

Optimalisasi Desain Grafis sebagai Strategi *Meta Ads* di PT. Sariling Aneka Energi

Kukoh Mey Ariyanto ¹, Raihan Hikmatul Imam ^{*2}, Grivoyulai Arialengka ³,
Sugeng Widada ⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Teknik Informatika Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Raharja
Email : ¹ kukoh@raharja.info, ^{*2} raihan.hikmatul@raharja.info, ³ grivoyulai@raharja.info,
⁴ sugeng.widada@raharja.info

Abstrak

Di era digital, Meta Ads dan iklan digital menjadi strategi utama untuk menjangkau audiens secara spesifik. PT. Sariling Aneka Energi yang bergerak di bidang pengadaan barang dan jasa untuk instansi pemerintah menghadapi permasalahan kurangnya leads serta target pasar yang belum tepat. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji optimalisasi desain grafis dalam strategi Meta Ads sebagai solusi peningkatan efektivitas pemasaran perusahaan. Pemecahan masalah dilakukan dengan memanfaatkan desain grafis sebagai media komunikasi visual yang tidak hanya menarik, tetapi juga mampu menyampaikan pesan sesuai identitas perusahaan. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif, meliputi observasi langsung, wawancara dengan tim Digital Marketing, serta studi pustaka untuk memperkuat analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan desain grafis dalam iklan Meta Ads yang dipublikasi melalui Facebook, Instagram, dan WhatsApp selama satu bulan mampu meningkatkan leads serta penjualan perusahaan hingga mencapai target. Selain itu, keterlibatan Divisi Digital Marketing, khususnya tim desain grafis, memiliki tanggung jawab dalam menciptakan konten visual yang menarik dan informatif untuk mendukung promosi produk perusahaan melalui Meta Ads. Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa desain grafis berperan penting dalam mendukung strategi digital marketing melalui Meta Ads, meningkatkan brand awareness, dan mendorong pertumbuhan bisnis perusahaan.

Kata Kunci – Desain Grafis, Meta Ads, Digital Marketing

Abstract

In the digital era, Meta Ads and digital advertising have become the main strategy to reach a specific audience. PT. Sariling Aneka Energi, which is engaged in the procurement of goods and services for government agencies, faces the problem of a lack of leads and an inappropriate target market. This study aims to examine the optimization of graphic design in the Meta Ads strategy as a solution to increase the company's marketing effectiveness. The solution is carried out by utilizing graphic design as a visual communication medium that is not only attractive but also able to convey messages according to the company's identity. The research method used is qualitative, including direct observation, interviews with the Digital Marketing team, and literature studies to strengthen the analysis. The results of the study show that the application of graphic design in Meta Ads advertisements published on Facebook, Instagram, and WhatsApp for three months was able to increase the company's leads and sales to reach the target. In addition, the involvement of the Digital Marketing Division, especially the graphic design team, has the responsibility to create attractive and informative visual content to support the company's product promotion through Meta Ads. The conclusion of this study confirms that graphic design plays an important role in supporting the digital marketing strategy through Meta Ads, increasing brand awareness, and driving the company's business growth.

Keywords – Graphic Design, Meta Ads, Digital Marketing

1. PENDAHULUAN

Meta Ads dan iklan *digital* kini menjadi strategi untuk menjangkau *audiens* secara spesifik di era *digital*. Perusahaan semakin mengandalkan desain grafis sebagai sarana komunikasi visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu menyampaikan pesan dengan tepat, PT. Sariling Aneka Energi memanfaatkan desain grafis dalam strategi *digital marketing* untuk menjangkau instansi pemerintah melalui *e-katalog*, di mana tim *Digital Marketing* bertugas menghasilkan konten visual yang menarik, informatif dan sesuai identitas perusahaan, Ini sejalan dengan temuan penelitian bahwa desain grafis dapat meningkatkan efektivitas pemasaran dan mendukung pendapatan mitra bisnis^[1], memperkuat *brand awareness* serta interaksi *audiens* melalui kampanye media sosial^[2], dan berperan penting dalam membangun citra merek positif sekaligus loyalitas konsumen^[3].

