seperti apa. Saya memberikan beberapa contoh bentuk bunga, dan warna yang saya suka. Lalu designer membuat undangan saya, dengan kombinasi dari idenya karena menurut designer, kombinasi dari contoh yang saya minta itu kurang cocok.”

6. Apa saja yang disampaikan oleh Graphic Designer tentang ide design?

Jawaban : “Ada beberapa hal yang disampaikan oleh designer seperti pemilihan warna, bentuk bunga dan tata letak tulisan.”

7. Apakah anda paham tentang ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya saya paham.”

8. Media apa yang digunakan Graphic Designer untuk menyampaikan ide design?

Jawaban : “Graphic designer menyampaikan hasil designnya menggunakan aplikasi Whatsapp. Saya menggunakan Whatsapp lantaran lebih mudah digunakan dan saya pun sangat sering menggunakan aplikasi Whatsapp. Selain itu saya tidak perlu repot-repot datang ke Karya Percetakan untuk mengkontrol hasil design. Karena kebetulan saya juga bekerja sehingga tidak dapat sembarangan pergi keluar kantor pada saat jam kerja.”

9. Apakah anda tertarik dengan ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Tertarik. Karena setelah saya melihat hasil dari ide design yang diberikan designer, saya merasa undangan saya terlihat lebih cantik.”

10. Apakah anda merasa puas dengan design yang dibuat oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Iya, saya merasa puas.”

11. Apakah anda tertarik untuk mengajak kerabat anda untuk menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Iya. Ada beberapa teman yang ingin membuat undangan pernikahan juga, tadi saya tawarkan untuk datang kesini juga.”

Nama : Iqbal Amsari (Customer Baru)

Tanggal : 7 Maret 2018

Sebagai : Informan 5

1. Dari mana anda tahu tentang Karya Percetakan?

Jawaban : “kebetulan ada keluarga yang mencetak undangan pernikahan disini.”

2. Sudah berapa kali anda menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Ini yang kedua kalinya. Karena saya merasa puas dengan hasil design undangan yang pernah saya buat disini.”

3. Produk apa yang anda buat di Karya Percetakan?

Jawaban : “Kotak produk suplemen mata.”

4. Konsep seperti apa yang anda inginkan untuk design produk anda?

Jawaban : “konsepnya ingin yang lebih modern dari segi warna, tetapi orang tahu bahwa produk tersebut adalah suplemen mata dan menarik perhatian mereka.”

5. Bagaimana Graphic Designer menyampaikan ide designnya kepada anda?

Jawaban : “Saya mulanya tidak tahu mau di buat seperti apa produk saya. Lalu designer menawarkan pilihan warna dan gambar. Setelah designer membuat designnya dan ada beberapa yang saya merasa kurang cocok pada

bagian tata letak tulisannya. Lalu designer bersedia mengganti posisinya dengan yang saya kehendaki.”

6. Apa saja yang disampaikan oleh Graphic Designer tentang ide design?

Jawaban : “Designer memberikan pilihan warna, font untuk tulisan di logo saya, dan posisi tulisan-tulisan yang ada untuk dilampirkan di produk saya.”

7. Apakah anda paham tentang ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : Jawaban : “Karena saya tidak memahami design, sehingga saya lebih mempercayakan hasil design saya kepada designer. Sehingga designer menjelaskan langsung idenya kedalam hasil produk saya di software CorelDraw yang mereka pakai.”

8. Media apa yang digunakan Graphic Designer untuk menyampaikan ide design?

Jawaban : “Saya hadir langsung di toko Karya Percetakan untuk melihat hasil design yang dibuat oleh graphic designer. Karena saya rasa akan lebih leluasa bila ingin melakukan penambahan atau pengurangan pada design tersebut. Sehingga akan lebih cepat dan *realtime*.”

9. Apakah anda tertarik dengan ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya saya tertarik”

10. Apakah anda merasa puas dengan design yang dibuat oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya.Cukup puas”

11. Apakah anda tertarik untuk mengajak kerabat anda untuk menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Tentu saja saya akan mempromosikan Karya Percetakan kepada teman-teman saya.”

