



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
PADA MERCY'S – CAKE & COOKIES**



Diajukan sebagai Persyaratan Kelulusan
Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis
Jurusan Teknik Grafika Penerbitan
Politeknik Negeri Jakarta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**DEVAN AINUR HAKIM
2106421001**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S - Cake & Cookies
Penulis : Devan Ainur Hakim
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Sidang Tugas Akhir.

Depok, 25 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II

Deli Silvia, M.Sc.
NIP. 198408192019032012



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA MERCY'S – CAKE & COOKIES

Oleh:

DEVAN AINUR HAKIM
2106421001

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2025

Penguji I

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Penguji II

Iqbal Yamin, M.T.
NIP. 198909292022031005

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T, M.Eng.
NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

**Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada
MERCY'S - Cake & Cookies**

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Depok, 2 Juli 2025
Yang menyatakan,



Devan Ainur Hakim
2106421001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRAK

Pesatnya pertumbuhan industri makanan dan minuman di Indonesia mendorong pelaku usaha untuk terus berinovasi dalam produk dan strategi promosi untuk menghadapi persaingan yang ketat. Salah satu pelaku usaha di bidang ini adalah MERCY'S, UMKM yang bergerak di industri makanan, khususnya kue basah dan kue kering premium. Meskipun dikenal memiliki kualitas produk yang tinggi, MERCY'S menghadapi tantangan dalam memperluas jangkauan pasar karena strategi promosinya selama ini hanya difokuskan pada momen musiman, sehingga belum memiliki promosi visual yang konsisten sepanjang tahun dan berdampak pada kurang optimalnya penjualan di luar periode musiman. Oleh karena itu, dilakukan perancangan *marketing collateral* yang efektif untuk mempromosikan produk dan memperkuat citra merek. Metode perancangan menggunakan pendekatan *Mix Method*, yaitu gabungan antara metode kualitatif dan kuantitatif yang mengacu pada teori *Design Thinking* yang terdiri dari 5 tahapan, yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap pertama (*emphatize*) diawali dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, hingga studi literatur. Tahap kedua (*define*) data yang didapat kemudian dianalisis menggunakan SWOT dan dirumuskan menjadi arahan kreatif. Pada tahap tiga (*ideate*) ide dikembangkan melalui *mindmap* dan *moodboard* yang menghasilkan kata kunci seperti bunga, pita, *mixer*, dan premium, kemudian diwujudkan melalui sketsa, digitalisasi hingga menghasilkan desain komprehensif. Hasil perancangan ini mencakup banner, buku katalog, *hangtag*, *greeting card*, *thank you card*, serta konten media sosial dengan gaya visual elegan yang menggabungkan ilustrasi bergaya *line art*, penggunaan *negative space*, serta dominasi warna biru yang selaras dengan identitas MERCY'S. Dilanjut ke tahap empat (*prototype*) dengan membuat *mockup* cetak, yang kemudian digunakan pada tahap lima (*testing*) untuk menguji efektivitas desain secara langsung kepada target pengguna, umpan balik yang diperoleh dari tahap ini menjadi dasar untuk melakukan penyempurnaan sebelum desain akhir ditetapkan dan diproduksi secara penuh. Seluruh desain ini diharapkan mampu memperkuat konsistensi brand MERCY'S sekaligus mendukung promosi dan penjualan sepanjang tahun.

Kata kunci: *Design Thinking*, *Marketing Collateral*, Media Promosi, MERCY'S, Perancangan Desain



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The rapid growth of the food and beverage industry in Indonesia has encouraged businesses to continue innovating in terms of products and promotional strategies in order to face fierce competition. One such business is MERCY'S, an SME engaged in the food industry, specifically premium wet and dry cakes. Despite being known for its high-quality products, MERCY'S faces challenges in expanding its market reach because its promotional strategies have traditionally focused on seasonal events, resulting in a lack of consistent visual promotions throughout the year and suboptimal sales outside of seasonal periods. Therefore, an effective marketing collateral design was developed to promote products and strengthen the brand image. The design method used a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods based on the Design Thinking theory, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. The first stage (empathize) began with data collection through interviews, observations, questionnaires, and literature reviews. The second stage (define) involves analyzing the data using SWOT and formulating it into creative guidelines. In the third stage (ideate), ideas are developed through mind maps and mood boards, resulting in keywords such as flowers, ribbons, mixers, and premium, which are then realized through sketches, digitalization, and comprehensive designs. The design outcomes include banners, catalog books, hangtags, greeting cards, thank you cards, and social media content with an elegant visual style that combines line art-style illustrations, the use of negative space, and a dominant blue color scheme aligned with MERCY'S' brand identity. The process continues to stage four (prototyping) by creating print mockups, which are then used in stage five (testing) to directly test the design's effectiveness with target users. Feedback from this stage serves as the basis for refinements before the final design is finalized and fully produced. The entire design is expected to strengthen MERCY'S brand consistency while supporting promotions and sales throughout the year.

Keywords: Design Development, Design Thinking, Marketing Collateral, MERCY'S, Promotional Media



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada MERCY’S - Cake & Cookies” dengan lancar. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Grafis.

Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada keluarga atas dukungan moral dan material yang telah diberikan sepanjang proses pendidikan ini. Selain itu, apresiasi yang tulus juga ditujukan kepada semua pihak yang telah memberikan arahan, bantuan, dan semangat selama penyusunan laporan ini. Pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan penghormatan dan ungkapan terima kasih yang mendalam kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M, selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T, M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Anggi Anggarini, M.Ds, selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi pengarahan hingga akhir.
5. Deli Silvia, M.Sc, selaku Dosen Pembimbing II atas segala dukungan, bimbingan, dan pembelajarannya.
6. Bianca Az-Zahra selaku Pimpinan atau Owner perusahaan di MERCY’S.
7. Robby Sefrian, S.M selaku *Creative Manager* di MERCY'S
8. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memberikan semangat, doa, serta dukungan baik secara moral maupun material selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
9. Teman-teman Program Studi Desain Grafis, khususnya rekan-rekan DG A, yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta motivasi selama menjalani perkuliahan dan proses penyusunan tugas akhir bersama.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10. Ucapan terima kasih ditujukan kepada sahabat-sahabat terdekat dari berbagai lingkungan yang telah memberikan dukungan, semangat, serta kebersamaan selama proses penyusunan tugas akhir ini. Setiap bantuan, doa, dan waktu yang diberikan sangat berarti dalam melewati proses ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki sejumlah kekurangan, baik dari segi substansi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang bersifat konstruktif sebagai bahan evaluasi dan penyempurnaan di kemudian hari. Penulis berharap laporan ini dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat bagi pembaca maupun pihak-pihak yang berkepentingan.

