



PPK ORMAWA DPM FIK



# MODUL LITERASI KREATIFGRAFIS



Disusun Oleh:

Tim PPK ORMAWA  
DPM FIK  
UDINUS





# KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga buku ini dapat terselesaikan dengan baik. Buku dengan tema Literasi Kreatifgrafis ini disusun oleh Tim PPK Ormawa DPM Fakultas Ilmu Komputer (FIK) dengan tujuan untuk memberikan panduan serta inspirasi bagi para pembaca dalam mengembangkan kemampuan literasi kreatifgrafis.

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, literasi tidak lagi hanya terkait dengan kemampuan membaca dan menulis teks. Literasi kini mencakup berbagai aspek kreatif, salah satunya adalah grafis. Penguasaan terhadap grafis secara kreatif menjadi sangat penting, tidak hanya bagi pelaku industri kreatif, tetapi juga bagi siapa saja yang ingin berkomunikasi secara efektif dan menarik melalui media visual. Buku ini dirancang untuk memberikan pemahaman mendalam tentang berbagai teknik dan prinsip kreatifgrafis yang dapat diterapkan di berbagai bidang, mulai dari pendidikan, bisnis, hingga industri hiburan.

Kami berharap buku ini dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi para pembaca, baik mahasiswa, praktisi, maupun masyarakat umum yang ingin memperdalam pengetahuan mereka tentang literasi kreatifgrafis. Terima kasih kepada seluruh tim yang telah bekerja keras menyusun buku ini serta pihak-pihak yang telah mendukung terwujudnya karya ini.

Akhir kata, semoga buku ini dapat memberikan kontribusi positif bagi pengembangan literasi kreatif di Indonesia.

**Selamat membaca dan semoga bermanfaat.**

**Tim PPK Ormawa DPM FIK**

**KURIKULUM GRAFIS PPKO DPM FIK 2022/2023**

Pertemuan	Chapter	Materi	Output Pembelajaran	Alokasi Waktu
1	Dasar-dasar produk dan brand	Pengertian Produk	Peserta memahami perbedaan produk dan brand	1 jam (60 menit)
		Pengertian Brand		
2	Dasar-dasar produk dan brand 2	Elemen - elemen Brand	Peserta memahami elemen-elemen brand	1 jam (60 menit)
3	Pengenalan tool canva 1	Pengenalan tool canva beserta fitur-fiturnya bagian 1	Peserta memahami dalam menggunakan tool canva dan memahami fitur-fitur yang dimiliki canva	1 jam (60 menit)
4	Pengenalan tool canva 2	Pengenalan tool canva beserta fitur-fiturnya bagian 2	Peserta memahami dalam menggunakan tool canva dan memahami fitur-fitur yang dimiliki canva	1 jam (60 menit)
5	Praktek membuat desain sederhana menggunakan canva	Praktek membuat desain sederhana menggunakan canva	Peserta bisa menyiapkan atau membentuk barang bekas untuk media tanam	1 jam (60 menit)
6	Praktek membuat poster menggunakan canva	Praktek membuat poster menggunakan tool canva	Peserta bisa membuat desain lebih bagus yaitu poster menggunakan canva	1 jam (60 menit)
7	Penilaian tengah semester	Peraktek membuat poster sesuai tema yang ditentukan	Peserta bisa mengikuti penilaian tengah semester dengan baik	2 jam (120 menit)
8	Branding produk	Memberi pengertian apa itu branding produk	Peserta memahami bagaimana cara branding produk	1 jam (60 menit)
		Memberikan ciri atau kriteria branding produk untuk UMKM		
9	Pengenalan logo	Memberi pengertian logo dan macam logo	Peserta bisa memahami logo	2 jam (120 menit)
10	Pengenalan Kemasan	Mengenalkan jenis-jenis kemasan	Peserta memahami bagaimana membuat kemasan yang baik	1 jam (60 menit)
		Memberi pengertian kemasan yang baik		
11	Brand Awareness	Mengenalkan brand awareness	Peserta bisa memahami brand awareness	2 jam (120 menit)
12	Study Kasus	Mempelajari study kasus tentang logo dan kemasan	Peserta bisa memahami lebih lanjut tentang logo dan kemasan	2 jam (120 menit)
13	Praktek membuat logo	Praktek membuat logo	Peserta bisa membuat logo yang sesuai	2 jam (120 menit)
14	Penilaian akhir semester	Penilaian akhir semester	Peserta bisa mengikuti penilaian akhir semester	2 jam (120 menit)



# Produk VS Brand



Produk/jasa yang sama namun memiliki "nilai" yang berbeda



# APA ITU PRODUK?

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. (Kotler & Armstrong, 2017)

**Produk adalah elemen pertama & terpenting dalam Bahean Pemasaran (Marketing Mix) 8P's**



## 4 Tahapan Siklus Hidup Produk (Product Life Recycle)



### Introduction

- Pada tahap ini, barang mulai dipasarkan dalam jumlah yang besar walaupun volume penjualan belum tinggi.
- Barang yang dijual umumnya barang baru karena masih berada pada tahap permulaan.
- ciri - ciri umum : penjualan masih rendah, volume pasar berkembang lambat, tingkat kegagalan relatif tinggi, banyak melakukani modifikasi produk dalam pengujian dan pengembangannya, biaya produksi, promosi dan pemasaran sangat tinggi, serta distribusi yang masih terbatas.

