

PENERAPAN METODE *DESIGN THINKING* PADA PERANCANGAN STOK FOTO PROGRAM STUDI DESAIN KOMUNIKASI VISUAL UNIVERSITAS DIAN NUSWANTORO KEDIRI

Daniar Wikan Setyanto¹, Dzuha Hening Yanuarsari^{2*}, Gilang Rizky Gardianto³

^{1,2}Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Ilmu Komputer,
Universitas Dian Nuswantoro Semarang

³Program Studi Desain Komunikasi Visual, PSDKU Universitas Dian Nuswantoro Kediri

*corresponding author email: dzuha.yanuarsari@dsn.dinus.ac.id²

Abstrak

Universitas Dian Nuswantoro (Udinus) merupakan perguruan tinggi terakreditasi Unggul yang berdomisili pada beberapa kota yakni Semarang, Kediri dan Lombok. Udinus memiliki kampus utama di Semarang terdiri dari 6 Fakultas dan 23 Program Studi. Udinus juga memiliki Program Studi Di Luar Kampus Utama (PSDKU) yang salah satunya sudah beroperasi yakni di Kediri. Kendala yang dihadapi pada kampus PSDKU Udinus Kediri tersebut adalah belum memiliki stok foto yang bisa digunakan untuk publikasi dan promosi bagi program studi Desain Komunikasi Visual (DKV). Media publikasi dan promosi merupakan sesuatu yang vital untuk Udinus sebagai sebuah Perguruan Tinggi Swasta. Beberapa *platform* aplikasi yang digunakan Udinus dalam publikasi dan promosi saat ini yakni ada pada instagram dan brosur. Mempertimbangkan dari cakupan promosi yang dilakukan Udinus ke depan akan semakin luas maka diperlukan adanya perancangan stok foto yang dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan publikasi dan promosi. Tujuan penelitian ini yakni merancang stok foto untuk Udinus Kediri dengan menggunakan penerapan metode *Design Thinking* dari Bryan Lawson dan Nigel Cross. Penelitian ini menghasilkan stok foto yang original sesuai dengan kebutuhan publikasi dan promosi program studi Desain Komunikasi Visual Udinus Kediri.

Kata Kunci: *design thinking*, promosi, publikasi, stok foto, Udinus

Abstract

Dian Nuswantoro University (Udinus) is an accredited superior university which is domiciled in several cities, namely Semarang, Kediri and Lombok. Udinus main campus in Semarang consists of 6 faculties and 23 study programs. Udinus also has a Study Program Outside the Main Campus or called PSDKU which is now operating in Kediri. The obstacle faced at the PSDKU Udinus Kediri campus is that it does not yet have stock photos that can be used for publication and promotion for the Visual Communication Design (DKV) study program. Publication and promotional media are vital for Udinus as a private university. Some of the application platforms that Udinus currently uses in publications and promotions are Instagram and brochures. Considering that the scope of promotions carried out by Udinus in the future will become wider, it is necessary to design stock photos that can be used for publication and promotional needs. The aim of this research is to design stock photos for Udinus Kediri using the Design Thinking method of Bryan Lawson and Nigel Cross. This research produces original stock photos in accordance with the publication and promotion needs of the Udinus Kediri Visual Communication Design study program.

Keywords: *design thinking*, promotion, publication, stock photos, Udinus

1. PENDAHULUAN

Universitas Dian Nuswantoro (Udinus) merupakan salah satu Perguruan Tinggi Swasta dengan Akreditasi Unggul di Jawa Tengah. Awal mula berdiri Udinus tahun 1986 yakni berupa kursus komputer dengan nama Institut Manajemen Komputer dan Akuntansi (IMKA). Seiring bertambah usia IMKA berkembang pesat sehingga pada tahun 2021 mulai mengepakkan sayapnya dengan bergabung dengan beberapa lembaga pendidikan lain dan kemudian bertransformasi menjadi universitas dengan nama Universitas Dian Nuswantoro. Nama Dian Nuswantoro diambil dari penyederhanaan kata dalam bahasa Jawa yakni dari kata “*Dumununging Ingsun Angrakso Nagoro Nuswantoro*” yang memiliki arti keberadaan Universitas Dian Nuswantoro yang terus ikut serta dalam pembangunan bangsa dan negara. Saat ini Udinus di Semarang memiliki 6 (enam) Fakultas yakni Fakultas Ilmu Komputer, Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Fakultas Kesehatan dan yang terbaru yakni Fakultas Kedokteran. Udinus juga memiliki Program Studi Diluar Kampus Udinus (PSDKU) yang saat ini sudah beroperasi yakni ada di Kota Kediri. Kendala yang dihadapi pada kampus PSDKU Udinus Kediri yakni belum terdapatnya stok foto yang bisa digunakan dan dimanfaatkan untuk publikasi dan promosi.

