

Proses Kreatif Desain Komunikasi Visual *E-Magazine* Radio PRFM *News Channel* sebagai Media Promosi

Nurmareta Labonisa Pangastuti¹, Guruh Ramdani^{2*}

^{1,2*} Program Studi Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor, Kota Bogor, Provinsi Jawa Barat, Indonesia.

Corresponding Email: nurmaretalabonisapangastuti@gmail.com¹

Histori Artikel:

Dikirim 16 Maret 2025; *Diterima dalam bentuk revisi* 30 April 2025; *Diterima* 10 Mei 2025; *Diterbitkan* 30 Mei 2025. Semua hak dilindungi oleh Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM) STMIK Indonesia Banda Aceh.

Abstrak

Proyek ini mengkaji pengembangan media promosi digital berupa e-magazine untuk Radio PRFM News Channel dengan tujuan meningkatkan jangkauan dan keterlibatan audiens di era digital. Keunikan proyek ini terletak pada integrasi pendekatan Design Thinking dalam konteks media radio lokal, yang masih jarang diterapkan dalam penelitian serupa sebelumnya yang umumnya berfokus pada media sosial atau podcast sebagai sarana promosi utama. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif berbasis Design Thinking, Nigel Cross dengan tahapan: Quantify the Problem (mengidentifikasi rendahnya engagement audiens PRFM di kanal digital melalui observasi dan wawancara dengan pendengar aktif), Generate Concepts (mengembangkan berbagai ide visual dan konten promosi), Refine Concepts (melakukan uji preferensi desain kepada responden target audiens), Select a Concept (memilih desain final berdasarkan umpan balik responden), Design, dan Present (mengimplementasikan dan menyebarkan e-magazine). E-magazine dirancang dengan tampilan modern dan profesional menggunakan perangkat lunak seperti Adobe InDesign. E-magazine ini dipublikasikan melalui platform Hyzine Flipbook yang mendukung fitur dan akses mudah melalui perangkat desktop maupun mobile. Kesimpulannya, transformasi media promosi Radio PRFM ke bentuk digital melalui emagazine efektif dalam memperkuat eksistensi, meningkatkan engagement audiens, dan membuka peluang bisnis baru di era media digital.

Kata Kunci: Proses Kreatif; E-Magazine; Media Promosi.

Abstract

This project examines the development of digital promotional media in the form of an e-magazine for PRFM News Channel Radio, with the goal of increasing audience reach and engagement in the digital era. The uniqueness of this project lies in the integration of the Design Thinking approach by Nigel Cross within the context of local radio media—an area that has rarely been explored in previous studies, which mostly focus on social media or podcasts as the main promotional tools. The method used is a qualitative approach based on Design Thinking stages: Quantify the Problem (identifying PRFM's low audience engagement on digital channels through observation and interviews with active listeners), Generate Concepts (developing various visual and promotional content ideas), Refine Concepts (testing design preferences with target audience respondents), Select a Concept (choosing the final design based on their feedback), Design, and Present (implementing and publishing the e-magazine). The emagazine was designed with a modern and professional layout using software such as Adobe InDesign. It was published through the Hyzine Flipbook platform, which offers interactive features and easy access via desktop and mobile devices. In conclusion, the transformation of PRFM Radio's promotional media into a digital e-magazine has proven effective in strengthening brand presence, improving audience engagement, and opening new business opportunities in the digital media landscape.

Keyword: Creative Process; E-Magazine; Promotional Media.