Depok, 2 Juli 2025

Devan Ainur Hakim

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Fungsi Promosi	7
2.1.2 Media Promosi	8
2.1.3 Jenis Media Promosi	8
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	11
2.2.1 Manfaat <i>Marketing Collateral</i>	11
2.2.2 Jenis-Jenis <i>Marketing Collateral</i>	12
2.3 Desain Grafis.....	13
2.4 Elemen Desain Grafis	14
2.5 Prinsip Desain Grafis	25
2.6 <i>Design Thinking</i>	27
BAB III METODE PERANCANGAN.....	32
3.1 Metode Penelitian.....	32
3.2 Data dan Analisis	36



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.1 Profil Klien.....	36
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	39
3.2.3 Kompetitor	44
3.2.4 <i>Consumer Insight</i>	50
3.2.5 Analisis Swot	53
3.3 Arahan Kreatif.....	56
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	58
4.1 Konsep Visual.....	58
4.2 Proses Desain	63
4.2.1 Sketsa Manual	63
4.2.2 Desain Komprehensif.....	69
4.2.3 Desain Terpilih.....	72
4.2.4 <i>Prototyping & Testing</i>	76
4.2.5 <i>Final Artwork</i>	80
4.3 Media Pendukung	86
4.4 Pertimbangan Produksi	91
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran.....	96
DAFTAR REFERENSI.....	97
LAMPIRAN.....	102

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Roda Warna atau <i>Color Wheel</i>	14
Gambar 2. 2 Warna Primer, Sekunder, Tersier.....	15
Gambar 2. 3 Warna Netral, Putih dan Hitam.....	15
Gambar 2. 4 Skema Warna <i>Monochromatic</i>	16
Gambar 2. 5 Skema Warna <i>Analogous</i>	16
Gambar 2. 6 Skema Warna <i>Complementary</i>	17
Gambar 2. 7 Skema Warna <i>Triadic</i>	17
Gambar 2. 8 Skema Warna <i>Split Complementary</i>	18
Gambar 2. 9 Skema Warna <i>Tetradic</i>	18
Gambar 2. 10 Tipografi.....	19
Gambar 2. 11 Contoh <i>Display Type</i>	19
Gambar 2. 12 Contoh <i>Type Type</i>	21
Gambar 2. 13 Pengaturan Jarak Antar Huruf.....	22
Gambar 2. 14 Penggunaan Fotografi dalam Desain.....	24
Gambar 2. 15 Penggunaan Ilustrasi dalam Desain.....	25
Gambar 2. 16 Lima Tahapan Metode <i>Design Thinking</i>	28
Gambar 3. 1 Tahapan Metode Penelitian.....	35
Gambar 3. 2 Logo MERCY'S.....	36
Gambar 3. 3 Foto Produk Lapis Legit dan Cookies MERCY'S.....	37
Gambar 3. 4 Foto Dokumentasi Kegiatan di <i>Production House</i> MERCY'S.....	38
Gambar 3. 5 Sertifikasi Halal MUI Milik MERCY'S.....	38
Gambar 3. 6 Penampakan Pembuatan Produk MERCY'S.....	40
Gambar 3. 7 Produk Lapis Legit.....	40
Gambar 3. 8 Kemasan <i>Hardbox</i> Lapis Legit MERCY'S.....	41
Gambar 3. 9 Produk Kue Kering MERCY'S.....	41
Gambar 3. 10 Kemasan Toples Kue Kering MERCY'S.....	42
Gambar 3. 11 Beberapa Testimoni Pelanggan MERCY'S.....	43
Gambar 3. 12 Pemberian <i>Hang Tag</i> dan Kartu Ucapan pada Momen <i>Seasonal</i> ..	43
Gambar 3. 13 Logo Nyonya Moy.....	44
Gambar 3. 14 Beberapa Visual Desain Milik Nyonya Moy.....	45
Gambar 3. 15 Logo Double Jo.....	45
Gambar 3. 16 Beberapa Visual Desain Milik Double Jo.....	46
Gambar 3. 17 Foto <i>Booth Store</i> Double Jo di Gandaria City Mall.....	46
Gambar 3. 18 Logo Swan Cakery.....	47
Gambar 3. 19 Beberapa Visual Desain Milik Swan Cakery.....	48
Gambar 3. 20 Logo Don Bakeshop.....	48
Gambar 3. 21 Buku Katalog Don Bakeshop.....	49
Gambar 3. 22 Beberapa Visual Desain Milik Don Bakeshop.....	49
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i>	59
Gambar 4. 2 <i>Reference Board</i>	60
Gambar 4. 3 <i>Inspirational Board</i>	61
Gambar 4. 4 <i>Concept Board</i>	62
Gambar 4. 5 Sketsa <i>Thumbnail</i>	64



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 1	64
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 2	65
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 3	66
Gambar 4. 9 Sketsa Alternatif 4	67
Gambar 4. 10 Sketsa Alternatif 5	68
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 1	69
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 2	70
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif 3	71
Gambar 4. 14 Desain Terpilih	72
Gambar 4. 15 Penerapan Warna	74
Gambar 4. 16 Penerapan Tipografi	75
Gambar 4. 17 Dokumentasi Saat Foto Produk	75
Gambar 4. 18 <i>Prototyping</i> Cetak	76
Gambar 4. 19 Proses <i>Testing</i> Bersama Owner MERCY'S	77
Gambar 4. 20 Proses <i>Testing</i> Bersama Target Audiens MERCY'S	77
Gambar 4. 21. <i>Feedback Capture Matrix</i>	78
Gambar 4. 22 Beberapa Bagian Desain yang Akan Dievaluasi	79
Gambar 4. 23 Desain Tripod Banner MERCY'S	80
Gambar 4. 24 Seluruh <i>Final Artwork Marketing Collateral</i> MERCY'S	81
Gambar 4. 25 Penerapan Prinsip Kesatuan	82
Gambar 4. 26 Penerapan Prinsip Keseimbangan Simetris	83
Gambar 4. 27 Penerapan Prinsip Keseimbangan Asimetris	83
Gambar 4. 28 Penerapan Prinsip Penekanan	84
Gambar 4. 29 Penerapan Prinsip Proporsi	85
Gambar 4. 30 Penerapan Prinsip Irama	86
Gambar 4. 31 Desain Katalog Produk MERCY'S	87
Gambar 4. 32 Desain <i>Hangtag</i> MERCY'S	88
Gambar 4. 33 Desain <i>Envelope, Greeting Card</i> MERCY'S	89
Gambar 4. 34 Desain <i>Thank You Card</i> MERCY'S	90
Gambar 4. 35 Desain Sosial Media Instagram	90



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Table 3.1 Matriks SWOT	54
Table 3.2 Arahan Kreatif	56





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 *Loogbok* Bimbingan
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Survei Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil *Testing*
- Lampiran 5 Dokumentasi
- Lampiran 6 Hasil Cek *Plagiarisme*
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri makanan dan minuman memiliki peran penting dalam perekonomian Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan pernyataan Ketua Umum Kementerian Perindustrian dalam acara *Kick Off Indonesia Food Innovation 2024*, yang menyatakan bahwa hingga triwulan I tahun 2024, sektor ini menjadi penyumbang terbesar dalam struktur PDB industri pengolahan non-migas, dengan kontribusi sebesar 39,91% atau setara dengan 6,47% dari total PDB nasional. (Kemenprin, 2024). Besarnya peran industri makanan dan minuman dalam perekonomian nasional menunjukkan tingginya permintaan pasar di sektor ini.

Seiring dengan tingginya permintaan pasar di industri makanan, semakin banyak pelaku usaha yang bersaing untuk mempertahankan keberadaannya di tengah pasar yang kompetitif. Saat ini, jumlah pelaku usaha di industri makanan terus berkembang dan memperkuat eksistensinya dengan menonjolkan keunggulan dan keunikan masing-masing produk, yang tercermin dari pesatnya pertumbuhan bisnis Usaha Kecil Menengah (UKM) yang terus berinovasi untuk dapat bersaing di industri yang semakin kompetitif (N. N. F. Dewi & Nirawati, 2021).

Dalam menghadapi persaingan ini, pelaku usaha perlu memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif agar tetap dapat menarik perhatian konsumen. Dengan menerapkan strategi pemasaran yang inovatif, didukung oleh analisis data dan konten yang menarik, perusahaan dapat mencapai kesuksesan pemasaran di tengah persaingan ketat di pasar digital saat ini (Ananda et al., 2023). Salah satu media yang dapat digunakan adalah *marketing collateral*, yang berperan dalam membangun identitas merek serta meningkatkan daya tarik produk. Lebih dari itu, *marketing collateral* juga efektif digunakan dalam mempromosikan produk serta dapat memperkuat citra merek, hingga dapat mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap suatu perusahaan (Li et al., 2022). Efektivitas *marketing collateral* dalam mempromosikan produk dapat diaplikasikan dalam berbagai format, baik cetak maupun digital, sesuai dengan kebutuhan pemasaran dan target audiens. Oleh



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

karena itu, desain *marketing collateral* yang strategis tidak hanya membangun identitas merek, tetapi juga menciptakan konsistensi yang meningkatkan kredibilitas, kepercayaan konsumen, serta mendorong loyalitas dan keputusan pembelian.