Nama : Lanny Cau (Customer Tetap)

Tanggal : 6 Maret 2018

Sebagai : Informan 6

1. Dari mana anda tahu tentang Karya Percetakan?

Jawaban : “Dulu saya tahu Karya Percetakan dari seorang teman yang pernah menggunakan jasa Karya Percetakan juga.”

2. Sudah berapa kali anda menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Sudah tidak terhitung ya. Karen saya sudah cukup sering kesini. Dan saya sudah berlangganan dengan Karya Percetakan sejak 2010. Saya selalu menggunakan jasa Karya percetakan lantaran saya merasa familiar dengan karyawan-karyawan yang ada disini terutama Graphic Designernya. Tidak hanya itu, saya merasa setiap kali saya ingin membuat produk milik saya mereka tidak pernah mempersulit saya. Intinya, pelayanannya baik.”

3. Produk apa yang anda buat di Karya Percetakan?

Jawaban : “Ada banyak produk yang saya akan buat di Karya Percetakan seperti brosur, spanduk, katalog, company profile dan lain-lain.”

4. Konsep seperti apa yang anda inginkan untuk design produk anda?

Jawaban : “konsep tentunya yang menarik. Kebetulan perusahaan saya adalah Language Center untuk anak-anak, jadi saya menginginkan design yang colourfull dan menarik untuk dilihat oleh anak-anak.”

5. Bagaimana Graphic Designer menyampaikan ide desigannya kepada anda?

Jawaban : “Kebetulan saya lebih sering hadir langsung di Karya Percetakan untuk melihat design saya. Biasanya saya mempercayakan ide design produk saya kepada graphic designer. Setelah designer selesai, saya akan memberikan beberapa penambahan atau pengurangan dibagian yang saya rasa kurang cocok. Jadi, kami saling berinteraksi langsung dan bertukar fikiran tentang ide design untuk produk saya.”

6. Apa saja yang disampaikan oleh Graphic Designer tentang ide design?

Jawaban : “Lebih banyak mengenai gambar, posisi tulisan, warna, background dan lain-lain.”

7. Apakah anda paham tentang ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya, saya dapat memahami ide design yang mereka usulkan. Karena mereka biasanya menjelaskannya menggunakan sketsa. Jadi saya tahu dimana letak konten-konten dari konsep yang saya mau. Tetapi jika saya kebetulan datang kesini, mereka terkadang langsung saja membuat desigannya kedalam Photoshop atau CorelDraw. Jadi saya bisa langsung bisa melihat hasilnya di layar monitor.”

8. Media apa yang digunakan Graphic Designer untuk menyampaikan ide design?

Jawaban : “Media yang digunakan itu tergantung ya. Jika hanya design yang kecil-kecil dan tidak ribet saya biasanya menggunakan Whatsapp. Karena saya juga terkadang sibuk, tidak bisa menyempatkan diri untuk datang kesini sehingga saya dapat mengecek hasil designnya dimana saja. Berbeda jika design yang mungkin agak banyak, seperti buku. Kalau buku biasanya tulisannya ukurannya kecil-kecil sekali. Sulit untuk dibaca jika dikirim melalui *handphone*.”

9. Apakah anda tertarik dengan ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya saya tertarik. Karena jika saya merasa tidak tertarik, mereka selalu memberikan ide-de design lainnya.”

10. Apakah anda merasa puas dengan design yang dibuat oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya pastinya saya merasa puas. Karena graphic designer selalu membuat design saya terlihat bagus dan menarik. Mereka selalu tahu tentang selera orang-orang di jaman sekrang ini. jadi design saya tidak terlihat kuno. Dan hal itu yang selalu membuat saya kembali ke Karya Percetakan.”

11. Apakah anda tertarik untuk mengajak kerabat anda untuk menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Pasti. Untuk saat ini saya juga sudah mengajak suami saya yang punya perusahaan yang namanya Global Quality Solusindo. Dan mereka juga sudah sering membuat design mereka disini.”