PT. Sariling Aneka Energi bergerak dalam pengadaan barang dan jasa khusus untuk instansi pemerintah, barang-barang yang di tawarkan beragam mulai dari alat berat, kendaraan, alat lab, alat kesehatan, genset, elektronik, produk *IT* dsb. Demi tercapainya target perusahaan, PT. Sariling Aneka Energi menghadapi permasalahan dimana kurangnya *Leads* atau penjualan dari produk perusahaan dan target pasar yang kurang tepat, Maka untuk mengatasinya perusahaan mencoba pendekatan secara *digital* yang berupa *Meta Ads* yaitu *platform* periklanan *digital* dari *meta* yang memungkinkan bisnis dan individu mempromosikan produk, layanan, atau konten kepada *audiens* secara spesifik^[4]. Iklan yang dibuat berfokus pada *platform* seperti *Facebook*, *Instagram* dan *Whatsapp*, selama tiga bulan pelaksanaan pengiklanan secara konsisten kini hasil yang di harapkan mulai terlihat yaitu mulai meningkatkannya *Leads* perusahaan yang berarti mulai banyak orang atau pejabat yang melirik ke arah produk yang di tawarkan, tidak hanya itu, penjualan produknya juga meningkat selama satu bulan mampu meningkatkan leads serta penjualan perusahaan hingga mencapai target. Konsep dari iklan yang di hasilkan cukup bervariasi tergantung dari barang yang akan di iklankan dan juga mengikuti tata letak yang disediakan oleh tim media sosial.



Gambar 1. Grafik *Leads Meta Ads*

Leads yang dihasilkan selama satu bulan pengiklanan produk meningkat selama durasi pengiklanan yang dapat dilihat dari grafik yang ditampilkan, PT Sariling Aneka Energi berlokasi di Karawaci Office Park, Blok D No.3, Panunggangan Bar., Kec. Cibodas, Kota Tangerang, Banten 15138 melibatkan Divisi *Digital Marketing* dalam pembuatan *Meta Ads* selama 3 bulan tersebut yang memiliki tujuan akhir supaya menciptakan konten visual yang menarik dan informatif untuk mendukung promosi produk perusahaan menggunakan *Adobe Photoshop*. *Adobe Photoshop* sendiri adalah perangkat lunak *editor* citra buatan *Adobe System* yang dikhususkan untuk pengeditan foto/gambar dan pembuatan efek; perangkat ini menjadi pemimpin pasar (*market leader*) untuk pengolah gambar/foto^[5]. Dengan dibuatnya *Meta Ads* ini diharapkan perusahaan terus meningkatkan metode pengiklanan yang sudah ada dan lebih dioptimalisasi pada bagian desain, *copywriting*, dan juga *style* yang digunakan dalam pembuatannya sehingga hasil akhirnya lebih memuaskan dari hasil yang sebelumnya.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam metode kualitatif karena mampu memberikan pemahaman mendalam mengenai efektivitas desain grafis sebagai media iklan melalui *platform Meta Ads*. Penelitian ini dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu observasi langsung di PT. Sariling Aneka Energi untuk mengamati proses perancangan hingga penerapan desain grafis dalam iklan *Meta Ads*. Wawancara juga dilakukan dengan narasumber yang terlibat dalam pengelolaan iklan *digital* untuk mendapatkan informasi terkait strategi visual, *target audience*, efektivitas iklan, dan studi pustaka dengan meninjau literatur, jurnal, maupun referensi lain yang relevan mengenai peran desain grafis dalam periklanan *digital*.

