

**POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
DALAM MEMPERKUAT KOMUNIKASI MASSA
PADA TOKO RETAIL [TOKO MUTIARA]**

TUGAS AKHIR



Disusun oleh :

Muhammad Febriansyah
22241039

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo**

2026

**POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI VISUAL
DALAM MEMPERKUAT KOMUNIKASI MASSA
PADA TOKO RETAIL [TOKO MUTIARA]**

TUGAS AKHIR



Diajukan untuk memenuhi tugas akhir dan
melengkapi Sebagian syarat-syarat guna
memperoleh gelar program sarjana strata satu (S-1)

Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun oleh :

Muhammad Febriansyah

22241039

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Ponorogo

2026


LEMBAR PERSETUJUAN

Tugas Akhir oleh : Muhammad Febriansyah
NIM : 22241039
Tempat, Tanggal Lahir : Ponorogo, 09 Februari 2004
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul : Poster Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Memperkuat Komunikasi Massa Pada Toko Retail [Toko Mutiara].

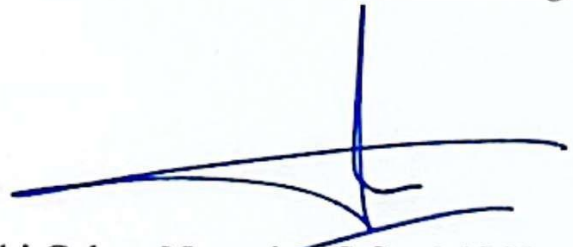
Isi dan format telah disetujui dan dinyatakan memenuhi syarat untuk diujikan guna memperoleh gelar sarjana program strata satu (S-1) pada program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 21 Januari 2026

Pembimbing I


Dra. Niken Letarini, M.Si
NIDN.0020066503

Pembimbing II


Oki Cahyo Nugroho, S.Sn.,M.I.Kom
NIDN.0728018304

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas akhir oleh

Nama : Muhammad Febriansyah

Telah dipertahankan didepan penguji Pada

Hari : Rabu

Tanggal : 26 Januari 2026

Pukul : 11.00

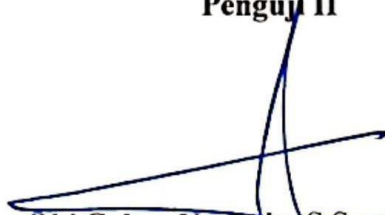
DEWAN PENGUJI

Penguji I



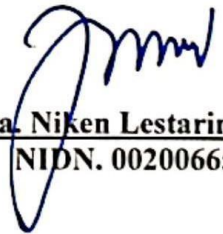
Dr. Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN. 0724048604

Penguji II



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I-Kom
NIDN. 0728018304

Penguji III



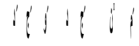
Dra. Niken Lestarini, M.Si
NIDN. 0020066503

Mengetahui
Dekan



Dr. Robby Darwis Nasution, M.A
NIK.19860228 202109 12

MOTTO



“Man jadda wajada”

“Barang siapa yang bersungguh-sungguh akan berhasil”



SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Febriansyah

NIM : 22241039

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Dengan ini saya menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya tulis, berjudul "Poster sebagai Media Komunikasi Visual dalam Memperkuat Komunikasi Massa pada Toko Retail Toko Mutiara." adalah karya asli saya, hasil dari penelitian dan riset saya sendiri. Karya ini bukan hasil plagiarisme, dan belum pernah dipublikasikan atau diposting dalam bentuk apa pun atau di tempat lain.

Saya membuat pernyataan ini dengan jujur dan tanpa tekanan atau paksaan dari pihak mana pun. Jika pernyataan ini kemudian terbukti tidak benar, atau jika pihak lain mengklaim bahwa proyek akhir ini adalah karya orang atau lembaga tertentu, saya bersedia menerima semua konsekuensi sesuai dengan hukum yang berlaku, baik pidana maupun perdata, dan bersedia menerima sanksi akademik berupa pembatalan kelulusan saya dari Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Ponorogo, 21 Januari 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Febriansyah

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Allah SWT atas limpahan rahmat dan nikmat-Nya, yang memungkinkan penulis untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul "Poster sebagai Media Komunikasi Visual dalam Memperkuat Komunikasi Massa pada Toko Retail Mutiara."

Tugas Akhir ini dimaksudkan sebagai salah satu persyaratan untuk gelar Sarjana (S1) dalam Program Studi Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Penulis mengakui bahwa karena keterbatasan pengetahuan dan pengalamannya, proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak akan mungkin tanpa bantuan, bimbingan, arahan, dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh hormat dan kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak **Dr. Robby Darwis Nasution, M.A**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak **Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Ibu **Dra. Niken Lestarini, M.Si**, selaku Dosen Pembimbing yang telah dengan sabar memberikan bimbingan, arahan, motivasi, serta saran sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Penulis hanya bisa berdoa semoga semua bantuan dan kebaikan yang diberikan akan diberi pahala dan diberkati oleh Allah SWT. Penulis juga menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan, sehingga kritik dan saran yang membangun sangat dihargai. Penulis berharap Tugas Akhir ini bermanfaat bagi mereka yang membutuhkannya.