Publikasi dan promosi untuk Udinus merupakan sesuatu yang penting kaitannya untuk mensukseskan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB) dengan tujuan menjaring mahasiswa dan mahasiswi baru pada setiap tahun. Salah satu publikasi dan promosi yang dilakukan oleh Udinus dengan jangkauan audiensi yang luas lewat sosial media. Mulai merambahnya perkembangan ekonomi digital di Indonesia yang mulai pesat dari tahun ketahun menunjang dalam peningkatan suatu usaha dan bisnis bagi para wirausahawan dan staff yang bertugas dalam melakukan publikasi dan promosi lewat berbagai media sosial dan *channel* yang ada. Pengguna media sosial yang ada di Indonesia mengalami penetrasi yang semakin tinggi. Pengguna jejaring sosial yang ada di Indonesia tahun 2017-2026 (Nurhayati-Wolff, 2021) pada tahun 2017 diperkirakan sejumlah 193, 43 juta pengguna media sosial dan diprediksi melonjak kedepannya mencapai 236,97 pada tahun 2026 yang akan datang (Abdillah, 2022). Indikasi ini menyiratkan akan pentingnya peranan publikasi dan promosi lewat sosial media. Pada kegiatan publikasi dan promosi ada hal yang perlu diperhatikan salah satunya yakni berupa strategi promosi. Strategi promosi merupakan alat yang bisa digunakan dalam mencapai tujuan, sehingga penggunaan strategi promosi perlu untuk diterapkan dengan baik. Untuk mencapai keefektifan tersebut bisa dicapai dengan menganalisis lingkungan untuk mengetahui kekuatan serta kelemahan, ancaman dan peluang yang kemudian dapat ditetapkan bentuk strategi publikasi atau promosi produk yang ditawarkan sehingga tercapai kata efektif (Amanah, 2017).

Strategi publikasi dan promosi lewat internet khususnya melalui sosial media mampu meningkatkan penjualan secara luas dan bahkan beberapa tidak memerlukan biaya pemasaran yang mahal. Selain itu konsumen lebih mudah dalam mencari informasi mengenai produk yang mereka butuhkan karena tidak perlu bertatap muka secara langsung (Masturoh & Anggita, 2018). Begitu juga dalam penjangkaran mahasiswa atau mahasiswi baru, Udinus perlu menetapkan strategi dan menempatkan strategi tersebut

ke dalam media sosial yang tepat sehingga tujuan dari publikasi dan promosi tercapai dengan efektif dan tepat. Salah satu bentuk strategi promosi yang perlu diperhatikan yakni mengetahui segmentasi pasar yang dituju. Menurut (Kotler & Keller, 2009) terdapat beberapa kriteria segmentasi pasar yang dapat dijalankan melihat dari konteks organisasi bisnis yang bisa dijalankan dengan efektif dan efisien diantaranya yakni: 1) Terukur (*measurable*), dengan artian segmentasi pasar harus dapat diukur, baik dalam konteks besar maupun luasnya serta memperhatikan pada daya beli segmen pasar tersebut; 2) Terjangkau (*accessible*) artinya segmen pasar tersebut bisa dicapai dengan pelayanan yang efektif; 3) Cukup luas (*substansial*) sehingga bisa menguntungkan ketika dilayani; dan 4) Dapat dilaksanakan (*actionable*) dengan pertimbangan semua program yang sudah disusun untuk menarik dan melayani konsumen dapat terlaksana dengan efektif (Ahmed, 2014).