Literature Review

Berikut adalah pencarian *literature review* yang dilakukan penulis tentang media desain grafis pada PT. Sariling Aneka Energi :

1. Penelitian oleh Nurwicaksono, dkk., (2024) "*Perancangan Media Promosi Pada Organica Food Melalui Media Sosial Instagram*" menjelaskan penggunaan Instagram sebagai platform promosi yang efektif untuk menarik perhatian target konsumen.^[6]
2. Penelitian oleh Simangunsong, dkk., (2024) "*Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Bagi PT. Colar Creativ Industri Bagian Colar Living*" menekankan pentingnya pemilihan produk, desain tepat, dan penggunaan *Instagram* dalam mencapai tujuan pemasaran.^[7]
3. Penelitian oleh Romdhoni, dkk., (2023) "*Desain Infografis Media Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru*" menjelaskan bahwa desain grafis mampu meningkatkan daya tarik dan penyampaian informasi yang lebih efektif dalam konteks pendidikan.^[8]
4. Penelitian oleh S. Widaningsih, dkk., (2025) "*Pengembangan Digital Marketing Dengan Meta Ads Pada Platform Media Sosial Untuk Promosi Ekowisata Sorgum di Kampung Sorgum Desa Bojongmangu Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung*" menjelaskan efektivitas penggunaan *Meta Ads* dalam meningkatkan promosi ekowisata.^[9]
5. Penelitian oleh Sabilla, dkk., (2024) "*Peran Visual Branding Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Platform Media Sosial: Kajian Literatur Periklanan di Era Digital*" menjelaskan bahwa *visual branding* memiliki peran penting dalam meningkatkan *brand awareness* dan *engagement* audiens di era digital.^[10]
6. Penelitian oleh Pratama & Khabibah, (2023) "*Pengoptimalan Iklan dengan Desain Feed Instagram Berbasis Aplikasi Adobe Photoshop di Rumah Pakan Sidoarjo*" menjelaskan bahwa desain *feed Instagram* dengan *Adobe Photoshop* terbukti sangat efektif berdasarkan model *EPIC* dengan skor rata-rata 4,6, sehingga mampu menarik konsumen dan meningkatkan efektivitas promosi. ^[11]
7. Penelitian oleh Dewi & Bamahry, (2025) "*Strategi Optimalisasi Content Marketing dan Meta Ads untuk Meningkatkan Brand Awareness Sekain Sebaru pada Media Sosial Instagram*" menjelaskan bahwa penggunaan *Meta Ads* dengan konten visual yang konsisten efektif dalam meningkatkan *brand awareness* melalui segmentasi audiens yang tepat. ^[12]
8. Penelitian oleh Desrianti, dkk., (2025) "*Desain Grafis Sebagai Media Informasi Pada PT. Raya Hidup Mandiri Kota Tangerang*" menjelaskan bahwa desain grafis merupakan elemen penting dalam *digital marketing* melalui media sosial. Dengan menggunakan metode kualitatif—meliputi observasi, wawancara, dan studi pustaka—peneliti merancang konten *Instagram* berupa *layout* kasar, *layout* komprehensif, hingga *final artwork* menggunakan *Canva* untuk menyampaikan informasi tentang solusi *interior* dan tips desain rumah secara efektif dan menarik.^[13]

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1. Desain Grafis

Desain grafis merupakan proses kreatif yang bertujuan untuk menyampaikan sebuah informasi dan pesan secara visual, melalui penggunaan elemen seperti warna, tipografi, ilustrasi, serta tata letak. Desain grafis tidak hanya sekedar elemen visual, ia merupakan pondasi dari identitas visual yang kuat bagi sebuah *brand*^[14].

Daya tarik visual mengacu pada tampilan kemasan, termasuk elemen grafis. Daya tarik visual sendiri berkaitan dengan faktor emosional dan psikologis manusia^[15].

3.2. Spesifikasi Desain

Desain grafis dapat membantu dalam melakukan promosi penjualan produk melalui *Platform Meta Ads* pada PT. Sariling Aneka Energi. Beberapa desain konten grafis pada *Platform Meta Ads* meliputi desain visual promosi produk untuk *feed* dan *story instagram*, Adapun beberapa manfaat, kelebihan dan kekurangannya antara lain :

1. Manfaat

- a. Desain grafis yang menarik dan seragam bisa menarik perhatian *audiens* pada iklan dan konten yang ditampilkan sehingga meningkatkan kemungkinan mereka berinteraksi dan membeli produk.
- b. Desain grafis menampilkan visual yang konsisten dan terlihat profesional di media sosial, perusahaan bisa menciptakan citra merek yang kuat dan mudah diingat oleh para pelanggan.
- c. Desain grafis dapat meningkatkan efektivitas komunikasi pemasaran.