### Growth

- Ketika berada pada tahap tumbuh, konsumen mulai mengenal produk yang perusahaan buat dengan jumlah penjualan dan laba yang meningkat pesat dibarengi dengan promosi yang kuat. Akan semakin banyak penjual dan distributor yang turut terlibat untuk ikut mengambil keuntungan dari besarnya animo permintaan pasar
- dapat dibedakan dalam 2 kelompok, yakni (1) cepat, dan (2) lambat

### Maturity

- Tahap ini ditandai dengan tercapainya titik tertinggi dalam penjualan perusahaan. Normalnya tahap ini merupakan tahap terlama dalam Product Life Cycle (PLC)
- Hal ini disebabkan pada tahap ini pemenuhan inti kebutuhan oleh produk bersangkutan tetap ada
- Sebagian besar produk yang ada saat ini berada dalam tahap ini, karena itu sebagian besar strategi pemasaran ditujukan untuk produk-produk dalam tahap ini.

### Decline

- Pada kondisi decline produk perusahaan mulai ditinggalkan konsumen untuk beralih ke produk lain sehingga jumlah penjualan dan keuntungan yang diperoleh produsen dan pedagang akan menurun drastis atau perlanaan pasti dan akhirnya mati
- Penurunan penjualan ini diaebabkan oleh faktor - faktor seperti perubahan selera pasar, produk substitusi diterima konsumen (baik dalam negeri maupun luar negeri), dan perubahan teknologi.

## Contoh Kasus : Minute Maid Pulpy Orange



- **Tahap Perkenalan:** Minute Maid Pulpy Orange dikenalkan di Indonesia pada pertengahan September 2008, setelah kesuksesannya di India dan Cina.
- **Tahap Growth:** Setelah dikenalkan pada pertengahan September 2008, Minute Maid Pulpy Orange langsung disambut positif oleh pasar Tanah Air. Bukti, merek minuman jus dari perusahaan raksasa soft drink itu melampaui target awal penjualan. Bahkan, Minute Maid Pulpy Orange sempat mencatat keberhasilan sebagai produk minuman dengan angka penjualan SKU tertinggi dalam rentang waktu tiga bulan.
- **Tahap Maturity:** Pertumbuhan total pasar sari buah setiap tahun mencapai 15-20%, setidaknya Minute Maid Pulpy Orange sanggup bertarung dengan incumbent yang sudah amat kuat, seperti Buavita. Kini Minute Maid Pulpy hadir dengan inovasi baru melalui Minute Maid Pulpy Aloe Vera White Grape yang menggantikan bulir jeruk dengan potongan lidah buaya dan Minute Maid Pulpy Tropical.
- **Tahap Decline:** Terdapat penurunan penjualan Minute Maid Pulpy Orange di tahun 2017 dibanding penjualan di tahun 2016 yaitu sebesar 0,5%. Laporan PT Coca Cola Indonesia memperlihatkan penurunan market share dari Minute Maid Pulpy Orange sejak tahun 2014 s/d November 2016 sebanyak 11%.

# APA ITU BRAND/MERK?

Merek adalah nama, istilah, desain, simbol, atau fitur yang menggambarkan identitas atau citra suatu produk atau jasa. Jika sebuah merek ada, itu menunjukkan citra produk, nama, kualitas, bagaimana produsen menjalankan bisnis, dan bagaimana produsen membujuk konsumen. (Swastha Dharmmesta, 2014)

Merek memiliki nama yang unik dan/atau Simbol untuk mengidentifikasi produk (logo, merek, desain kemasan dan lainnya) atau untuk membedakan antara jasa penjual dan produk tersebut dalam kelompok penjual atau Layanan pesaing. (Amaral, et al, 2013)

## Tujuan Brand/Merek



- Sebagai identitas, yang bermanfaat dalam diferensiasi atau membedakan produk suatu perusahaan dengan produk pesaingnya.
- Alat promosi, sebagai daya saing produk.
- Untuk membina citra, yaitu dengan memberikan keyakinan, jaminan kualitas, serta prestise tertentu kepada konsumen
- Untuk mengendalikan pasar