Dengan mengenal segmentasi pasar maka kegiatan publikasi dan promosi yang dilakukan terlaksana dengan mudah. Segmentasi pasar yang dijangkau Udinus sebenarnya tidak terbatas nasional tetapi juga internasional dengan kisaran segmentasi pasar remaja hingga usia produktif. Selain segmentasi pasar yang perlu diperhatikan, adaptasi media sosial mempunyai efek yang signifikan juga untuk institusi pendidikan tinggi atau universitas. Berkembangnya perangkat lunak/*software* dan teknologi memberikan kekuatan dan cara baru dalam mengelola sistem pendidikan tinggi. Pendekatan media sosial sudah mulai banyak digunakan oleh berbagai institusi atau universitas dengan tujuan untuk menaikkan citra dan popularitas institusi/universitas sehingga lebih banyak dikenal oleh kalangan masyarakat (Hafidhah et al., 2020).

Media sosial yang menarik mengundang animo audiens dalam melihat. Dalam membuat media sosial menarik dibutuhkan bentuk konten sosial media yang menarik pula. Jenis-jenis konten sosial media yang perlu diperhatikan ada tiga yaitu konten visual, konten teks, dan konten inspiratif. *Pertama*, Konten visual seperti gambar dan video. Konten jenis ini memerlukan elemen visual atau gambar yang menarik serta berkualitas. Persiapan yang matang perlu dilakukan dalam pembuatan konten visual agar audiens yang dituju merasa tertarik dan menikmati konten tersebut. *Kedua*, konten teks seperti *caption* dan teks pada gambar. Walaupun keduanya sama-sama memuat teks tetapi memiliki perbedaan yaitu *caption* biasanya ada dalam bentuk teks yang ditambahkan pada media sosial sedangkan teks dalam gambar biasanya ditambahkan kedalam gambar atau foto dan berbentuk judul, keterangan maupun kalimat inspiratif. *Ketiga*, konten inspiratif seperti kuis atau *polling*. Konten ini mengundang partisipasi dari audiens atau interaksi audiens dalam bentuk kuis atau *polling* untuk memungkinkan mereka mengemukakan pendapat. (GreatNusa, 2023). Dari ketiga konten tersebut, konten visual memiliki peranan yang tidak kalah penting kaitannya menarik perhatian audiens atau *eye tracking* pada saat melihat. Pada penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa konten visual memiliki peranan yang pening dalam *social media marketing* dimana 90% informasi yang masuk ke otak manusia adalah informasi secara visual (Hanindharputri & Pradnyanita, 2021).

Pada penelitian ini konten visual untuk publikasi dan promosi dilakukan dengan membuat persiapan yang matang terkait perancangan stok foto yang bisa digunakan untuk menunjang kegiatan publikasi dan promosi pada media sosial untuk Udinus. Pentingnya perancangan stok foto secara matang didasarkan pada urgensi sebagai berikut: 1) Stok foto diperlukan untuk berikutnya mudah dilakukan *editable* yang bisa digunakan untuk berbagai kebutuhan konten publikasi dan promosi Udinus pada media sosial Instagram; 2) Perancangan stok foto dibutuhkan karena bersifat fleksibel dan mudah diterapkan pada berbagai tema seperti tema untuk fakultas, program studi, kegiatan publikasi mahasiswa dan *event-event* dan berbagai kegiatan yang berhubungan dengan kegiatan Penerimaan Mahasiswa Baru (PMB); 3) Perancangan stok foto dibutuhkan karena original menggunakan model mahasiswa/mahasiswi dari Udinus; 4) Stok foto dibutuhkan karena memiliki masa atau umur yang relatif panjang sehingga dapat dipakai setidaknya sampai dua tahun ke depan.

Pada urgensi point ketiga yang membahas seputar originalitas foto dengan menggunakan model sendiri memiliki korelasi dengan pernyataan penelitian sebelumnya bahwa pemilihan figur yang sesuai dan tepat dalam penerapannya pada sebuah sistem pertandaan dapat memunculkan makna *monoistik* yang *abberant decoding* dan tanpa *chaos*. Untuk selanjutnya beberapa figur yang digunakan sebagai model foto tersebut dapat membawa sebuah makna dan dominan. Pemaknaan pada perancangan stok foto yang dipersiapkan secara matang diharapkan dapat menciptakan *brand awareness* dan citra tersendiri yang sesuai dengan visi misi yang ingin dimunculkan pada publikasi dan promosi Udinus (Setyanto, 2018). Pada PSDKU Udinus Kediri memiliki empat program studi yang termasuk di dalamnya meliputi Program Studi Sarjana Desain Komunikasi Visual (DKV), Sarjana Teknik Informatika (TI), Sarjana Sistem Informasi (SI), dan Sarjana Manajemen. Fokus penelitian ini yakni bagaimana stok foto dapat menunjang kegiatan promosi dan publikasi pada Program Studi Desain Komunikasi Visual yang ada di PSDKU Udinus Kediri juga dalam rangka tujuan menunjang kegiatan penerimaan mahasiswa baru.

2. METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian Kualitatif. Metode penelitian ini lebih kepada pendekatan yang tertarik pada makna dan interpretasi dibandingkan dengan statistik karena metode yang dilakukan dengan melibatkan pada pengamatan langsung, wawancara dan analisa teks. Beberapa kelebihan dari penelitian kualitatif adalah sebagai berikut: 1) Memahami Konteks. Penelitian ini memungkinkan pengumpulan data yang mendalam dan terperinci berbasis pada fenomena; 2) Fleksibilitas. Pendekatan kualitatif memungkinkan memberikan fleksibilitas yang besar mengenai pengumpulan data; 3) Mendalam. Penelitian kualitatif dapat menghasilkan data yang mendalam dan mendetail karena melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan partisipan; 4) Konteks Interpretatif. Pendekatan ini menerapkan konteks interpretatif dalam menganalisa juga menyimpulkan data. Hal ini membantu dalam memahami proses sosial serta budaya berbasis fenomena yang sedang diteliti; 5) Penelitian Awal.

Penelitian ini sering digunakan sebagai tahap eksploratif penelitian. (Raina, 2023) Sedangkan metode perancangan yang digunakan pada penelitian ini yakni menggunakan metode *Design Thinking* dari Bryan Lawson dan Nigel Cross tahun 1980an. Penggunaan metode *Design Thinking* dipilih karena metode ini mengedepankan kebutuhan dan kenyamanan dari pengguna desain yang membutuhkan pemahaman yang mendalam seputar kebutuhan pengguna dan memastikan kebutuhan tersebut dapat terpenuhi dengan efektif. Metode perancangan *Design Thinking* memiliki lima tahapan yakni *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*(Fitria et al., 2023).



Gambar 1. Metode *Design Thinking*
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

Pada gambar metode *Design Thinking* diatas dapat dijabarkan kedalam deskripsi tabel 1. sebagai berikut:

Tabel 1. Deskripsi Metode *Design Thinking*
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Elemen	Keterangan
1	<i>Empathize</i>	<i>Empathize</i> memiliki tujuan dalam mengidentifikasi serta memahami masalah yang sedang dihadapi atau dialami oleh pengguna. Pada penelitian ini data dikumpulkan melalui observasi dan pengamatan langsung berbasis fenomena yang sedang diteliti.
2	<i>Define</i>	Merupakan tahapan menyusun rumusan masalah yang sudah diidentifikasi pada tahapan <i>empathize</i> . Pada tahapan ini diidentifikasi masalah yang ada untuk dapat ditindaklanjuti berikutnya.
3	<i>Ideate</i>	Proses untuk menyampaikan ide-ide dan gagasan yang muncul untuk menyelesaikan masalah yang ada. Pada tahapan ini dipetakan ide dan gagasan yang memungkinkan untuk menjadi solusi efektif pada permasalahan yang dihadapi.
4	<i>Prototype</i>	Tahapan perancangan awal solusi desain yang dibuat untuk bisa mendeteksi permasalahan awal dan memperoleh alternatif solusi dan pembaharuan.
5	<i>Testing</i>	Tahapan pengujian yang dilakukan dalam memperoleh respon pengguna menggunakan wawancara fenomenologi pada beberapa audiens didasarkan pada perancangan produk yang telah dilakukan dalam proses awal <i>prototype</i> pada tahap sebelumnya