Konsistensi dalam *marketing collateral* dapat diwujudkan melalui penerapan elemen desain yang seragam pada setiap media. Desain harus selaras dalam penggunaan warna, tipografi, dan komposisi visual agar komunikasi lebih efektif dan merek lebih mudah dikenali. Warna-warna yang menarik dan sesuai dengan identitas merek dapat membangun asosiasi emosional dengan konsumen. Tipografi yang mudah dibaca memastikan informasi tersampaikan dengan jelas, sementara *layout* yang harmonis menciptakan keteraturan dan alur membaca yang nyaman bagi audiens. Kurangnya konsistensi antar media dapat menciptakan kesenjangan dalam identitas merek, membuat media yang seharusnya saling melengkapi menjadi terlihat terpisah dan tidak mendukung (Islam, 2018). Dengan penerapan desain yang konsisten, *marketing collateral* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga memperkuat citra profesional dan daya tarik merek.

MERCY'S – Cake & Cookies merupakan salah satu pelaku UMKM di industri makanan, diantaranya adalah kue lapis legit yang merupakan menu *signature* mereka, serta beberapa jenis kue kering (*cookies*) dengan beragam rasa. MERCY'S dikenal sebagai merek kue premium yang menghadirkan kemewahan dalam setiap aspeknya. Sesuai dengan *tagline*-nya, "Luxury In Taste," MERCY'S berkomitmen untuk menjadi simbol kelezatan yang berkualitas dan berstandar tinggi. Saat ini MERCY'S memasarkan produknya secara online melalui Instagram dan tiktok, namun promosi yang dijalankan pun masih belum optimal. Penjualan dilakukan melalui pemesanan di WhatsApp atau Instagram dengan mengisi *form order* yang diberikan oleh admin MERCY'S, namun tidak sedikit juga konsumen yang membeli produknya secara langsung di *production house* mereka yang berlokasi di Tangerang.

Selama ini MERCY'S lebih memfokuskan penjualan berdasarkan momen-momen tertentu seperti Natal, Imlek, dan Ramadhan. Namun, ketergantungan pada musim-musim tertentu membuat penjualan menjadi kurang stabil di luar periode-



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

periode tersebut. Konsumen MERCY'S umumnya berasal dari segmen pekerja aktif, mulai dari karyawan perusahaan, pegawai pemerintahan hingga pebisnis yang memesan produk sebagai bingkisan premium. Meskipun mengandalkan sistem penjualan online, banyak dari mereka yang ingin melihat dan mencoba produk secara langsung sebelum membeli. Oleh karena itu, MERCY'S berupaya memperluas pasarnya dengan mengikuti *event* seperti bazar kuliner atau pameran makanan. Namun, upaya ini masih menghadapi tantangan karena MERCY'S belum memiliki *marketing collateral* yang memadai untuk mendukung kegiatan pemasaran secara langsung.

Di sisi lain, sebagai sarana penyampaian informasi produk dan harga, MERCY'S masih menggunakan katalog dengan foto yang terbatas dan tanpa deskripsi produk yang mendetail. Padahal, target pasarnya mencakup berbagai kelompok usia, mulai dari pemuda hingga orang tua, sehingga penyajian informasi yang lengkap dan jelas sangat diperlukan untuk mempengaruhi keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Sulistyono et al. (2022) menunjukkan bahwa narasi produk (*copywriting*) dan foto produk memiliki pengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas serta minat beli konsumen, sehingga elemen-elemen tersebut menjadi faktor penting dalam strategi pemasaran.

Untuk mengatasi tantangan tersebut, diperlukan strategi pemasaran yang dapat menjaga keberlangsungan bisnis di sepanjang tahun, salah satunya melalui perancangan *marketing collateral* yang mendukung. Beberapa media yang dibutuhkan meliputi *hang tag*, *greeting card*, *envelope*, *thank you card*, katalog produk, banner, hingga konten Instagram. Semua *output* desain ini akan dirancang dengan *key visual* yang selaras dengan identitas brand MERCY'S guna menciptakan kesan yang konsisten dan profesional.

Berdasarkan uraian di atas, maka tugas akhir ini diberi judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S – Cake & Cookies.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, MERCY'S - Cake & Cookies menghadapi tantangan dalam mempertahankan daya tarik produk di luar musim tertentu. Oleh karena itu, diperlukan strategi pemasaran yang efektif agar tetap relevan dan diminati oleh konsumen sepanjang tahun. Sejalan dengan hal tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas dalam proyek tugas akhir ini adalah "Bagaimana proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada MERCY'S - Cake & Cookies?"

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penyusunan proyek tugas akhir ini tetap terarah dan sesuai dengan tujuannya, maka ditetapkan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain *marketing collateral* MERCY'S – Cake & Cookies.
2. Penerapan teori desain yang mendukung proses perancangan *marketing collateral* MERCY'S – Cake & Cookies.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tugas Akhir ini memiliki beberapa tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh selama pengerjaannya, antara lain:

a. Tujuan

Tujuan pembahasan proyek Tugas Akhir Perancangan Desain *Marketing Collateral* Pada MERCY'S – Cake & Cookies ini antara lain:

1. Menjabarkan proses perancangan desain *marketing collateral* MERCY'S – Cake & Cookies.
2. Menjelaskan penerapan teori desain yang mendukung proses perancangan *marketing collateral* MERCY'S – Cake & Cookies.

b. Manfaat

Berikut ini adalah manfaat yang didapatkan dalam pembahasan Tugas Akhir Merancang desain *marketing collateral* Pada MERCY'S – Cake & Cookies:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Manfaat untuk Brand (MERCY'S - Cake & Cookies)

Hasil perancangan ini berfungsi sebagai sarana promosi untuk meningkatkan penjualan serta memperluas jangkauan pasar MERCY'S. Selain itu, *marketing collateral* yang dirancang dapat menjadi alat komunikasi yang efektif antara MERCY'S dan calon konsumennya dalam mengenali serta memilih produk sepanjang tahun, tidak hanya pada momen-momen tertentu.

2. Manfaat bagi Target Audiens MERCY'S - Cake & Cookies

Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat menyajikan informasi brand dan produk secara jelas dan menarik. Dengan demikian, pelanggan dapat lebih mudah memahami produk yang ditawarkan, meningkatkan ketertarikan, dan mendorong keputusan pembelian.

3. Manfaat bagi Akademisi, khususnya di bidang Desain Grafis

Laporan ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa atau peneliti dengan topik serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, pembahasan disusun secara sistematis agar lebih mudah dipahami dan terarah. Adapun sistematika penulisan “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S - Cake & Cookies” terdiri dari 5 bab, di mana setiap bab dibagi menjadi subbab sesuai dengan kebutuhan materi. Penjelasan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I. PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang hingga permasalahan yang dihadapi MERCY'S – Cake & Cookies, sehingga diperlukan konsep dan strategi desain dalam perancangan *marketing collateral*. Selain itu, bab ini juga memaparkan ruang lingkup penelitian untuk membatasi pembahasan, serta tujuan dan manfaat dari proses perancangan ini.

BAB II. LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar dalam perancangan *marketing collateral* MERCY'S - Cake & Cookies. Teori-teori yang dibahas antara lain terkait



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

promosi, media promosi, *marketing collateral*, teori desain grafis, metode penelitian, dan pendekatan desain yang relevan.

BAB III. METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam perancangan, mulai dari teknik pengumpulan data, analisis data, hingga penyusunan arahan kreatif sebagai panduan dalam pengembangan desain.

BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menguraikan proses desain secara menyeluruh, dimulai dari eksplorasi konsep visual, sketsa awal, digitalisasi desain, pengembangan prototipe, serta tahap uji coba (*testing*). Selain itu, bab ini juga membahas penerapan teori desain grafis, pemilihan media pendukung, serta pertimbangan dalam proses produksi.

BAB V. PENUTUP

Bab ini memaparkan kesimpulan yang diperoleh dari keseluruhan proses perancangan, serta saran yang dapat menjadi rekomendasi untuk pengembangan desain *marketing collateral* di masa mendatang.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan proses yang telah dilakukan dalam Perancangan Desain *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi pada MERCY'S – Cake & Cookies, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Metode riset yang digunakan adalah *design thinking*, guna menggali kebutuhan pengguna dan memahami karakteristik brand secara mendalam. Terdapat 5 tahapan pada metode *design thinking*, diawali dengan pengumpulan data (*Emphatize*) dengan pendekatan kualitatif dan kuantitatif (*mix method*) melalui wawancara, observasi, penyebaran kuesioner hingga studi literatur. Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah merumuskan masalah (*Define*) yang dituangkan ke dalam analisis matriks SWOT. Hasil dari analisis ini kemudian digunakan untuk menyusun *creative brief* yang berfungsi sebagai panduan dalam proses perancangan. Salah satu elemen yang terdapat dalam *creative brief* adalah *tone and manner*, yaitu *clean* dan *elegant*, yang merepresentasikan citra yang ingin dibangun oleh MERCY'S. Selanjutnya, tahap *Ideate* dilakukan sebagai proses kreatif untuk mengembangkan ide melalui metode *mind mapping*, yang menghasilkan sejumlah kata kunci visual seperti bunga, pita, *mixer* dan premium. Kata kunci tersebut kemudian dikembangkan menjadi bentuk *moodboard*, yakni kumpulan elemen visual berupa gambar, warna, tekstur, dan tipografi yang merepresentasikan arah desain secara keseluruhan. Setelah itu, desain banner dipilih untuk dijadikan sebagai media utama sekaligus titik awal dalam proses perancangan. *Key visual* yang dikembangkan dari banner tersebut kemudian diterapkan secara konsisten ke berbagai media pendukung lainnya, seperti katalog produk, *hangtag*, amplop dan kartu ucapan, *thank you card*, serta konten Instagram. Proses ini dilanjut dengan pembuatan beberapa alternatif sketsa manual yang kemudian dikembangkan secara digital untuk mengeksplorasi berbagai kemungkinan tampilan. Hasil dari tahap ini menghasilkan satu konsep desain terpilih yang paling sesuai dengan identitas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

serta kebutuhan promosi MERCY'S. Desain terpilih kemudian masuk ke tahap *prototype*, di mana visual diterapkan dalam bentuk awal untuk melihat bagaimana tampilannya secara nyata. Tahap ini bertujuan untuk meninjau dan mengevaluasi keseluruhan komposisi sebelum desain benar-benar diproduksi secara utuh dan digunakan sebagai media promosi reguler MERCY'S. Selanjutnya, tahap *Testing* dilakukan yang melibatkan pihak klien MERCY'S serta ke beberapa target audiens untuk menilai sejauh mana desain yang dikembangkan telah sesuai dengan kebutuhan dan mampu menjawab permasalahan komunikasi visual yang dihadapi brand.

2. Hasil perancangan desain *marketing collateral* pada MERCY'S – Cake & Cookies menampilkan visual yang konsisten dan mendukung citra brand sebagai produk kue premium. Desain terpilih, yaitu tema "Timeless Luxury", dikembangkan secara menyeluruh melalui proses eksplorasi sketsa alternatif hingga desain komprehensif, dan diterapkan ke berbagai media promosi seperti banner, katalog, *hangtag*, *greeting card*, *thank you card*, dan konten Instagram. Penerapan desain mempertimbangkan prinsip konsistensi dan keselarasan visual melalui beberapa elemen utama. Warna biru gradasi dipilih sebagai warna dominan karena merupakan warna identitas brand yang mampu memunculkan kesan eksklusif, bersih, dan profesional. Tipografi menggunakan kombinasi antara font serif (Crimson Text) sebagai judul atau *display type* untuk memberikan nuansa klasik dan mewah, dan font sans serif (Quicksand dan Montserrat) sebagai *body text* demi menjaga keterbacaan. Ilustrasi bunga bergaya *outline* dengan *opacity* rendah digunakan sebagai elemen dekoratif yang lembut, memperkuat suasana elegan tanpa mengganggu fokus visual. Foto produk disusun sebagai *point of interest*, dengan teknik pemotretan yang terencana secara detail demi menampilkan tekstur makanan, kemasan, dan bahan baku yang berkualitas. Komposisi visual, baik simetris maupun asimetris, dirancang sesuai kebutuhan masing-masing media, dengan pemanfaatan *white space* untuk menciptakan kesan lapang dan minimalis yang mudah dibaca. Desain ini fleksibel untuk diterapkan ke berbagai media, baik cetak maupun digital. Hal ini memungkinkan visual brand tetap relevan sepanjang tahun, tidak



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

terbatas pada momen musiman, serta memperkuat citra MERCY'S sebagai brand kue yang higienis, eksklusif, dan profesional. Dengan pendekatan ini, hasil desain terbukti mampu menjawab tantangan komunikasi visual yang dihadapi brand sekaligus menjadi media promosi yang representatif dan strategis.

5.2 Saran

Berdasarkan Perancangan Desain *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi pada MERCY'S – Cake & Cookies, berikut beberapa saran yang dapat menjadi masukan untuk perancangan atau penelitian sejenis di masa mendatang:

1. Desain *marketing collateral* yang telah dirancang dapat dimanfaatkan secara optimal oleh MERCY'S sebagai pendukung kegiatan pemasaran sehari-hari. Agar desain ini berfungsi secara maksimal, disarankan bagi MERCY'S untuk menjalankan promosi secara berkala dan konsisten, dengan tetap mengacu pada key visual yang telah ditetapkan agar membantu memperkuat identitas brand, meningkatkan daya ingat konsumen, serta mengoptimalkan penjualan di sepanjang tahun, tanpa terikat momen musiman.
2. Penulis selanjutnya disarankan untuk lebih mendalami proses desain dengan pendekatan yang lebih terarah dan strategis sesuai dengan *key message* yang ada. Pemilihan elemen visual seperti tipografi, warna, serta gaya fotografi perlu disesuaikan secara konsisten dengan karakter brand dan *key message* yang ingin disampaikan, agar dapat memastikan setiap media yang dirancang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga komunikatif dan selaras dengan citra brand.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR REFERENSI

- Akbar, I. M. (2022). *Pengaplikasian Ilustrasi Dalam Pengembangan Desain Grafis Di Televisi Republik Indonesia (TVRI)*.
- Ananda, T. A., Dewi, N. K., & Saleh, M. Z. (2023). Fenomena Perubahan Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Tantangan Di Era Digital. *Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen (Jupiman)*, 2(4), 98–107.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Penerbit Pnj Press. <https://Press.Pnj.Ac.Id/Book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/26/>
- Asthararianty, & Lesmana, F. (2018). Studi Hermeneutik: Desain Layout Buku Biografi Merry Riana Asthararianty1*,. *Nirmana, Vol. 18, No. 1, 18(1)*, 13–19. <https://doi.org/10.9744/Nirmana.18.1.13-19>
- Azizah, E. N., Resmi, M. G., & Alam, S. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Mobile Pengenalan Bahasa Isyarat Indonesia (Bisindo). *Jurnal Mnemonic*, 6(1), 71–76. <https://doi.org/10.36040/Mnemonic.V6i1.5711>
- Bizhare, B. (2024). *Marketing Collateral: Pengertian & Manfaatnya Bagi Bisnis Anda*. Tips Bisnis, Info Bisnis.
- Chumaidi, A. R., & Patria, A. S. (2023). Perancangan Ilustrasi Sebagai Identitas Visual Acara Mahakarya Bonek Campus #4. *Jurnal Desgrafia*, 1(2), 142–159.
- Crump, P. (2021). *No Title*. <https://fellowstudio.com/services/design/insight/what-is-brand-collateral/>
- Darmawan, A., Siswanto, I. A., & Wahyuni E, T. R. (2019). Perancangan Buku Katalog Produk Sebagai Media Promosi Produsen Mebel Yasmieniture. *Jurnal Dasarupa: Desain Dan Seni Rupa*, 1(3), 54–79. <https://doi.org/10.52005/Dasarupa.V1i3.119>
- Dewi, N. N. F., & Nirawati, L. (2021). Strategi Pemasaran Usaha Kue Chusnul Bakery Di Jalan Kedung Asem Surabaya. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 4(3), 201. <https://doi.org/10.32493/Drb.V4i3.10385>
- Dewi, N. N. P., Udayana, A. A. G. B., & Swendra, C. G. R. (2022). Perancangan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Font Dan Desain Preview Font Two Hand Di Alit Desain Studio. *Isi Denpasar | Institutional Repository*. Tarik Visual Logo. *Paratiwi: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, 3(April), 126–134.