1. Pendahuluan

Desain Komunikasi Visual (DKV) merupakan bidang yang memadukan seni, komunikasi, dan teknologi untuk menyampaikan pesan secara visual dengan tujuan yang spesifik dan terukur. Dalam praktiknya, DKV tidak hanya berperan sebagai alat estetika, tetapi juga sebagai sarana pemecahan masalah berbasis pendekatan kreatif. Proses kreatif dalam desain adalah rangkaian aktivitas yang dimulai dari pengembangan konsep, analisis gagasan dalam bentuk visual, hingga menghasilkan produk dengan nilai dan ciri khas yang baru. Proses ini melibatkan berbagai aspek penting, seperti sosial, budaya, ekonomi, dan gaya hidup pengguna, yang disesuaikan dengan kebutuhan dan tujuan komunikasi (Rizali 2020). Menurut (Cross 2023) tahapan proses kreatif meliputi: 1) *Quantify the problem*, 2) *Generate concepts*, 3) *Refine concepts*, 4) *Select a concept*, 5) *Design*, dan 6) *Present*. Tahapan ini memungkinkan desainer menghasilkan solusi yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan kontekstual. Salah satu media yang berkembang pesat dan memanfaatkan pendekatan desain komunikasi visual adalah E-magazine atau majalah digital. Media ini mengusung konsep paperless dan bersifat daring, menjadikannya lebih fleksibel dan ramah lingkungan. E-magazine menawarkan keunggulan dalam hal visualisasi, kemudahan distribusi, serta potensi untuk integrasi multimedia seperti video, audio, dan tautan langsung yang dapat meningkatkan keterlibatan audiens (Irfan *et al.* 2020). Dengan fitur-fitur tersebut, e-magazine tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membuka ruang interaksi antara pengguna dan penyedia konten. Selain itu, majalah digital dapat diakses melalui perangkat seperti smartphone, laptop, tablet, dan berbagai alat elektronik lainnya (Ariza Rizki 2024). Di sisi lain, dalam konteks promosi, media digital memainkan peran penting sebagai penghubung antara pengirim dan penerima pesan. Promosi yang efektif bertujuan untuk memperkenalkan, mengedukasi, serta membentuk citra suatu entitas atau produk melalui pendekatan persuasif (Pangapuli 2021)(Salsabi and Siswanto 2021). Pada era digital ini, media promosi dituntut untuk lebih adaptif terhadap perubahan perilaku konsumen serta kemajuan teknologi. Oleh karena itu, integrasi antara desain visual, platform digital, dan strategi komunikasi menjadi hal yang krusial dalam menciptakan media promosi yang efektif.

Perkembangan teknologi yang masif telah mengubah cara pandang masyarakat dalam mengakses informasi sekaligus mengubah lanskap bisnis media. Media konvensional seperti koran, majalah cetak, dan radio kini menghadapi tantangan untuk bertransformasi secara digital agar tetap bertahan. Radio PRFM News Channel adalah salah satu media lokal yang kini harus beradaptasi dengan perubahan ini. Radio yang dulunya hanya mengandalkan siaran suara kini perlu mengeksplorasi media visual. Dalam menghadapi tantangan ini, pengembangan e-magazine menjadi langkah strategis untuk memperluas jangkauan, meningkatkan efisiensi penyebaran informasi, dan menjalin keterlibatan yang lebih aktif dengan audiens. Proyek ini hadir sebagai respon terhadap kebutuhan Radio PRFM News Channel untuk meningkatkan promosi digitalnya yang selama ini dinilai kurang, sehingga berdampak pada rendahnya partisipasi audiens. Dengan meluncurkan e-magazine, PRFM berpeluang memperkenalkan berita, program, serta produk dan layanan secara lebih menarik dan fungsional. Selain itu, e-magazine juga membuka peluang kerjasama bisnis dan periklanan digital, yang pada akhirnya bisa menjadi sumber pendapatan baru bagi stasiun radio tersebut. Sejalan dengan kebutuhan untuk beradaptasi dengan dinamika bisnis dan teknologi, PRFM News Channel perlu mengedepankan inovasi (Aprilia 2022) agar mampu mempertahankan eksistensinya di era digital (Syafi'i, Brawijaya, and Hakim 2023). Menurut (Rahmantari, Utari 2022) tujuan promosi adalah untuk membangun kesadaran publik jika hasil riset menunjukkan bahwa banyak konsumen belum mengenal keberadaannya. Selain itu, edukasi kepada pengguna menjadi penting agar mereka dapat memahami dan memanfaatkan produk secara maksimal, terutama jika masih banyak yang belum mengetahui manfaatnya. Jika perusahaan meluncurkan produk atau layanan baru, namun audiens belum menyadarinya, maka langkah untuk memperbaiki citra dan menginformasikan perubahan tersebut juga perlu dilakukan. Desain e-magazine PRFM News Channel akan dikembangkan dengan pendekatan Design Thinking, yaitu metode perancangan yang tidak hanya fokus pada visual, tetapi juga berangkat dari pemahaman terhadap kebutuhan pengguna dan konteks permasalahan. Dengan

menggabungkan estetika, interaktivitas, dan fungsionalitas, e-magazine ini diharapkan mampu menciptakan pengalaman yang menarik dan bermakna bagi audiens. Melalui proyek ini, diharapkan Radio PRFM News Channel dapat memperkuat eksistensinya di industri media digital, meningkatkan keterlibatan audiens, serta membuka peluang bisnis baru yang berkelanjutan.

2. Metode Penelitian

Proyek ini menggunakan metode kualitatif dan proses kreatifnya menggunakan pendekatan *Design Thinking* oleh Nigel Cross yang meliputi tahapan *Quantify the problem, Generate concepts, refine concepts, select a concept, design, present*. Dapat dijabarkan pada pengertian sebagai berikut:

1) *Quantify the problem*

Pada tahap ini melakukan identifikasi bahwa Radio PRFM News Channel membutuhkan media promosi digital yang efektif untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan sesuai dengan tren konsumsi media saat ini. *E-Magazine* dipilih karena memungkinkan penyampaian informasi secara visual. Masalah yang dipecahkan adalah kurangnya media visual yang menarik dan informatif sebagai alat promosi digital bagi PRFM.