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut merupakan analisis menggunakan metode *design thinking* yang dapat dilihat pada paparan sebagai berikut:

a. *Empathize*

Pada tahap awal penelitian dilakukan pengumpulan data berupa observasi dan pendataan data lapangan terhadap situasi dan kondisi yang ada pada PSDKU Udinus Kediri selaku objek yang diteliti. Pada tahapan ini penulis yang berdomisili di PSDKU Udinus Kediri melakukan observasi langsung dan kemudian melakukan pendataan lapangan. Bentuk data yang diperoleh dapat dijabarkan pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar pendataan observasi lapangan pada objek penelitian
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Temuan pada Objek Penelitian
1	Program Studi DKV Udinus Kediri merupakan program studi di luar kampus utama Udinus yang berdomisili di Kediri dan belum lama berdiri yakni pada tahun 2021.
2	Program Studi DKV Udinus Kediri belum memiliki stok foto original dari model Kediri yang bisa digunakan untuk kebutuhan publikasi dan promosi. stok foto selama ini masih menggunakan stok foto dari Udinus Semarang.
3	Originalitas stok foto dibutuhkan Program Studi DKV Udinus Kediri agar tidak terkena pelanggaran hak cipta dan memiliki kesan eksklusif.
4	Program Studi DKV Udinus Kediri karena belum lama berdiri masih target capaian perolehan mahasiswa atau mahasiswinya masih sedikit dan masih perlu memperluas target capaian tersebut.
5	Media publikasi dan promosi selama ini pada PSDKU Udinus Kediri masih menggunakan stok foto pada Udinus Semarang.

Berdasarkan data observasi yang dipaparkan diatas, selanjutnya dari beberapa permasalahan yang ada dilakukan identifikasi data yang dapat mengindikasikan keadaan dan mencari alternatif solusi dari permasalahan yang ada. Dari data tersebut dijadikan patokan dalam mencari pengembangan pada solusi yang dihadirkan.

b. *Define*

Pada tahapan ini dilakukan identifikasi dari data observasi yang sudah diolah, dari permasalahan yang ada diidentifikasi dan dikategorikan untuk kemudian dilakukan tindak lanjut yang dilakukan untuk mengatasi permasalahan tersebut. Tahap ini juga memperhatikan strategi *marketing* yang telah lama dijadikan sebagai tema *unique selling position* (USP) kampus Udinus yaitu tentang kampus yang kuat pada sisi teknologinya. Pada tahap ini diidentifikasi ada lima kondisi permasalahan yang dipaparkan. Dari kondisi tersebut maka dapat dikategorikan pada tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. *Define problem* pada permasalahan objek penelitian
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Temuan pada Objek Penelitian	<i>Define</i>
1	Program Studi DKV Udinus Kediri merupakan program studi di luar kampus utama yang belum lama berdiri.	Penunjang <i>Brand Identity</i>
2	Tidak adanya stok foto original pada Program Studi DKV Udinus Kediri.	System Bank Foto
3	Originalitas stok foto dibutuhkan Program Studi DKV Udinus Kediri	Originalitas Karya
4	Target capaian perolehan mahasiswa atau mahasiswi Program Studi DKV Udinus Kediri masih sedikit.	Penunjang Target Capaian PMB
5	Media publikasi dan promosi selama ini pada Program Studi DKV Udinus Kediri masih menggunakan stok foto pada Udinus Semarang.	Penunjang Kebaharuan Media

Identifikasi pada permasalahan yang ada berguna dalam menentukan tahap selanjutnya yang harus dilakukan apa. Tahap selanjutnya diolah gagasan dan ide yang digunakan sebagai alternatif solusi.

c. Ideate

Pada tahap *ideate*, peneliti sudah mendapatkan tujuan utama setelah melewati tahap identifikasi yakni berupa pengembangan perancangan stok foto yang baru khusus untuk PSDKU Udinus Kediri. Tabel 4 berisikan konteks *Ideate* berupa solusi permasalahan pada objek yang diteliti sebagai berikut:

Tabel 4. Identifikasi *Ideate* sebagai Solusi Permasalahan pada Objek Penelitian
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Temuan pada Objek Penelitian	<i>Ideate</i>
1	<i>Unique selling position</i> (USP) kampus Udinus	<ul style="list-style-type: none"> - Kampus berwawasan teknologi dan multimedia - Satu-satunya Perguruan Tinggi dengan Program studi DKV di Kota Kediri - Kegiatan perkuliahan yang kreatif dan menyenangkan
2	Hasil identifikasi masalah	<ul style="list-style-type: none"> - Menunjukkan interaksi mahasiswa saat perkuliahan (suasana akademik) - Menunjukkan sarana-prasana yang berkaitan dengan DKV - Penggunaan model siswa berseragam SMA (calon mahasiswa) sebagai sasaran promosi - Menggunakan model asli mahasiswa dari PSDKU Udinus Kediri