Ponorogo, 21 Januari 2025



Muhammad Febriansyah

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan Tugas Akhir ini kepada:

1. Bapak Suwondo, ayah tercinta dan pendukung utama saya, yang selalu memberikan saya kasih sayang, doa, dan dukungan tanpa henti, dan telah menjadi sumber motivasi terbesar saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
2. Ibu Siti Haryuni, ibu tercinta saya, yang sepanjang hidupnya selalu memberikan saya doa, pendidikan, dan pengasuhan dengan penuh kasih sayang. Semoga beliau selalu diberkati dengan keberuntungan yang lancar, kemudahan dalam segala urusannya, serta kesehatan dan kesejahteraan yang baik.
3. Kepada seseorang yang selalu berada di sisiku, yang namanya tak dapat kusebutkan, terima kasih atas perhatian, motivasi, dukungan, dan doa yang terus-menerus selama proses penulisan proyek akhir ini.
4. Kepada seluruh keluarga besarku, yang selalu memberikan dukungan, dorongan, dan perhatian, sehingga aku dapat menyelesaikan proyek akhir ini dengan sukses.
5. Kepada teman-teman terdekat, rekan, dan kolega, terima kasih atas bantuan, persahabatan, dan dorongan kalian selama proses penyelesaian Tugas Akhir ini.
6. Kepada semua teman-teman mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2022, dan teman-teman, aku bersyukur dan bangga telah mengenal dan berjuang bersama kalian selama studi ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PENGGANTI TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
MOTTO.....	v
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	ix
DAFTAR ISI.....	x
ABSTRAK.....	xii
ABSTRACT	xiii
BAB I.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	3
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	3
1.4 MANFAAT PENELITIAN	4
BAB II.....	5
2.1 LANDASAN TEORI.....	5
2.1.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI MASSA	5
2.1.2 TUJUAN DAN FUNGSI KOMUNIKASI MASSA	5
2.1.3 UNSUR – UNSUR KOMUNIKASI MASSA	8
2.2 POSTER	9
2.2.1 PENGERTIAN POSTER.....	9
2.2.2 POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI	10
2.2.3 FUNGSI POSTER SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI	10
2.3 PENELITIAN TERDAHULU	11

2.4 KERANGKA BERFIKIR.....	12
BAB III.....	13
3.1 LOKASI/TEMPAT	13
3.2 APLIKASI POSTER DIGITAL	13
3.2.1 KELEBIHAN CANVA	14
3.2.2 KEKURANGAN CANVA	15
3.2.3 MANFAAT UTAMA CANVA.....	15
3.2.4 LOGO CANVA.....	16
BAB IV	17
4.1 PENJARINGAN IDE.....	17
4.1.1 HASIL IDENTIFIKASI.....	17
4.1.2 HASIL CIPTAAN KARYA POSTER.....	18
4.2 PENGAMBILAN GAMBAR.....	19
4.2.1 INFORMASI FOTOGRAFI.....	19
4.2.2 BEHIND THE SCENE PEMOTRETAN	19
4.3 LAYOUT.....	21
4.4 STRUKTUR LAYOUT POSTER.....	21
4.5 PENGEMBANGAN DESAIN.....	22
BAB V.....	26
5.1 KESIMPULAN.....	26
5.2 SARAN.....	27
DAFTAR PUSTAKA.....	28
LAMPIRAN	30

ABSTRAK

Poster itu media komunikasi visual yang punya peran penting banget buat sampaikan pesan ke publik dengan cara yang jelas dan efektif. Di lingkungan ritel, poster nggak cuma dipake sebagai alat promosi aja, tapi juga sebagai media yang dukung komunikasi massal antara manajer toko sama konsumen. Di dunia toko ritel, poster punya fungsi yang beragam banget. Selain jadi alat promosi buat kenalin produk atau diskon, poster juga bisa buat sampaikan info umum, misalnya arah jalan, aturan toko, nasihat buat pelanggan, atau info layanan. Dengan poster, toko bisa kirim pesan ke semua pelanggan sekaligus tanpa harus ngomong-ngomong berulang kali. Makanya, poster ini jadi media komunikasi massal yang efisien buat bantu operasional toko. Toko Mutiara, yang melayani berbagai jenis konsumen, pake poster sebagai alat komunikasi visual buat dukung penjualan dan pelayanan. Poster yang ditempatin di tempat-tempat strategis kayak pintu masuk, rak barang, atau dekat kasir, bisa bikin konsumen tertarik dan cepat dapet info. Lewat poster, pesan toko bisa diterima banyak orang barengan, jadi komunikasi massal di dalam toko jadi lebih efektif. Lebih dari itu, poster juga bantu bentuk citra dan identitas visual toko. Kalau desain poster disesuaikan sama karakter dan konsep toko, bisa bikin kesan profesional dan tingkatin kepercayaan konsumen. Poster yang dirancang dengan baik nggak cuma buat sampaikan pesan, tapi juga jadi bagian dari strategi komunikasi visual yang dukung branding toko ritel.

Kata Kunci: Komunikasi Visual, Poster, Toko Ritel, dan Komunikasi Massa.



ABSTRACT

Posters are basically visual tools that help get messages across to people in a clear and impactful way. In stores, they're not just for advertising stuff, but also help managers talk to customers on a big scale. This project is all about creating posters that boost that mass communication in retail shops. The way we made this art piece was through visual design, using hands-on research. The steps involved spotting the issues, gathering visual info and what the store needs for communication, breaking down ideas, drawing sketches, building the design on a computer, and finishing the poster. We got extra info from watching things directly, studying visuals, and keeping records, which guided us the whole time. The design zeroes in on how things are arranged, picking colors, fonts, and visual bits that match the store's vibe and what customers want to know. What we found is that posters that are straightforward, easy to read, and engaging really grab attention and help deliver the message. Plus, putting them in key spots around the store makes interactions between shoppers and the place way more effective. So, posters are super important for keeping that mass communication strong in retail.

Keywords: posters, visual communication, mass communication, retail stores