2. Kelebihan

- a. Desain grafis dapat menarik perhatian *audiens*, sehingga meningkatkan ketertarikan terhadap konten promosi.
- b. Desain grafis fleksibel untuk berbagai format, baik konten *feed*, *story*.
- c. Desain grafis memudahkan untuk menyampaikan informasi dalam promosi dengan cara yang lebih jelas dan mudah dimengerti.

3. Kekurangan

- a. Membuat desain grafis memerlukan banyak waktu dan keterampilan khusus sehingga tidak semua orang dapat membuatnya secara efektif.
- b. Desain grafis memerlukan biaya tambahan, baik untuk *software*, perangkat, maupun tenaga desainer profesional.
- c. Desain grafis yang kurang tepat dan tidak terkonsep justru dapat membuat pesan promosi tidak tersampaikan dengan baik kepada *audiens*.

3.3. Marketing Segmentasi

Geografi	: Instansi Pemerintah Indonesia
Demografi	: Jenis Kelamin : Laki-laki dan Perempuan
	Usia : 35 tahun keatas
	Kelas Ekonomi : Menengah keatas
	Target : Pemerintah Indonesia
Psikografi	: Instansi pemerintah yang membutuhkan pengadaan barang dan jasa seperti alat berat, kendaraan, alat lab, alat kesehatan, genset, elektronik, produk IT, dsb.

3.4. Marketing Strategi

Strategi pemasaran menggunakan konten dan *Ads* di *platform* media sosial *meta ads* dengan desain grafis dapat dilihat pada penjelasan berikut:

1. Menyesuaikan isi konten dengan minat target audiens, seperti solusi pengadaan produk/barang, informasi penawaran, dan dipublikasikan secara konsisten.
2. Menggunakan desain yang konsisten dan menarik agar perusahaan lebih mudah dikenali oleh audiens.
3. Menambahkan elemen ajakan atau *Call to Action* yang jelas seperti “Hubungi Sekarang”, untuk mendorong tindakan langsung dari audiens.

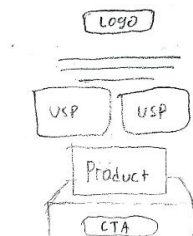
3.5. Konsep Desain

Konsep Desain dari perancangan desain grafis dari PT. Sariling Aneka Energi antara lain :

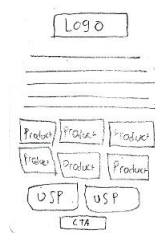
1. Konsistensi Palet Warna yang terang :
Menggunakan palet warna yang berfokus pada biru tua, biru muda dan putih untuk menciptakan kesan modern, segar, dan terpercaya.
2. Tipografi yang Tegas dan Mudah Terbaca :
Memilih *font sans serif modern* seperti *Montserrat* serta *Poppins*. Judul dibuat tebal dan jelas, sub judul dengan ukuran *medium*, sementara *Unit Selling Point* dibuat ringan dan menarik agar audiens lebih mudah memahami isinya.
3. Tata Letak sesuai *Brief* Perusahaan :
Tata letak desain disusun mengikuti *brief* perusahaan dengan pola *grid* untuk menjaga keteraturan, serta pembagian elemen yang jelas antara *headline*, visual utama, dan *CTA*.
4. Penggunaan Elemen Grafis :
Aset visual sederhana sesuai kategori produk dipadukan dengan *shape* biru muda dan *shadow* tipis untuk memberi kesan modern tanpa mengurangi fokus informasi.