Pada PSDKU Udinus Kediri memiliki empat program studi yang termasuk didalamnya meliputi program studi Sarjana Desain Komunikasi Visual, Sarjana Teknik Informatika, Sarjana Sistem Informasi dan Sarjana Manajemen. Pada keempat program studi tersebut memiliki karakteristik masing-masing sesuai dengan bidang keilmuan yang diusung masing-masing pada visi misi tiap program studi. Karakteristik program studi DKV Udinus Kediri yang sesuai dengan visi dan misi program studi dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut:

Tabel 5. Karakteristik pada Program Studi PSDKU Udinus Kediri
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Program Studi	Karakteristik Program Studi sesuai dengan Visi & Misi	Konsep Perancangan
1	Sarjana Desain Komunikasi Visual	Program studi yang mengusung keilmuan desain komunikasi visual yang unggul pada bidang multimedia kreatif dan kewirausahaan yang relevan dengan kebutuhan industri kreatif.	Stok foto dengan penggambaran yang berkaitan dengan bidang peminatan desain komunikasi visual dan multimedia kreatif misalnya pada bidang keilmuan yang tercermin pada beberapa mata kuliah seputar grafis (digambarkan model sebagai mahasiswa yang sedang menggambar), fotografi (digambarkan model sebagai mahasiswa yang tengah memotret) dan multimedia (digambarkan model sebagai mahasiswa yang tengah merancang multimedia menggunakan <i>tablet</i>).





Dari karakteristik yang digambarkan pada keempat program studi yang ada di PSDKU Udinus Kediri maka dapat digunakan sebagai tolak ukur atau bahan rujukan dalam pengembangan perancangan stok foto untuk menunjang sarana publikasi dan promosi pada PSDKU Udinus Kediri.

d. Prototype

Tahapan ini berisikan perancangan *prototype* yakni berupa perancangan stok foto yang nantinya digunakan untuk mendukung berbagai sarana publikasi dan promosi pada PSDKU Udinus Kediri. Perancangan stok foto tersebut dapat dilihat sebagai berikut ini:

Tabel 6. Perancangan Stok Foto Program Studi DKV Udinus Kediri
 [Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Penjelasan
1	<p>Tema Desain Komunikasi Visual</p> <p>Pengembangan gagasan visual dari poin-poin yang telah ditentukan pada tahap <i>ideate</i> yaitu sebagai berikut:</p> <ul style="list-style-type: none"> a) Suasana akademik (interaksi mahasiswa). b) Penggunaan sarana prasarana kreatif yang berkaitan dengan DKV seperti buku, meja ilustrasi, dan alat gambar. c) Penggunaan jas almamater Udinus untuk identitas mahasiswa. d) Penggunaan model dengan seragam SMA sebagai representasi dari target audiens.
	<p>Perancangan Stok Foto</p> <div style="text-align: center;">  <p>Suasana akademik dengan buku, alat dan meja gambar</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Penggunaan jas almamater Udinus dan seragam SMA</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>Suasana akademik di luar ruangan</p> </div>

2	Tema Multimedia Kreatif
	Kegiatan belajar yang berhubungan dengan Multimedia kreatif. Penggunaan sarana prasarana yang identik dengan teknologi dan multimedia seperti laptop, <i>tablet</i> , kamera dan <i>drone</i> .
	Perancangan Stok Foto
	 <p data-bbox="430 840 1260 873">Penggunaan <i>tablet</i> dan <i>drone</i> untuk menunjukkan multimedia</p>    <p data-bbox="861 1232 1308 1310">Suasana akademik di luar ruangan dengan tema multimedia kreatif</p>

Perancangan stok foto ini mengambil dua konteks yang diambil dari visi misi program studi yang berhubungan dengan bidang keilmuan desain komunikasi visual dan multimedia kreatif dimana payung fakultas yang ada pada program studi ini adalah di bawah Fakultas Ilmu Komputer Udinus.