2) *Generate concepts*

Mengeksplorasi ide-ide yang sesuai dengan karakter PRFM, yaitu informatif, profesional, dan kredibel sebagai media berita. Berbagai gaya visual diuji, mulai dari desain editorial yang minimalis hingga pendekatan grafis yang lebih dinamis. Unsur warna, tipografi, layout, serta ikonografi yang mewakili dunia radio dan jurnalistik juga mulai dipertimbangkan dalam eksplorasi konsep ini.

3) *Refine concepts*

Konsep-konsep yang telah dihasilkan kemudian disempurnakan melalui proses evaluasi dan pengujian. Beberapa desain awal direvisi berdasarkan masukan dari tim internal maupun dari pihak PRFM. Unsur visual seperti pemilihan warna dominan, susunan konten halaman, dan gaya ilustrasi diperbaiki agar lebih mencerminkan identitas PRFM serta sesuai dengan karakter target audiens. Pada tahap ini juga mulai dipertimbangkan aspek teknis seperti kejelasan narasi visual, konsistensi desain antar halaman, dan kemudahan navigasi digital.

4) *Select a concept*

Memilih konsep desain utama yang dianggap paling tepat. Konsep ini menekankan pada visual yang bersih, modern, dan profesional dengan layout simple serta dominasi warna hitam dan merah warna khas dari PRFM *News Channel*. Pilihan ini didasarkan pada pertimbangan bahwa desain tersebut mampu menghadirkan kesan serius namun tetap menarik secara estetis, serta mendukung penyampaian informasi yang terstruktur.

5) *Design*

Element yang telah dirancang diterapkan ke dalam bentuk e-magazine yang utuh. Menggunakan perangkat lunak desain seperti Adobe In Design, Photoshop. Menyusun layout halaman, menyisipkan foto dan ilustrasi, serta menambahkan elemen seperti tautan langsung ke program siaran dan tombol navigasi. Hasil akhir berupa e-magazine digital yang dapat diakses melalui perangkat desktop maupun mobile, dengan pengalaman visual yang konsisten dan menarik.

6) *Present*

Penyajian karya kepada pihak PRFM News Channel dilakukan untuk menjelaskan konsep, struktur isi, dan keunggulan visual dari *e-magazine* tersebut. Desain diperlihatkan secara langsung untuk menunjukkan alur navigasi. Setelah melalui proses evaluasi dan mendapat persetujuan, e-magazine dipublikasikan melalui Hyzine Flipbook dan akan disebarluaskan sebagai bagian dari strategi promosi mereka.

Pengumpulan data menggunakan beberapa teknik yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pencarian data adalah sebagai berikut:

- 1) Partisipasi Aktif
Penulis terlibat langsung dalam proses kreatif dan kegiatan proyek akhir di PRFM News Channel, mulai dari tahap identifikasi masalah hingga penyusunan e-magazine. Partisipasi ini memberikan pemahaman kontekstual dan pengalaman langsung yang menjadi dasar analisis kebutuhan desain..
- 2) Wawancara
Wawancara dilakukan secara semi-terstruktur kepada tiga orang dari tim PRFM News Channel, yaitu Senior Manager Marketing and Sales, Penyiar Utama (sebagai representasi konten dan audiens). Pertanyaan wawancara difokuskan pada kebutuhan promosi digital, preferensi visual, karakter audiens, dan harapan terhadap media baru. Hasil wawancara direkam, ditranskrip, dan dianalisis dengan metode tematik, yaitu mengelompokkan jawaban berdasarkan tema visual, konten, dan fungsionalitas media
- 3) Studi Pustaka
Pengumpulan data dengan metode studi pustaka dilakukan menggunakan kata kunci dari data atau permasalahan yang terdapat pada lokasi proyek akhir. Dengan menggunakan kata kunci yang didapat di internet berupa jurnal ilmiah, E-book, artikel dan sejenisnya.