A. *Layout* Kasar

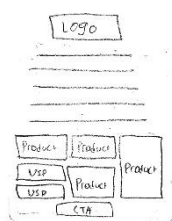
Tahap awal dalam proses desain, adalah *layout* kasar, *layout* kasar yang dibuat ini merupakan kumpulan sketsa dan gagasan atau ide awal yang akan dibuat ke dalam tampilan desain grafis, *layout* kasar tersebut merupakan coretan tangan yang digambar menggunakan pensil^[16]. Berikut ini hasil dari *Layout* kasar :



Gambar 2. *Layout* Kasar PMT.



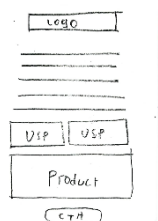
Gambar 3. *Layout* Kasar Peralatan Jaringan.



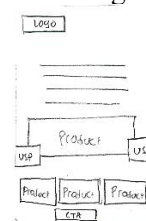
Gambar 4. *Layout* Kasar Alat Kesehatan.



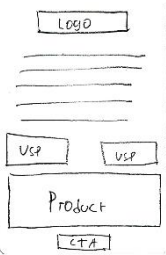
Gambar 5. *Layout* Kasar Peralatan Ledeng.



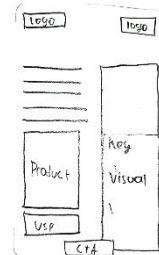
Gambar 6. *Layout* Kasar Motor Dinas.



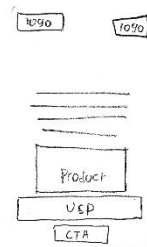
Gambar 7. *Layout* Kasar Furniture.



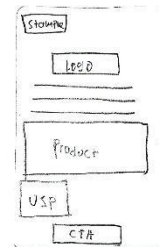
Gambar 8. *Layout Kasar Mobil Dinas.*



Gambar 9. *Layout Kasar Peralatan Multimedia.*



Gambar 10. *Layout Kasar Peralatan Laundry.*



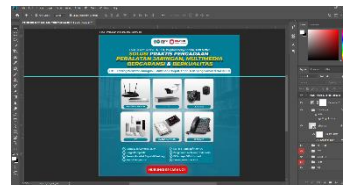
Gambar 11. *Layout Kasar Drone Pertanian.*

B. *Layout Komprehensif*

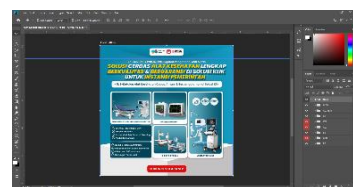
Layout Komprehensif merupakan tahap perancangan *layout* dengan menggunakan perangkat lunak desain grafis *Adobe Photoshop CC 2019*. *Layout komprehensif* juga merupakan *layout* yang sudah pasti, mulai dari gambar, warna dan susunan teksnya^[17]. Berikut ini hasil *Layout Komprehensif* :



Gambar 12. *Layout Komprehensif PMT.*



Gambar 13. *Layout Komprehensif Peralatan Jaringan.*



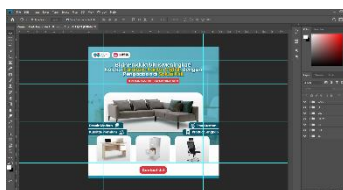
Gambar 14. *Layout Komprehensif Alat Kesehatan.*



Gambar 15. *Layout Komprehensif Peralatan Ledeng.*



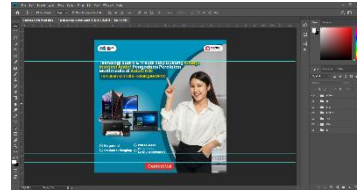
Gambar 16. *Layout Komprehensif Motor Dinas.*