Nama : Bambang Basuki (Customer Baru)

Tanggal : 12 Maret 2018

Sebagai : Informan 7

1. Dari mana anda tahu tentang Karya Percetakan?

Jawaban : “Waktu itu saya akan membuat sebuah produk, jadi yang saya tahu di jalan masjid ini banyak percetakan. Jadi saya datang kesini dan kebetulan melewati toko Karya Percetakan.”

2. Sudah berapa kali anda menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Sudah cukup sering. Mungkin ada 10 kali. Berdasarkan pelayanan yang diberikan saya merasa puas sehingga saya kembali mencetak produk saya disini.”

3. Produk apa yang anda buat di Karya Percetakan?

Jawaban : “Banner, spanduk, brosur, dan kartu nama”

4. Konsep seperti apa yang anda inginkan untuk design produk anda?

Jawaban : “Produk yang saya buat adalah produk untuk promosi sebuah perumahan. Sehingga saya menginginkan design yang menarik dan terlihat professional.”

5. Bagaimana Graphic Designer menyampaikan ide desigannya kepada anda?

Jawaban : “Komunikasi Designer cukup baik ya. Karena designer selalu memberikan ide-ide yang bagus untuk produk saya, tetapi mereka tetap

mendengarkan ide dari customer. Jadi saling bertukar pikiran dan terdapat kolaborasi antara designer dan customer.”

6. Apa saja yang disampaikan oleh Graphic Designer tentang ide design?

Jawaban : “Designer memberikan pilihan background untuk produk saya, pilihan warna dan tekstur. Ada juga beberapa konten yang saya tidak tahu bahwa dalam produk yang sama, biasanya terdapat konten tersebut. Seperti brosur perumahan yang saya buat, designer melihat ada beberapa ruang kosong pada lembar paling depan, designer menyarankan untuk menambah icon-icon fasilitas dari perumahan yang saya promosikan. Sepertinya designer sudah paham betul dan sering membuat design untuk brosur perumahan.”

7. Apakah anda paham tentang ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya saya paham.”

8. Media apa yang digunakan Graphic Designer untuk menyampaikan ide design?

Jawaban : “Saya biasanya menggunakan aplikasi Whatsapp. Tetapi dalam saat-saat tertentu saya menggunakan email untuk melihat hasil design yang dibuat oleh graphic designer. Karena jika ingin mengkoreksi pada bagian tulisan yang terlalu kecil, bila dikirim menggunakan Whatsapp maka hasilnya tidak kelihatan karena blur.”

9. Apakah anda tertarik dengan ide design yang disampaikan oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya, sangat tertarik.”

10. Apakah anda merasa puas dengan design yang dibuat oleh Graphic Designer?

Jawaban : “Ya, saya merasa puas.”

11. Apakah anda tertarik untuk mengajak kerabat anda untuk menggunakan jasa Graphic Designer di Karya Percetakan?

Jawaban : “Ya pasti saya akan promosikan ke teman-teman saya.”

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Mentari Septiara
Tempat/Tanggal Lahir : Padang, 27 September 1994
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Bajak III Gg. Mesjid No.3
Anak Ke : 1 (pertama) dari 3 (tiga) bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Surya Laksmo
Ibu : Erawati
Alamat : Jl. Bajak III Gg. Mesjid No.3

Pendidikan Formal

2000-2006 : SD Negeri 060823 Medan
2006-2009 : SMP Negeri 2 Medan
2009-2012 : SMK Negeri 10 Medan
2014-2018 : S1 Ilmu Komunikasi UMSU

Medan, 21 Maret 2018

Mentari Septiara

Foto Bersama Bapak Wianry Wirianta & Ibu Helina



Foto Bersama Graphic Designer Karya Percetakan



Foto Bersama Ibu Lanny Cau



Foto Bersama saudara Iqbal Amsari & Istri



Foto Bersama Bapak Bambang Basuki