Fahmi, F. (2022). *Katalog Produk: Definisi, Jenis, Dan Manfaatnya*. Idmetafora. <https://idmetafora.com/id/blog/read/1456/katalog-produk-definisi-jenis-dan-manfaatnya.html>

Farid, M., Sridamayanti, Sridamayanti, A'yun, A. Q., K, M. F., Rusli, Dedi Irwansyah Ripaldi, R., & Irwan, M. Z. M. (2023). Desain Grafis Untuk Memaksimalkan Konten Di Media Sosial Dan Kekreativitasan Siswa Sman 2 Barru. *Journal Lepa-Lepa Open Open*, 3, 847–851.

Galagali, D., & Gogi, V. S. (2021). A Design Of B2b Marketing Strategy For The Meter Data Management System Software. *International Research Journal Of Modernization In Engineering Technology And Science*, 3(6). http://www.ijmets.com/uploadedfiles/paper/volume3/issue_6_june_2021/13892/1628083540.pdf

Galtyslabelprinting. (2023). *Hangtag: Pengertian, Fungsi, Bahan Dan Cara Pembuatannya*. Galtys Label Sticker. <https://galtyslabelsticker.com/pengertian-hangtag-dan-fungsinya/>

Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna Dan Penggunaan Siluet Dalam Desain Karakter. *Jurnal Dkv Adiwarna*, 1(121), 3–4. <https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/viewfile/12289/10775>

Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis Dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau Dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal Stmk Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>

Hidayat, T. P. (2022). *Peran Penting Palet Warna Dan Semiotika Dalam*. 5(1), 34–47.

Ilitho, I. (2020). *Penggunaan Hang Tag Dalam Meningkatkan Visibilitas Produk Anda*. Ilitho Blogs. https://www.ilitho.co.id/blog/penggunaan-hang-tag-dalam-meningkatkan-visibilitas-produk-anda_32.html#



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Islam, M. A. (2018). *Konsistensi Identitas Visual : Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur*. 2(2), 105–119.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/Nirmana.23.2.123-129>
- Juniardi, W., & Humaira, Z. L. (2022). *Mengenal Greeting Cards Dari Pengertian, Jenis Hingga Contohnya*. Quipper. <https://www.quipper.com/id/blog/mapel/bahasa-inggris/greeting-cards/>
- Kemenprin. (2024). *Kemenperin Jaring Dan Kembangkan Ikm Pangan Inovatif Melalui Program Indonesia Food Innovation 2024*. Siaran Pers: Direktorat Jenderal Industri Kecil, Menengah Dan Aneka. <https://ikm.kemenperin.go.id/kemenperin-jaring-dan-kembangkan-ikm-pangan-inovatif-melalui-program-indonesia-food-innovation-2024>
- Li, V. K., Ongpaucio, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact Of Viral Marketing Collateral On Brand Image: “#Kwentongjollibee” Advertisement. *Journal Of Business And Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/Jbms.2022.4.1.28>
- Mirza, I. M. M. (2022). *Efektifitas Implementasi Tipografi Dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (Haki) Di Indonesia*. 2, 70–75.
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak Dan Digital Untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *Pinter : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/Pinter.3.2.7>
- Nugroho, D. P., Rondhi, M., & Nugrahani, R. (2019). Ornamental Varieties Of Gedong Songo Semarang Temple As A Typeface Design Inspiration Ragam. *Arty: Jurnal Seni Rupa*, 8(2), 65–76.
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). Pengaruh Online Customer Review, Kualitas Produk, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Marketplace Shopee (Studi Kasus Pada Mahasiswa Ubsi). *Procuratio : Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4), 439–450. <https://doi.org/10.35145/Procuratio.V9i4.1704>
- Nursya'baana, N. L., & Kristiana, N. (2023). Katalog Sebagai Media Pendukung



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Promosi Pawon Yu'ne Di Nganjuk Jawa Timur. *Junal Desgrafia*, 1(1), 213–225. <https://Ejournal.Unesa.Ac.Id/Index.Php/Desgrafia/>
- Nuryani, F. T., Nurkesuma, N., & Hadibrata, B. (2022). *Korelasi Keputusan Pembelian : Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran)*. 3(4), 452–462.
- Oktaviani, A. (2020). *Mengenal Lebih Dalam “Gambar” Pada Desain Grafis*. Creative, Desain & Multimedia.
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *Imaji: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/I.V12i2.49>
- Pasla, B. N. (2024). *Marketing Collateral: Pengertian, Manfaat, Dan Jenis*. Bisnis & Industri.
- Pratama, I. P. A. A., Paramitha, A. A. I. I., & Satwika, I. P. (2024). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Implementasi User Interface Berbasis Website Studi Kasus Jro Sandat Property. *Jtksi (Jurnal Teknologi Komputer Dan Sistem Informasi)*, 7(1), 73–86.
- Qothrunnada, K. (2021). *7 Prinsip Dasar Desain Grafis Lengkap Dengan Unsur-Unsurnya*. Detikedu. <https://www.detik.com/edu/detikpedia/D-5838921/7-Prinsip-Dasar-Desain-Grafis-Lengkap-Dengan-Unsur-Unsurnya>
- Rajagukguk, R. (2022). *Marketing Collateral: Elemen Penting Bagi Merek*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/marketing-collateral-elemen-penting-bagi-merek/>
- Setiawan, M. J., & Sihombing, D. R. M. (2023). Analisis Perkembangan Dan Pengaruh Tipografi Pada Sampul Majalah Bobo Terhadap Ketertarikan Anak. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba Volume 14*, 14(1), 45–57.
- Shofwan, N. (2016). *Pemanfaatan Bahan Daur Ulang Banner Pada Desain Produk Homeless Shelter*. 1–9.
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran Umkm Di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/Jiteksis.V3i1.212>
- Sulistyo, A., Suhartapa, S., & Annisa, R. N. (2022). Pengaruh Narasi Produk Dan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Foto Produk Terhadap Presepsi Kualitas Dan Minat Beli Wisatawan Melalui Portal Digital Agoda. *Jurnal Riset Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Program Magister Manajemen*, 9(2), 18–38.
<https://doi.org/10.32477/Jrm.V9i2.455>

Sussanti, S., Damayanti, V. K., & Amin, M. (2024). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis Volume*, 4(4), 288–295.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88.
<https://doi.org/10.36987/Ecobi.V6i2.8>

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis Pada Konten Media Sosial Terhadap Daya Tarik Pengguna Dari Generasi Z Di Kota Batam. *Journal On Education*, 5(3), 9523–9539.
<https://doi.org/10.31004/Joe.V5i3.1825>

Tsabitah, E. R. A., & Kusumandyoko, T. C. (2024). *Analisis Prinsip Layout Tom Lichty Pada Feed Instagram Wardah*. 6(2), 159–173.