Menurut (Makbul 2021) data adalah fakta, kata dan kerangka yang digunakan untuk mendapatkan informasi. Terdapat dua jenis data yang digunakan dalam penyusunan proposal ini, yaitu:

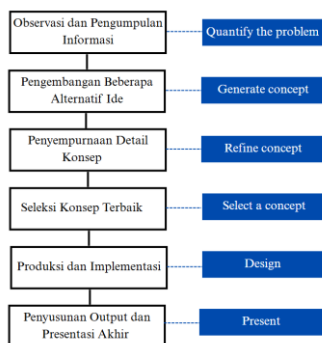
- 1) Data Primer
Data Primer adalah data yang diperoleh dan dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Data ini berupa pengalaman secara langsung yang didapatkan selama pembuatan proyek akhir, pengamatan dan wawancara yang dilakukan dengan para team di Radio PRFM News Channel terkait kebutuhan dalam membuat desain majalah sebagai media promosi.
- 2) Data Sekunder
Data sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung. Data ini diperoleh dari studi pustaka, jurnal, buku, referensi dan internet yang berhubungan atau relevan terkait pembahasan proposal proyek akhir ini.

Instrumen sebagai alat-alat yang akan digunakan dalam mengumpulkan data selama penyusunan proposal ini. Instrumen meliputi daftar pertanyaan untuk menanyakan kepada pihak yang berhubungan langsung dengan bidang yang diambil, kemudian perangkat pendukung seperti gawai dan alat tulis dan laptop yang digunakan untuk produksi desain majalah digital dalam kegiatan proyek akhir ini.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Hasil

Proses kreatif ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* oleh Nigel Cross karena dapat membantu dalam menentukan cara yang sistematis dalam mengelola proses desain, terutama ketika menghadapi berbagai permasalahan yang memerlukan analisis mendalam. Metode ini juga meningkatkan kemampuan dalam menghasilkan berbagai alternatif solusi serta memilih dan mengembangkan konsep yang paling sesuai. Berikut proses kreatif yang ditampilkan dalam skematika.



Gambar 1. Model Proses Kreatif

1) *Quantify the problem*

Tahap awal ini melakukan observasi dan wawancara mendalam mengungkap bahwa PRFM mengalami keterbatasan dalam menjangkau audiens digital karena masih mengandalkan media promosi konvensional (siaran radio). Pendengar menginginkan media promosi yang informatif, mudah diakses, serta interaktif. Dari sini, dirumuskan kebutuhan utama yaitu menciptakan media promosi digital berbasis visual dan audio yang responsif terhadap tren dan preferensi pengguna digital.

2) *Generate concepts*

Hasil dari data yang dikumpulkan melalui observasi dan wawancara preferensi menunjukkan bahwa audiens PRFM menyukai visual yang rapi, warna yang kuat namun tidak berlebihan, tipografi yang modern, serta navigasi yang mudah diikuti. Konsep awal diarahkan untuk memenuhi harapan tersebut. Desain yang dipilih memiliki gaya editorial minimalis-modern dengan fokus pada legibility dan engagement. Selain itu, tren konsumsi informasi berbasis digital interaktif (flipbook) juga menjadi dasar pemilihan platform publikasi.

3) *Refine concepts*

penajaman konsep dilakukan melalui studi referensi dari media digital sejenis, seperti e-magazine milik PT Sei. Dari analisis visual, ditemukan bahwa kombinasi warna yang konsisten dengan identitas merek memperkuat kesan profesional. Tipografi sifatnya yang bersih, geometris, dan serbaguna—cocok untuk digunakan pada judul, subjudul, dan isi tanpa mengorbankan keterbacaan. Layout berbasis grid digunakan untuk menciptakan keteraturan dan mempermudah navigasi visual



Gambar 2. Majalah Digital PT Sei

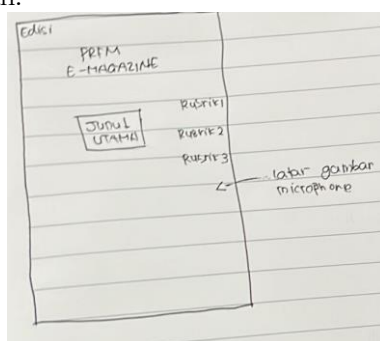
4) *Select a concept*

Pada tahap ini konsep final berupa e-magazine interaktif yang diterbitkan melalui platform Hyzine Flipbook. Pilihan ini dianalisis berdasarkan fungsionalitas. Flipbook memungkinkan navigasi alami (seperti membalik halaman), memiliki daya tarik visual, dan kompatibel dengan perangkat desktop maupun mobile. Rubrik e-magazine disusun untuk menggabungkan konten informatif (sejarah, program unggulan, prestasi), konten promosi (rate card, pojok manajer), serta hiburan (permainan) yang dirancang untuk membangun keterlibatan dan memperluas jangkauan audiens