e. Testing

Tahap ini merupakan tahap pengujian yang dinilai menggunakan tabel indikator berdasarkan rujukan dari tahap *ideate* dan *prototype*. Pada tahapan ini *testing* hanya bisa dilakukan dengan mengindikasikan capaian analisis kebutuhan yang sebelumnya dijabarkan pada tahapan *define*. Tahapan ini dapat dijabarkan pada tabel 7 sebagai berikut:

Tabel 7. Tahapan *testing* pada objek penelitian
[Sumber: Dokumentasi Penulis, 2023]

No	Define	Capaian
1	Penunjang <i>Brand Identity</i>	Tercapai
2	Sistem Bank Foto	Tercapai
3	Originalitas Karya	Tercapai
4	Penunjang Target Capaian PMB	Tercapai
5	Penunjang Kebaharuan Media	Tercapai

Untuk relevansi capaian dari tahapan *define*, *ideate*, *prototype* dapat diindikasikan semuanya tercapai. Akan tetapi untuk signifikansi hasil dapat ditentukan dengan pengembangan pada penelitian berikutnya mengingat penelitian ini hanya sebatas pada perancangan.

4. KESIMPULAN

Belum adanya perancangan stok foto tersendiri untuk program studi DKV di PSDKU Udinus Kediri menjadikan salah satu keterbatasan dalam menciptakan variasi dalam penunjang media publikasi dan promosi yang dilakukan. Penelitian ini membahas seputar perancangan stok foto program studi DKV Udinus Kediri menggunakan metode perancangan *design thinking*. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah tercapainya tujuan dalam merancang stok foto untuk program studi DKV Udinus Kediri yang bisa digunakan sebagai bagian dari penunjang publikasi dan promosi yang dilakukan.

Kontribusi penelitian ini yakni memberikan pemikiran yang teoritis dan praktis yang diterapkan pada perancangan yang harapannya dapat bermanfaat sebagai rujukan untuk pengembangan penelitian yang serupa. Adapun nilai kebaruan dalam penelitian ini adalah menciptakan perancangan yang original sesuai dengan kebutuhan. Saran pada penelitian ini yakni penelitian ini dapat dijadikan sebagai tolak ukur dalam pengembangan penelitian berikutnya yang berkaitan dengan media publikasi dan promosi yang ada pada objek penelitian yakni program studi DKV Udinus Kediri.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*. www.bening-mediapublishing.com
- Ahmed, Z. (2014). Peran Media Sosial Dalam Mendukung Pemasaran Produk Organisasi Bisnis. *Ikra-Ith Ekonomika*, 1(2), 25–30.
- Amanah, S. (2017). Peranan strategi promosi pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal LENTERA*, 1, 55–66.
- Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., & Gunadi, H. (2023). Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Strategi Pemasaran UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1.

- Gardianto, G. R., & Setyanto, D. W. (2019). Kajian Jurnalistik Dengan Metode Edfat Studi Kasus Foto Pilkada 2015 Harian Suara Merdeka. *Gestalt*, 1(1), 39–58.
- GreatNusa. (2023). *Cara Membuat Konten Sosial Media yang Menarik Dalam Bisnis*. <https://greatnusa.com/artikel/cara-membuat-konten-sosial-media-yang-menarik/>
- Hafidhah, H., Herli, M., & Arifin, M. (2020). Peran Media Sosial dalam Menunjang Kinerja dan Popularitas Institusi Perguruan Tinggi. *Jurnal Serambi Ilmu*, 21(1), 1–17.
- Hanindharputri, M. A., & Pradnyanita, A. A. S. I. (2021). Konten Visual Instagram Sebagai Strategi Pemasaran Umkm Baru. *Snades*, 285–292.
- Masturoh, I., & Anggita, N. (2018). Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Minat Beli *Universitas Sebelas Maret*.
- Raina. (2023). *Kelebihan dan Kekurangan Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif: Sosok Si Analis dan Si Pendengar* - *PerpusTeknik.com*. <https://perpus teknik.com/kelebihan-dan-kekurangan-penelitian-kualitatif-dan-kuantitatif/>
- Setyanto, D. W. (2018). Teori Jangkar Semantik Pada Warna Serta Penerapannya Pada Fotografi Iklan. *Jurnal Audience: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2), 144–161.