Yulius, Y., & Putra, M. E. P. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 6(2), 111–116.
<https://doi.org/10.36982/Jsdb.V6i2.1720>

Zharandont, P. (2015). *Pengaruh Warna Bagi Suatu Produk Dan Psikologis Manusia*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 *Loogbook* Bimbingan

A	B	C	D
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Devan Ainur Hakim	
NAMA PEMBIMBING		Ibu Anggi Anggarini	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S – Cake & Cookies	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN MATERI			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	27 Februari 2025	- Penggantian judul dengan ditambahkan tujuannya, yaitu menambah kalimat "Sebagai Media Branding". - Memangkas beberapa kalimat di latar belakang yang di rasa pengulangan kalimat saja - Merevisi beberapa bagian pada bagian latar belakang	- Melakukan revisi pada bagian latar belakang yang paragrafnya terlalu panjang dan hanya pengulangan, mengubah kalimat yang menjelaskan kemasan premium menjadi premium secara keseluruhan pada Brand MERCY'S, Serta menambahkan penjelasan mengenai permasalahan klien yang dapat di selesaikan dengan desain - Mulai melanjutkan bagian sistematika penulisan - Mulai merancang BAB II (Kerangka Teori)
2	6 Maret 2025	- Melakukan Revisi pada BAB II (Menambahkan poin marketing collateral, dan mengubah urutan antara promosi dan marketing collateral, menjadi duluan promosi, baru marketing collateral. - Belum ada bagan kerangka teori	- Mengerjakan hasil revisian pada Bab 2, menambahkan teori fungsi marketing collateral - Membuat bagan kerangka teori
3	13 Maret 2025	- Mengubah beberapa teori makro pada tipografi, dari yang pembahasan sans serif dan lain-lain, diubah menjadi pembahasan tentang tipografi menurut fungsinya, Display type & Text Type) - Belum membuat draft pertanyaan untuk keperluan kuosioner.	- Memperbaiki dan mencari teori sesuai dengan revisian yang ada - Membuat draft pertanyaan serta meminta acc, dan membuat kuesioner Gform - Serta melanjutkan BAB 3
4	10 April 2025	- Setelah berdiskusi dengan pembimbing, untuk judul lebih baik diubah menjadi sebagai media promosi, bukan media branding. Karena marketing collateral itu lebih ke media promosi. Dan kalau bahas branding itu terlalu luas. Jadi lebih relevan ke Media promosi. dan isi dari Bab 1.2, dan 3 pun arahnya lebih relevan ke media promosi. - Revisi kalimat di consumer insight - Revisi tambahan teori kerning, leading, tracking pad BAB 2 - Merubah urutan poin di bab 2 bagian tipografi - Merubah beberapa poin di Matriks SWOT	- Langsung memperbaiki semua revisi yang ada dan melakukan asistensi kembali - Membuat daftar isi, daftar gambar, dll - Membuat lampiran - Membuat slide presentasi
5	11 April 2025	- Menambahkan bagan tahapan metode penelitian - Membuat kesimpulan SWOT menjadi 1-2 kalimat	- Melakukan Revisi agar lebih sempurna - Merapihkan penulisan laporan sebelum SEMPRO
6	24 April 2025	- Memberi arahan terkait revisi mengenai penjelasan target audiens di letakkan dibagian profil klien - Menambahka Bagian media promosi terdahulu pada bagian Produk Knowledge - Menambahkan data mengenai testimoni pelanggan di bagian produk Knowledge	- Mengerjakan revisi yang ada setelah Seminar Proposal - Melanjutkan BAB IV, dimulai dengan membuat mindmap dengan poin besarnya itu diambil dari Key Message dan Tone and Manner
7	8 Mei 2025	- Revisi mindmap, cabang mindmap serta kata kunci terpilih. Lalu highlight kata kunci terpilih pada moodboard - Lanjuti konsep visual dengan pembuatan moodboard.	- Melakukan revisi mindmap - Mencari beberapa revisi gambar untuk membuat moodboard, yang pertama inspirational board
8	22 Mei 2025	- Inspirational board sudah sesuai dengan key message dan tone manner, begitu juga dengan concept board. - Namun Photography board dan reference board isinya mirip sama-sama sebagai referensi, sebaiknya keduanya digabung menjadi satu.	Penulisan pada moodboard direvisi dengan menggabungkan photography board ke dalam reference board. Narasi dijelaskan bahwa referensi visual, mencakup layout, jenis media, dan teknik fotografi, telah disatukan dalam moodboard ini.
9	27 Mei 2025	- Moodboard sudah jadi dan approval (Inspirational, Reference, dan Concept board) Catatan untuk abstrak, masih terlalu banyak. Kalimat 1-2 di blend saja, masalah diperjelas lagi, lalu solusi nya di highlight lagi	- Melakukan revisi abstrak dengan memperingkas dan mengubah masalah yang ada menjadi lebih jelas beserta dengan highlight solusinya. - Membuat sketsa alternatif setelah bagian mindmad dan moodboard di acc, serta dari moodboard dibuat sketsa2 objek2 acak thumbnail, tujuannya buat bikin si aset2 pendukung
10	5 Juni 2025	- Sketsa alternatif direvisi, baiknya gunakan margin dan grid serta bikin lebih bervariasi. - Nanti masukkan foto produk yang jelas seperti sudah di slice, lalu boleh tambahkan bahan baku untuk mendukung cita rasa yang tinggi	- Mempertahankan beberapa sketsa alternatif namun ditambahkan grid dan margin - Membuat beberapa sketsa alternatif baru agar tema lebih beragam - Melakukan photoshot produk, dan membuat desain komprehensif.
11	10 Juni 2025	- Alternatif sketsa sudah di approval. - Desain komprehensif masih ada yang terlalu mirip tidak ada bedanya. - Untuk hasil desain media pendukung yang tidak menggunakan foto produk seperti hangtag, envelope, dan kartu ucapan sudah oke, namun bisa ditambah elemen pita agar lebih variatif dan mengikuti kata kunci yang ada.	- Merevisi hasil desain sesuai arahan - Melakukan test uji coba cetak pada beberapa desain pendukung - Serta memperbaiki desain komprehensif
12	16 Juni 2025	- Approval Desain komprehensif dan Desain terpilih - Melakukan asistensi banner untuk keperluan Seminar proposal, didapat beberapa catatan (beberapa bagian terlalu panjang bisa lebih disingkat, consumer isight dibuat poin untuk banner, dan pendahuluan beberapa kalimat penting di highlight)	- Merevisi dan Mencetak Roll up banner untuk semnas - Mencetak beberapa media dan melakukan tahapan testing - membuat feedback capture matriks dari hasil testing
13	25 Juni 2025	- Sudah mendapatkan approval (TTD lembar pengesahan) setelah mengecek progres dari bab 4-5 - Namun Tahap pada tahap testing feedback capture matriksnya ditampilkan saja di bab 4 bukan di lampiran.	- Menyiapkan untuk daftar sidang - Serta menyiapkan output tercetak yang sudah final