5) Design

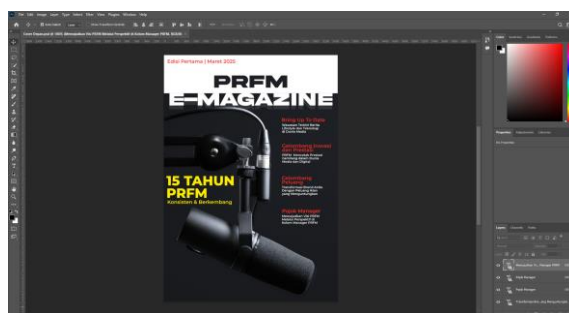
Elemen desain disesuaikan secara cermat:

- **Warna:** Merah dan hitam dipakai secara dominan untuk memperkuat asosiasi merek PRFM. Merah sebagai warna yang energik memperkuat kesan dinamis, sedangkan hitam menambahkan kesan profesional.
- **Tipografi:** Montserrat digunakan secara konsisten untuk menjaga keseragaman visual. Kelebihannya pada struktur huruf yang proporsional membantu keterbacaan pada berbagai ukuran layar.
- **Layout:** Menggunakan sistem grid dan kolom untuk menjaga struktur visual. Setiap halaman dirancang untuk menjaga keseimbangan antara teks dan visual sehingga informasi tidak terasa padat atau membosankan.



Gambar 3. Ilustrasi Cover

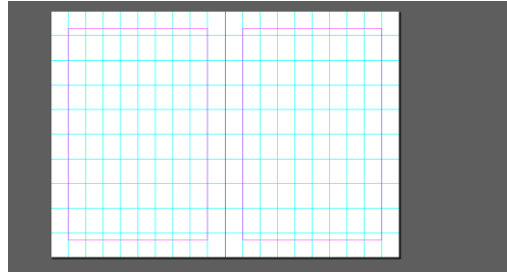
Gambar 3 merupakan ilustrasi awal rancangan cover majalah yang dibuat secara manual di atas kertas. Ilustrasi ini berfungsi sebagai sketsa awal untuk merancang komposisi elemen-elemen visual yang akan dimuat pada halaman cover. Dalam ilustrasi ini, ditunjukkan penempatan judul utama di bagian atas untuk memastikan informasi penting langsung terlihat oleh pembaca. Beberapa poin isi juga ditata secara vertikal di sisi kiri sebagai elemen pendukung informasi. Area kosong di sisi kanan dirancang untuk meletakkan gambar utama berupa mikrofon sebagai elemen visual yang kuat dan relevan dengan isi majalah. Ilustrasi ini menjadi panduan awal dalam memastikan keseimbangan tata letak, proporsi elemen, dan hierarki visual sebelum desain digital dibuat.



Gambar 4. Proses Pembuatan Cover

Gambar 4 menunjukkan proses pembuatan cover majalah secara digital menggunakan perangkat lunak desain grafis. Cover ini menampilkan judul utama “PRFM E-MAGAZINE” yang diletakkan di bagian atas untuk menekankan identitas publikasi. Di bagian tengah terdapat gambar mikrofon berukuran besar yang menjadi elemen visual utama dan menggambarkan tema siaran radio atau podcast, sesuai dengan konteks PRFM. Teks “15 TAHUN PRFM” diberi warna kuning cerah untuk memberikan penekanan dan daya tarik visual. Di sisi kanan, terdapat susunan poin informasi yang diatur secara sejajar untuk memberikan ringkasan isi edisi. Proses desain ini memperlihatkan

bagaimana elemen-elemen visual dikombinasikan secara seimbang untuk menciptakan cover yang menarik, komunikatif, dan profesional.



Gambar 5. Proses pemilihan margin

Gambar 5 merupakan dokumentasi proses pemilihan dan pengaturan margin serta grid layout sebagai dasar desain halaman. Pemilihan margin dan grid ini penting untuk menciptakan keteraturan tata letak serta memastikan setiap elemen memiliki ruang yang proporsional dan konsisten. Garis-garis berwarna yang terlihat menunjukkan struktur kolom dan baris yang digunakan untuk memandu penempatan teks, gambar, dan elemen grafis lainnya. Dengan menerapkan grid, desainer dapat menjaga keseimbangan visual dan memastikan keterbacaan informasi. Proses ini menjadi langkah awal yang penting dalam mendesain tata letak majalah secara keseluruhan agar terlihat rapi, profesional, dan mudah dinavigasi oleh pembaca.



Gambar 6. Proses Layout dan desain



Gambar 7. Proofreading dan revisi

Gambar 6 merupakan proses layout dan desain halaman isi majalah. Dalam gambar ini terlihat penggunaan grid sebagai panduan dalam menyusun elemen visual dan teks secara terstruktur. Judul artikel diletakkan di bagian kiri atas dengan ukuran font yang mencolok untuk menarik perhatian pembaca. Subjudul serta elemen visual berupa foto-foto diletakkan secara strategis untuk memperkuat narasi dan memberikan daya tarik visual. Kolom-kolom teks ditata rapi mengikuti grid, sehingga informasi mudah dibaca dan tidak terkesan penuh. Penggunaan warna latar merah pada beberapa elemen memperkuat identitas visual PRFM dan membedakan antara bagian utama dan pelengkap. Proses ini menunjukkan pentingnya prinsip tata letak dalam menciptakan desain yang informatif, estetis, dan profesional.