Gambar 17. *Layout Komprehensif Furniture.*



Gambar 18. *Layout Komprehensif Mobil Dinas.*



Gambar 19. *Layout Komprehensif Peralatan Multimedia.*



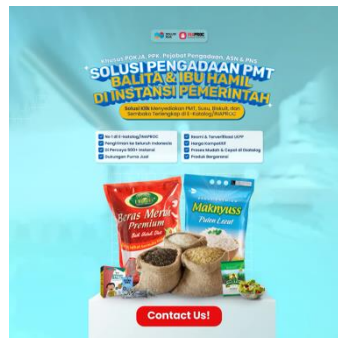
Gambar 20. *Layout Komprehensif Peralatan Laundry.*



Gambar 21. *Layout Komprehensif Drone Pertanian.*

C. *Final Artwork*

Final Artwork merupakan hasil akhir dari berbagai proses penting sebelumnya, yang awalnya dimulai dari tahap membuat *layout* kasar yang berfungsi sebagai kerangka awal hingga proses lebih lanjut hingga menjadi *layout* komprehensif yang lebih terlihat bentuk *layout* dan detailnya. Berikut ini hasil dari *final artwork*:



Gambar 22. *Final Artwork PMT.*

Pada Gambar 22 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk PMT (Pemberian Makanan Tambahan).

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Pembuatan desain *Feed Instagram Ads* ini untuk menyampaikan promosi terkait produk PMT, dengan *headline* “solusi pengadaan”.

b. Konsep Desain

Image

Desain dengan ukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan *background* biru terang, dengan meletakkan produk di atas podium, untuk memberi *highlight* pada produk.

Warna

Warna yang digunakan untuk *background* gradasi putih dengan biru muda, biru yang agak gelap, kuning, dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk PMT ini adalah *font Poppins*.



Gambar 23. *Final Artwork Peralatan Jaringan.*

Pada Gambar 23 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Peralatan Jaringan dan Multimedia.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat untuk menyampaikan promosi terkait penjualan produk peralatan jaringan dan multimedia, dengan *headline* “solusi praktis pengadaan”.

b. Konsep Desain

Image

Pembuatan desain menggunakan ukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan *background* gedung kantor yang ditutup warna biru tua, serta disisipkan seperti katalog produk.

Warna

Warna yang digunakan untuk *background* biru tua, *USP* biru muda, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah *font* Montserrat dan Poppins.



Gambar 24. *Final Artwork Alat Kesehatan.*

Pada Gambar 24 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Alat Kesehatan.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk alat kesehatan, dengan *headline* “solusi cerdas”.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* biru dan podium putih, serta disisipkan seperti katalog produk dengan *USP*nya.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Alat Kesehatan ini adalah *font* *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 25. *Final Artwork* Peralatan Ledeng.

Pada Gambar 25 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Peralatan Ledeng.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk peralatan ledeng, dengan *headline* “solusi cerdas”.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* ruang tamu yang ditimpa *shapes* biru dan lantai kayu, serta disisipkan beberapa produk peralatan ledeng.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Ledeng ini adalah *font* *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 26. *Final Artwork* Motor Dinas.

Pada Gambar 26 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk

Motor Dinas.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk motor dinas, dengan *headline* “solusi cerdas”.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* gedung kota yang ditimpa *shapes* biru dengan *opacity* 95% dan aspal, serta disisipkan beberapa produk motor sesuai jenisnya.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah font *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 27. *Final Artwork Furniture.*

Pada Gambar 27 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk *Furniture* Kantor.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk *furniture* kantor, dengan *headline* “Bikin Produktivitas Meningkat!”.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* ruang kantor yang ditimpa *shapes* biru dengan *opacity* yang lumayan tinggi, serta disisipkan beberapa produk *furniture* di dalam *shapes* putih.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah font *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 28. *Final Artwork Mobil Dinas.*

Pada Gambar 28 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Mobil Dinas.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk mobil dinas, dengan *headline* “Solusi Mobil Dinas Berkualitas”.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* langit dan aspal jalan, serta disisipkan beberapa produk mobil sesuai dengan jenisnya, dengan *style* manipulasi.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah *font* *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 29. *Final Artwork Peralatan Multimedia.*

Pada Gambar 29 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Peralatan Multimedia.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk peralatan multimedia, dengan *headline* yang menunjukkan keunggulan produk.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* biru

dan ruang kantor, disisipkan beberapa produk perangkat multimedia serta gambar *key visual* yang sedang menunjuk ke arah *headline*.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah font *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 30. *Final Artwork Peralatan Laundry.*

Pada Gambar 30 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Peralatan Laundry.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk peralatan laundry, dengan *headline* yang menunjukkan keunggulan produk.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* biru gradasi putih, efek air dan gelembung, serta disisipkan beberapa produk peralatan laundry.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah font *Montserrat* dan *Poppins*.