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A	B	C	D
LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
	NAMA MAHASISWA	Devan Ainur Hakim	
	NAMA PEMBIMBING	Deli Silvia, M.Sc.	
	JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S - Cake & Cookies	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN TEKNIS			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	28 Februari 2025	- Mendapatkan beberapa saran dan tips bahwa: - Bagian tujuan harus menjawab di kesimpulan nanti - Latar belakang jangan terlalu pendek jangan terlalu panjang - Sering ditanyakan adalah URGENSI NYA, bahwa mitra/klien perlu desain	- Memperbaiki kalimat yang terlalu panjang (sejalan dengan permintaan pembimbing 1)
2	10 April 2025	- Melakukan revisi pada penulisan kata pengantar (urutan ucapan terima kasih mulai dari, direktur, kajar, kps, pembimbing materi, teknis, spv atau owner mitra	- Merapihkan urutan penulisan di kerangka teori - Mengecek penulisan seperti untuk meminimalisir typo ataupun kesalahan lainnya
3	22 Mei 2025	- Perhatikan margin saat penulisan. Jarak menjorok paragraf di sesuaikan kembali agar lebih rapih - Masih banyak penulisan bahasa asing yang tidak bertuliskan miring	- Melakukan revisi sesuai komentar pembimbing dan melanjutkan penulisan ke bagian Proses Desain
4	26 Mei 2025	- Perbaikan pada bagian asbtrak, (maksimal kalau bisa 250 kata , isinya adalah ringkasan dari latar belakang, dikasih umumnya sedikit, langsung ke permasalahan boleh, 2-3 kalimat, bagaimana solusinya, tujuan penelitian kita, masukin metode perancangannya juga.	Memperbaiki alur penulisan abstrak dan mengubah key word abstrak.
5	29 Mei 2025	- Penulisan asbtrak sudah benar - Poin masih ada yang keliru di bab 4	Membuat abstrak versi inggris, Memperbaiki poin bab 4 khususnya pada bagian Proses desain.
6	19 Juni 2025	Rapihkan penulisan daftar pustaka sesuai ketentuan style yang digunakan. Sumber gambar masih ada yang belum ada.	- Mengecek kembali daftar pustaka yang sudah memakai mendeley, dan merapihkan penulisan judul yang masih belum sesuai - Mengecek dan menambahkan sumber gambar yang belum dimasukkan pada caption gambar
7	23 Juni 2025	- Setelah memperlihatkan hasil rancangan desain (prototyping), pembimbing menyukai hasilnya (feedback ini juga sekaligus menjadi testing) - Untuk penulisan, Hasil final artwork masih belum dimasukkan, padahal Desain tercetak sudah jadi - Bagiab bab Pertimbangan produksi masih belum ada, segera dilengkapi.	- Mengecek kembali daftar pustaka yang sudah memakai mendeley, dan merapihkan penulisan judul yang masih belum sesuai - Mengecek dan menambahkan sumber gambar yang belum dimasukkan pada caption gambar
8	25 Juni 2025	Sudah approval (TTD), masih ada kesalahan minor seperti typo penulisan, dan daftar isi belum diupdate	TTD sudah diberikan, selanjutnya mendaftar sidang sesuai dengan timeline yang ada. Melakukan Proses Cetak FAW sesuai dengan perubahan yang terjadi dari hasil testing

NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Waktu : 19 Februari 2025
Nama Informan : Bianca Az-Zahra (Owner MERCY'S)
Lokasi Wawancara : Rumah Produksi MERCY'S di Komplek Japos, Paninggilan, Tangerang

1. Bisa diceritakan bagaimana awal mula berdirinya MERCY'S?

Awalnya, MERCY'S ini didirikan oleh ibu saya, Ibu Mercy Luvina Deswanty. Sekitar tahun 1995, beliau sudah mulai menjual kue, dan saat itu yang dijual baru lapis legit dengan varian rasa yang masih terbatas. Penjualannya juga belum pakai media sosial, semuanya hanya dari mulut ke mulut lewat relasi yang beliau punya. Tapi dari situ mulai terlihat ada peluang, dan saya akhirnya ikut terlibat lebih jauh di dalam bisnis ini. Salah satu yang saya lakukan adalah mulai mempromosikan MERCY'S lewat Instagram sejak tahun 2016. Sejak saya ikut mengelola, alhamdulillah responnya bagus dan penjualannya juga meningkat. Lalu pada tahun 2021, MERCY'S resmi menjadi perusahaan terbuka di bawah naungan PT. Albicel Group Indonesia. Sejak saat itu juga, tanggung jawab bisnis ini diserahkan langsung dari Ibu saya ke saya.

2. Apa saja inovasi yang sudah Ibu lakukan pada produk MERCY'S?

Saya selalu berusaha melakukan inovasi. Untuk lapis legit misalnya, yang awalnya hanya 3 varian rasa sekarang jadi 8 varian, karena saya lihat tiap konsumen punya selera yang beda-beda. Saya juga beberapa kali ikut *baking class* untuk menambah ilmu, dan dari situ saya mulai kembangkan varian kue kering. Sekarang MERCY'S sudah punya 17 varian *cookies* yang berbeda dan unik. Jadi, saya memang benar-benar serius di bisnis ini.

3. Bagaimana kualitas produk MERCY'S?

Produk-produk MERCY'S punya kualitas tinggi, karena kami selalu pakai bahan baku premium. Selain itu, kami juga punya SOP yang ketat, terutama soal



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kebersihan dan kehygienisan. Dan alhamdulillah sekarang juga sudah bersertifikasi halal.

4. Siapa target pasar utama dari MERCY'S?

Target kami itu laki-laki dan perempuan usia 20 sampai 55 tahun, dengan segmentasi pasar menengah ke atas. Tapi mungkin kalau nanti akan ikut bazar offline atau *popup store* di mall, mungkin bisa banyak juga ya makin luas target pasarnya juga. Soalnya kalau selama ini yang beli dari kami tuh seperti dari perusahaan bank-bank, ada juga *lawyer*, terus dokter-dokter, dari kementerian juga ada aja setiap tahun, artis-artis juga seperti Yuni Sarah, dll pernah pesan juga lapis legit kami, lalu juga ada beberapa yang mesen itu pengusaha yang mau bagi-bagi ke para karyawannya, seperti itu sejauh ini.

5. Bagaimana tren penjualan selama ini, apakah ada momen tertentu yang sangat berpengaruh?

Produk-produk kami paling tinggi penjualannya saat hari-hari besar seperti Natal, Imlek, dan Ramadhan. Biasanya permintaan naik cukup drastis. Tapi di luar momen itu, penjualan cenderung turun. Salah satu faktornya karena belum ada promosi yang fokus atau konsisten gitu kalau di hari-hari biasa.

6. Apakah ada tantangan terkait media promosi yang saat ini digunakan?

Iya, kami belum punya desain visual yang bisa dipakai secara reguler atau di luar momen-momen besar. Misalnya, *hangtag*, kartu ucapan, dan stiker kemasan masih dominan bertema Ramadhan. Jadi kalau digunakan di hari biasa malah jadi nggak relevan. Contohnya pernah juga kami kasih kartu ucapan polos dengan tulisan tangan aja karena nggak ada desain lain, dan itu sempat dapat keluhan dari konsumen. Karena belum punya desain visual reguler, saya jadi kesulitan kalau mau ikut bazar offline. Padahal sudah beberapa kali dapat tawaran dari *event* kuliner di mall. Banyak juga konsumen yang nanya apakah MERCY'S punya offline store atau *booth* supaya bisa lihat langsung. Dari situ saya kepikiran untuk mulai coba



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

jualan lewat *booth* di *event* tertentu. Tapi ya itu tadi, butuh materi promosi yang bisa dipakai secara umum, nggak musiman aja.