Gambar 7 memperlihatkan tahap proofreading dan revisi dalam proses produksi majalah. Pada tahap ini, layout yang telah disusun diperiksa kembali secara menyeluruh untuk memastikan tidak ada kesalahan penulisan, ketidaksesuaian informasi, atau ketidakteraturan tata letak. Garis grid masih terlihat, menandakan bahwa proses ini dilakukan langsung di atas file desain. Warna-warna yang kontras digunakan untuk membedakan antara elemen visual, seperti foto, judul, dan isi artikel. Terdapat penyesuaian teks serta pemilihan ulang gambar agar relevan dan mendukung isi tulisan.

secara efektif. Tahap proofreading ini sangat penting untuk menjaga kualitas konten dan memastikan bahwa semua informasi yang disajikan tepat, akurat, serta mudah dipahami oleh pembaca. Ini juga merupakan upaya akhir untuk menyempurnakan hasil sebelum publikasi.

6) Present

Pada tahap present, e-magazine di sajikan kepada pihak PRFM menghasilkan penerimaan positif, terutama dari aspek visual, keterbacaan, dan navigasi. Penyajian karya kepada pihak PRFM News Channel, sebagai langkah akhir dari proses produksi e-magazine. Dalam penyajian ini, tim menjelaskan secara mendalam tentang konsep, struktur isi, dan keunggulan visual yang diusung oleh e-magazine, untuk memastikan bahwa pihak PRFM memahami nilai dan potensi media digital tersebut. Desain e-magazine ditampilkan secara langsung agar pihak PRFM dapat melihat alur navigasi, mulai dari halaman depan hingga akhir. Hal ini penting untuk menunjukkan bagaimana pembaca dapat menjelajahi konten secara intuitif, serta menyoroti fitur-fitur unggulan yang membedakan e-magazine ini dari media konvensional. Setelah melalui sesi evaluasi dan diskusi, e-magazine mendapat persetujuan dari PRFM untuk dipublikasikan. Platform Hyzine Flipbook dipilih sebagai media publikasi karena mendukung format interaktif dan dapat diakses secara online dengan tampilan yang menarik dan profesional. Publikasi melalui Hyzine juga memungkinkan penyebaran yang lebih luas karena dapat dibagikan dalam bentuk tautan atau ditanamkan pada situs web dan media sosial. Dengan dipublikasikannya emagazine melalui Hyzine, konten ini menjadi bagian dari strategi promosi PRFM News Channel, mendukung peningkatan engagement dengan audiens, sekaligus menampilkan citra modern dan inovatif dari kanal media tersebut.



Gambar 8. Tampilan Hyzine Desktop

Gambar 8 merupakan tampilan majalah digital pada platform Hazine versi desktop. Pada tampilan ini, halaman majalah ditampilkan dalam format dua halaman terbuka layaknya buku cetak, memberikan pengalaman membaca yang lebih imersif dan realistis bagi pengguna. Terdapat navigasi di bagian atas yang memungkinkan pembaca untuk membalik halaman, memperbesar tampilan, atau mengakses fitur lain secara interaktif. Elemen visual seperti foto, warna merah khas PRFM, serta struktur kolom tetap terlihat jelas meskipun dalam format digital, menunjukkan bahwa desain tetap optimal untuk layar besar. Tampilan ini dirancang untuk memberikan kenyamanan membaca di perangkat komputer atau laptop tanpa kehilangan kesan profesional dan estetika majalah.



Gambar 9. Tampilan Hyzine Mobile

Gambar 9 menampilkan tampilan Hyzine versi mobile yang menyesuaikan dengan layar perangkat genggam seperti smartphone. Dalam tampilan ini, satu halaman ditampilkan secara vertikal agar memudahkan pengguna membaca dalam satu genggam. Navigasi tetap tersedia di bagian atas dengan ikon-ikon yang intuitif dan ringkas. Desain halaman tetap mempertahankan konsistensi visual dengan versi desktop, namun disesuaikan agar elemen seperti teks dan gambar tetap terbaca dengan jelas meskipun dalam ukuran layar yang lebih kecil. Adaptasi ini penting untuk memastikan bahwa pengalaman membaca majalah digital tetap nyaman, fungsional, dan menarik di berbagai jenis perangkat.