Gambar 31. *Final Artwork Drone Pertanian*

Pada Gambar 31 di atas adalah *final artwork* desain *Feed Instagram Ads* produk Drone Pertanian.

Dengan penjelasan sebagai berikut:

a. Latar Belakang

Desain *Feed Instagram Ads* ini dibuat dengan tujuan untuk menyampaikan Promosi terkait penjualan produk *drone* pertanian, dengan *headline* yang menunjukkan keunggulan produk.

b. Konsep Desain

Image

Desain ini berukuran 1080 x 1080 *pixels*, dengan dengan *background* langit biru dan persawahan, dan disisipkan 2 *asset* produk *drone* yang sedang menyemprot pertanian.

Warna

Warna yang digunakan pada desain *Feed Instagram Ads* ini adalah biru muda, biru tua, putih, kuning dan merah.

Font

Font yang digunakan untuk *style* promosi *Instagram Ads* pada produk Peralatan Jaringan ini adalah *font Montserrat* dan *Poppins*.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini membuktikan bahwa penerapan desain grafis melalui *Meta Ads* mampu menjawab permasalahan kurangnya *leads* dan kurang tepatnya target pasar pada PT. Sariling Aneka Energi. Selama satu bulan pelaksanaan iklan *digital* pada *Platform Facebook*, *Instagram*, dan *WhatsApp*, perusahaan berhasil mengalami peningkatan signifikan baik dari jumlah *leads* maupun penjualan produk yang mencapai target perusahaan. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa desain grafis tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga sebagai sarana komunikasi visual yang efektif dalam memperkuat identitas perusahaan, meningkatkan *brand awareness*, serta mendukung efektivitas *digital marketing*.

5. SARAN

Untuk mencapai hasil yang lebih optimal, perusahaan disarankan untuk secara berkelanjutan meningkatkan kualitas desain grafis, *copywriting*, dan gaya visual dalam setiap konten iklan. Evaluasi terhadap segmentasi *audiens* perlu dilakukan secara rutin supaya strategi pemasaran lebih tepat sasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. H. Isna and M. Ikaningtyas, "Penerapan Desain Grafis Dalam Memasarkan Aplikasi Bangbeli Guna Meningkatkan Pendapatan Mitra Bisnis Pelaku Umkm Di Pt. Doa Anak Digital (Bangbeli)," *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, vol. 2, no. 2, Okt. 2023.
- [2] M. A. Sinaga, S. Aisyah, C. Riwanci, E. Tarigan, K. Bago, and K. Manik, "Strategi Digital Marketing Dalam Membangun Kesadaran Merek Yang Digunakan Kopi Kenangan Pada Instagram," *Jurnal Bidang Penelitian Advertising dan Desain Grafis*, vol. 1, no. 2, Agust. 2023.
- [3] S. Sabilla, A. P. Nasution, and M. A. Putri, "Peran Visual Branding Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Platform Media Sosial: Kajian Literatur Periklanan Di Era Digital," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, vol. 8, no. 7, 2024.
- [4] Deva Amalia Fitra, Andang Sunarto, and Andi Harpepen, "Media Promosi Meta Ads Tinjauan Ekonomi Syariah: Studi pada Usaha Juragan Bubur Bengkulu", *ERJ*, vol. 4, no. 2, pp. 677 –, Apr. 2025.
- [5] S. Setiyanto, I. F. Yasin, and A. M. Nafiuddin, "Evaluation Of Student Satisfaction With Adobe Photoshop Applications Using The End User Computing Satisfaction Method", *RESTIA*, vol. 1, no. 2, pp. 29–37, Jul. 2023.