# Fungsi Brand/Merk

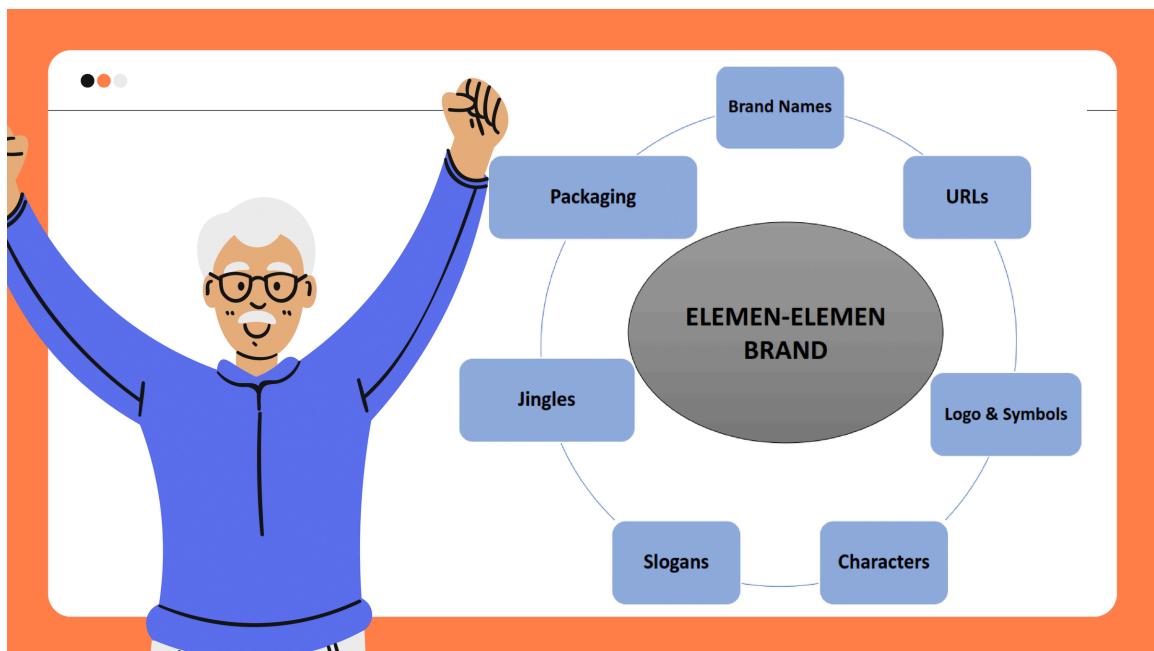
## Consumers

- Identification of source of product
- Assignment of responsibility to product maker
- Risk reducer
- Search cost reducer
- Promise, bond, or pact with maker of product
- Symbolic device
- Signal of quality

## Manufactures

- To simplify product handling or tracing.
- Legal protection aspect.
- Signal of quality level to satisfied customers.
- Source of competitive advantage
- Source of financial returns

# Elemen - Elemen Brand





## Macam Logo

### Words Form Logo

Google

facebook.

NETFLIX

Disney

FedEx.

Coca-Cola

### Pictorial Form Logo





## Visual Identic

- Botol kaleng berwarna merah ?
- Warung minuman dengan payung warna hijau ?
- Toko daring berwarna orange ?
- Partai berwarna merah ?
- jasa logistik berwarna hijau?
- taxi berwarna biru ?
- Bank berwarna biru ?



Taxi Berwarna Biru

## Contoh Slogan

- Orang pintar, minum...
- .... Gantinya ngopi
- Apapun makanannya, minumnya...
- Ada yang lebih bagus dari... ? Yang
- lebih mahal banyak!
- Aku dan kau, suka...
- Terus terang,...terang terus





**Membantu menciptakan desain yang unik dan kreatif**



[www.brandcrowd.com](http://www.brandcrowd.com)

Web berbasis AI untuk  
merancang secara  
instant



[www.canva.com](http://www.canva.com)

Web berbasis template  
untuk membuat  
macam-macam desain  
secara instan





PPK ORMAWA DPM FIK



**SATERNER (Sapta Literacy Corner)** merupakan program yang diusung oleh Tim Pelaksana PPK Ormawa DPM FIK Universitas Dian Nuswantoro 2024. Program ini memiliki tujuh pojok literasi, yaitu Literasi SpeakUp, Literasi KreatifGrafis, Literasi EcoLife, Literasi HealthCare, Literasi DigiTech, Literasi MarketSense, Literasi MoneySpent.

Tim PPK ORMAWA  
Dewan Perwakilan Mahasiswa  
Universitas Dian Nuswantoro