3.2 Pembahasan

Dalam pembahasan ini, pengembangan *e-magazine* untuk Radio PRFM News Channel menggunakan pendekatan *Design Thinking* terbukti efektif untuk meningkatkan strategi promosi dan memperluas jangkauan audiens di era digital. Sebagai metode yang berfokus pada pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan masalah yang dihadapi, *Design Thinking* memungkinkan tim desain untuk menghasilkan solusi yang tidak hanya estetik tetapi juga fungsional dan relevan. Pendekatan ini melibatkan berbagai tahap, mulai dari identifikasi masalah hingga penyajian solusi yang dirancang dengan matang (Cross, 2023). Dalam hal ini, *e-magazine* menjadi pilihan yang tepat karena fleksibilitas dan kemampuannya dalam menghadirkan konten secara visual yang interaktif dan mudah diakses melalui berbagai perangkat digital (Irfan *et al.*, 2020). Proses kreatif dalam desain ini juga mendukung pentingnya inovasi sebagai faktor kunci dalam mempertahankan keunggulan kompetitif di era digital. Seperti yang dikemukakan oleh Aprilia (2022), inovasi produk, seperti yang diterapkan dalam pengembangan *e-magazine* PRFM, dapat meningkatkan daya saing dan memberi nilai tambah yang signifikan bagi organisasi. Dalam konteks PRFM, inovasi ini tidak hanya berfokus pada aspek desain visual, tetapi juga pada aspek fungsionalitas dan interaktivitas yang dapat mempererat hubungan dengan audiens. Hal ini sejalan dengan penelitian Ariza Rizki (2024) yang menyatakan bahwa majalah digital berfungsi sebagai media promosi yang efektif dalam meningkatkan keterlibatan audiens dan mendukung strategi komunikasi dalam organisasi.

Selain itu, pentingnya desain yang tepat dan komunikatif juga ditekankan oleh Rizali (2020), yang menunjukkan bagaimana kreativitas seorang desainer dapat membuka peluang dalam industri kreatif, seperti dalam pengembangan media promosi digital. Dalam hal ini, *e-magazine* tidak hanya berfungsi sebagai alat informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra PRFM sebagai media yang inovatif dan responsif terhadap perubahan zaman. Salsabi dan Siswanto (2021) menambahkan bahwa perancangan ulang identitas visual yang konsisten dan sesuai dengan perkembangan teknologi dapat memberikan dampak positif terhadap persepsi audiens terhadap sebuah merek. Dalam penerapannya, *e-magazine* PRFM yang mengusung desain modern dengan elemen grafis yang sesuai dengan karakteristik audiens PRFM menunjukkan bahwa media digital dapat memperluas jangkauan informasi secara signifikan. Hal ini sesuai dengan pandangan Syafi'i, Brawijaya, dan Hakim (2023),

yang menekankan bahwa strategi inovatif dalam manajemen media harus memperhatikan aspek digitalisasi untuk mempertahankan eksistensinya dan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Dengan mengadopsi *e-magazine* sebagai media promosi, PRFM tidak hanya memperkuat eksistensinya di industri media, tetapi juga menciptakan peluang bisnis baru yang dapat mendatangkan pendapatan melalui iklan dan kolaborasi digital. Pengembangan *e-magazine* PRFM News Channel merupakan langkah yang tepat dalam mengadaptasi teknologi digital untuk menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan keterlibatan, dan membuka peluang bisnis baru. Proses kreatif yang terstruktur dan berbasis pada prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang efektif, seperti yang dijelaskan dalam berbagai referensi (Irfan *et al.*, 2020; Rizali, 2020), dapat menjadi model yang berguna untuk pengembangan media promosi lainnya di masa depan.

4. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan media promosi digital berupa *e-magazine* untuk Radio PRFM News Channel dengan pendekatan Design Thinking yang diterapkan secara sistematis melalui enam tahapan menurut Nigel Cross: Quantify the Problem, Generate Concepts, Refine Concepts, Select a Concept, Design, dan Present. Setiap tahapan telah dijalankan dengan melibatkan observasi langsung, wawancara dengan pendengar aktif, eksplorasi konsep visual, pengujian preferensi desain kepada target audiens, hingga implementasi dalam bentuk *e-magazine* digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi pendekatan Design Thinking dalam konteks media radio lokal mampu menghasilkan solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan audiens serta karakteristik media. *E-magazine* yang dikembangkan tidak hanya memenuhi aspek estetika melalui tampilan modern dan profesional, tetapi juga menjawab kebutuhan fungsional dan interaktif audiens melalui fitur distribusi daring yang mudah diakses via platform Hyzine Flipbook. Secara praktis, *e-magazine* ini memberikan alternatif media promosi yang lebih dinamis dan adaptif bagi PRFM, sekaligus membuka peluang kolaborasi komersial dengan mitra bisnis dan pengiklan digital. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan studi desain komunikasi visual dengan menunjukkan bagaimana Design Thinking dapat diterapkan secara efektif dalam konteks media lokal yang sebelumnya jarang dibahas dalam literatur. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan pentingnya pendekatan desain yang berpusat pada pengguna dalam merancang media promosi digital yang efektif. Ke depannya, PRFM disarankan untuk mempertahankan pendekatan berbasis pengguna ini dalam pengembangan konten digital lainnya guna menjaga relevansi dan daya saing di era transformasi media.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Secara khusus, ucapan terima kasih disampaikan kepada:

- 1) Pihak manajemen dan tim redaksi Radio PRFM *News Channel* yang telah memberikan izin, data, serta informasi yang diperlukan selama proses penelitian
- 2) Narasumber dan informan yang bersedia meluangkan waktu untuk diwawancarai dan memberikan masukan yang sangat berarti
- 3) Staf dan tenaga pendukung di lingkungan kampus yang telah membantu kelancaran proses administrasi dan teknis
- 4) Teman-teman yang turut memberikan semangat, saran, dan dukungan selama penyusunan proyek ini.

6. Daftar Pustaka

- Aldiansyah, A. A. (2024). PERANCANGAN VIDEO MATA SWARGALOKA SEBAGAI MEDIA INFORMASI DISPENDUKCAPIL KOTA SURABAYA. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(3), 260-271. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i3.65830>.
- Bangsa, P. G. (2018). Pengaruh dan Peran Media Sosial sebagai Media Pajang Karya Desain Komunikasi Visual (Studi Kasus pada Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Institut Seni). In *Proceedings of the National Conference on Electrical Engineering, Informatics, Industrial Technology, and Creative Media* (Vol. 1, No. 1, pp. 433-438).
- Cross, N. (2023). *Design thinking: Understanding how designers think and work*. Bloomsbury Publishing.
- Hasnatika, I. F., & Nurnida, I. (2018). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Pada UKM â€œDuren Kamu Pasti Kembaliâ€ di Kota Serang. *Jurnal Riset Bisnis Dan Investasi*, 4(3), 1-9. <https://doi.org/10.35313/jrbi.v4i3.1252>.
- Irfan, A., Mustikawan, A., & Kadarisman, A. (2020). Perancangan Majalah Digital Sebagai Media Edukasi & Informasi Dalam Menyakapi Berita Hoax Dan Era Post Truth. *eProceedings of Art & Design*, 7(2).
- Makbul, M. (2021). Metode pengumpulan data dan instrumen penelitian.
- Marhamah, M., & Fauzi, F. (2021). Jurnalisme di era digital. *JICOMS: Journal of Islamic Communication and Media Studies*, 1(1), 16-37.
- Martahan, S., & Nasution, N. (2023). Implementasi Sistem Informasi E-magazine pada Kantor Desa Rantau Bertuah Kecamatan Minas Berbasis Web. *J-Com (Journal of Computer)*, 3(2), 117-122.
- Nuraida, N., Susanti, T., & Jailani, M. S. (2022). Desain E-Magazine Pada Mata Pelajaran Biologi Bermuatan High Order Thingking Skill (HOTS) Untuk Siswa SMA/MA. *Jurnal Biotek*, 10(1), 83-101.
- Rizali, A. E. N. (2020). Intelektualitas Dan Kreativitas Desainer Sebagai Peluang Meningkatkan Industri Kreatif. In *Seminar Nasional Envisi* (pp. 1-16).
- Rizki, A., & Catya, K. (2024). PERANCANGAN MAJALAH DIGITAL "DIGIMAGZ" SEBAGAI MEDIA PROMOSI INTERNAL B2B DIGITAL BUSINESS TECHNOLOGY DI PT TELKOM INDONESIA. *BARIK-Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 172-181. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i1.62205>.
- Salsabi, R., & Siswanto, R. A. (2021). Perancangan Ulang Sistem Identitas Visual Dan Media Promosi Pasar Kampoeng Osing Banyuwangi. *eProceedings of Art & Design*, 8(6).
- Syafi, A., Brawijaya, A., & Hakim, A. R. (2023). Strategi inovatif manajemen dan bisnis di era digital: Analisis pengaruh teknologi terkini terhadap keberlanjutan dan kinerja organisasi. *Jurnal Visionida*, 9(2), 191-198.
- Tarihoran, A. C., Izzati, N., & Fera, M. (2022). Validitas Media E-Magazine pada Materi Barisan dan Deret Kelas XI SMA. *Jurnal Kiprah*, 10(1), 1-11.