- [6] Adhim Dwi Nurwicaksono, Asidigisianti Surya Patria, "Perancangan Media Promosi Pada Organica Food Melalui Media Sosial Instagram," *Jurnal Desgrafia*, Vol. 2, No. 1, Tahun, Pp. 127—138, 2024
- [7] K. B. A. Simangunsong and P. Arifianto, "Penerapan Desain Grafis Sebagai Media Promosi Bagi Pt. Colar Creativ Industri Bagian Colar Living", *synakarya*, vol. 5, no. 1, pp. 69–84, Oct. 2024.
- [8] M. Romdhoni, M. . Luthfie, and A. A. Kusumadinata, "Desain Infografis Media Promosi Dalam Penerimaan Peserta Didik Baru", *karimahtauhid*, vol. 2, no. 5, pp. 1807–1818, Sep. 2023.
- [9] S. Widaningsih, R. A. P. Mayadewi, R. Hendriyanto, and M. Y. Ramadhan, "Pengembangan Digital Marketing Dengan Meta Ads Pada Platform Media Sosial Untuk Promosi Ekowisata Sorgum di Kampung Sorgum Desa Bojongmangu Kecamatan Pameungpeuk Kabupaten Bandung," *Abdi Teknoyasa*, vol. 6, no. 1, Jul. 2025.
- [10] S. Sabilla, A. P. Nasution, and M. A. Putri, "Peran Visual Branding Dalam Meningkatkan Brand Awareness Pada Platform Media Sosial: Kajian Literatur Periklanan di Era Digital," *Jurnal Penelitian Multidisiplin Terpadu*, vol. 8, no. 7, 2024.
- [11] M. R. Pratama and U. Khabibah, "Pengoptimalan Iklan Dengan Desain Feed Instagram Berbasis Aplikasi Adobe Photoshop Di Rumah Pakan Sidoarjo," *Jurnal Aplikasi Bisnis*, vol. 9, no. 2, pp. 98–102, Des. 2023.
- [12] A. Y. Dewi and F. Bamahry, "Strategi Optimalisasi Content Marketing dan Meta Ads untuk Meningkatkan Brand Awareness Sekain Sebau pada Media Sosial Instagram," *Jurnal Sosial dan Sains*, vol. 5, no. 3, 2025.
- [13] D. Desrianti, A. Martono, F. Aulia, and A. L. Rahma, "Desain Grafis Sebagai Media Informasi Pada PT. Raya Hidup Mandiri Kota Tangerang", *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 6, no. 2, pp. 263-276, Aug. 2025.
- [14] Safira Andini Maslahah and P. F. Arifianto, "Peran Dan Pengaruh Desain Grafis Dalam Perancangan Maskot Sebagai Identitas Visual Pt Colar Creativ Industri (Living)", *synakarya*, vol. 5, no. 1, pp. 53–68, Oct. 2024.
- [15] Rico Elhando Badri, Cahyani Pratisti, and Anandha Sartika Putri, "Pengembangan Inovasi Kemasan Produk Untuk Meningkatkan Daya Tarik Umkm Wedang Jahe di Desa Sidodadi Asri ", *PaKMas*, vol. 2, no. 2, pp. 347–353, Nov. 2022.
- [16] M. Faisal and M. Aji Kurnia Putra, "Perancangan Konten Sosial Media Menggunakan Desain Grafis Pada PT. Anggana Catur Prima", *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 4, no. 2, pp. 198-209, Aug. 2023.
- [17] W. Hidayat and S. Rosita, "Desain Komunikasi Visual Sebagai Media Informasi Pada Kecamatan Cisoka Kabupaten Tangerang", *MAVIB Journal : Jurnal Multimedia Audio Visual and Broadcasting*, vol. 3, no. 2, pp. 130-139, Aug. 2022.