7. Media promosi seperti apa yang dirasa paling dibutuhkan saat ini?

Kami butuh marketing collateral yang reguler atau *non-seasonal*. Harapannya bisa dipakai sepanjang tahun dan bantu bangun branding MERCY'S di hari-hari biasa juga, nggak cuma pas momen tertentu. Medianya bisa berupa desain katalog produk, banner, *hangtag*, kartu ucapan, dan *thank you card*. Tapi semuanya harus punya tampilan yang elegan dan mencerminkan produk premium dan elegan, kalau dari saya mungkin bisa gunakan elemen bunga sebagai elemen dekoratifnya. Jadi ya maunya seperti itu terlihat mewah, sesuai dengan *tagline* kami: *Luxury In Taste*. Jadi bukan cuma dari rasa, tapi juga dari tampilannya harus mewah



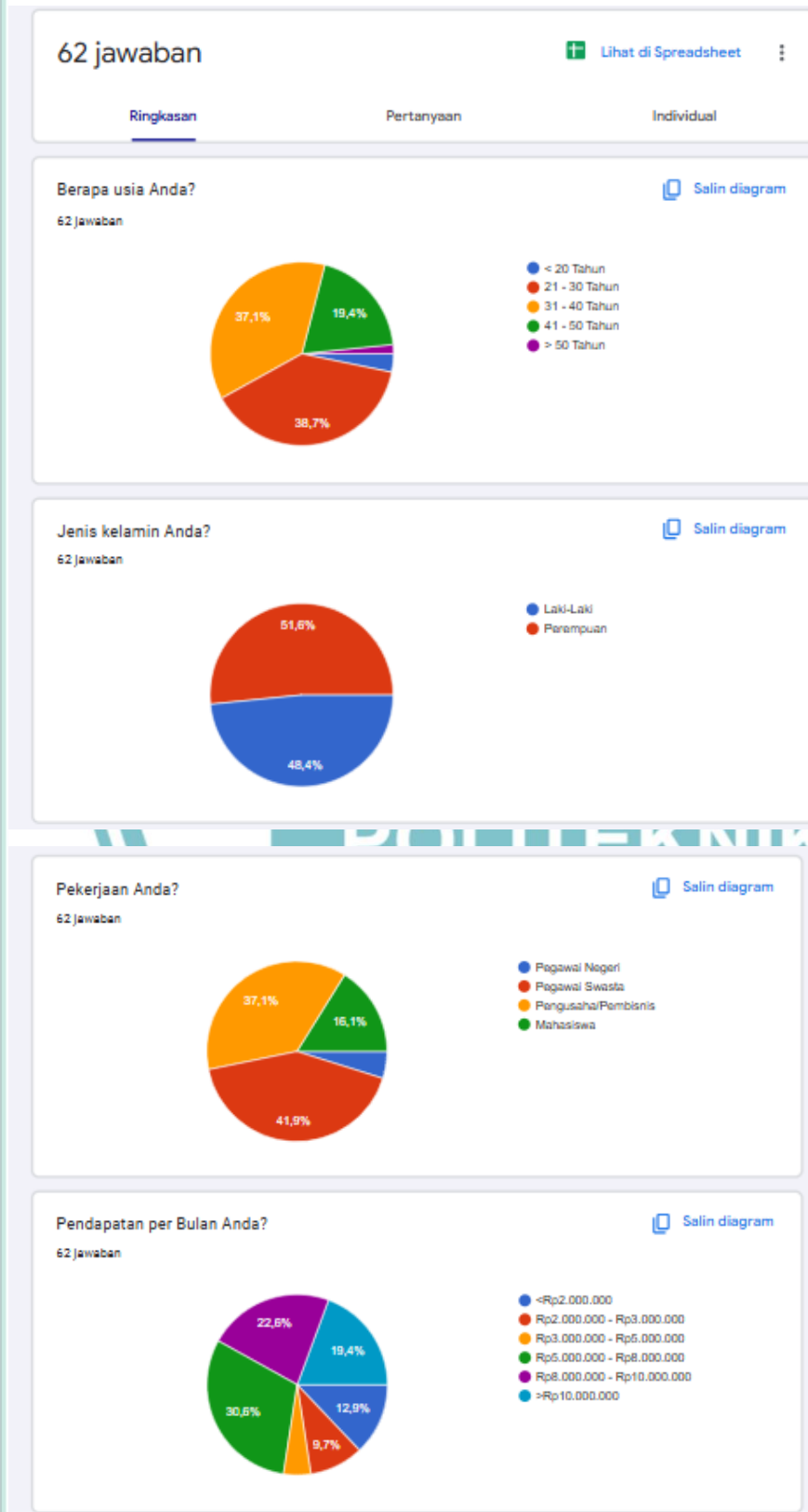
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 3 Hasil Survei Kuesioner

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

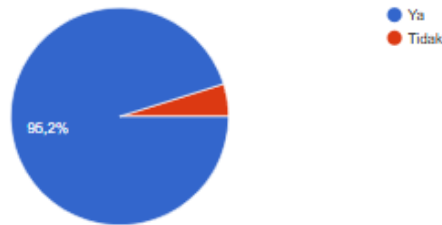
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apakah Anda menyukai makanan manis atau gurih seperti cookies dan lapis legit?

[Salin diagram](#)

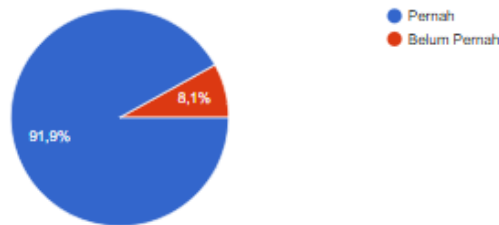
62 jawaban



Apakah Anda pernah membeli cookies/lapis legit?

[Salin diagram](#)

62 jawaban



Apakah kualitas bahan baku mempengaruhi keputusan Anda membeli cookies/lapis legit?

[Salin diagram](#)

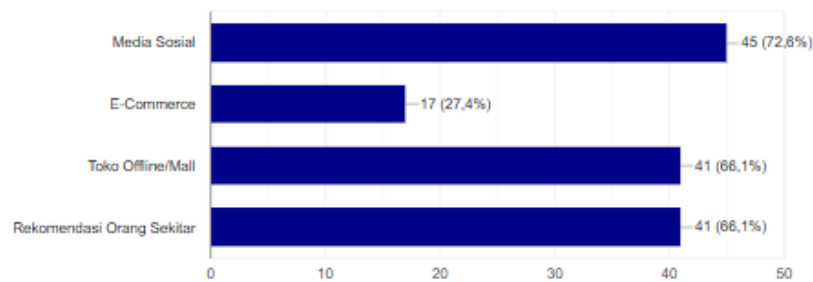
62 jawaban



Dari mana Anda biasanya mengetahui produk makanan seperti lapis legit dan cookies? (Dapat memilih lebih dari satu)

[Salin diagram](#)

62 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

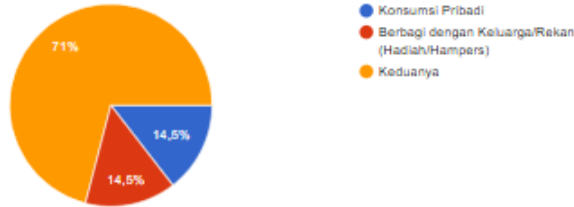
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Untuk apa biasanya Anda membeli kue atau cookies?

[Salin diagram](#)

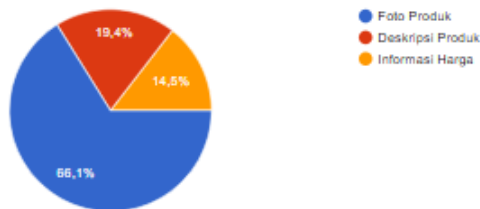
62 jawaban



Menurut Anda, apa yang paling penting ditampilkan dalam desain promosi sebuah produk makanan?

[Salin diagram](#)

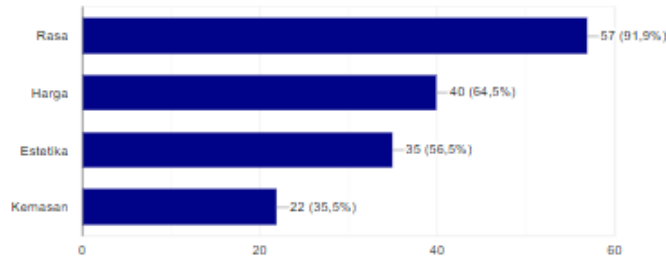
62 jawaban



Apa yang paling mempengaruhi Anda saat membeli lapis legit atau cookies? (Dapat memilih lebih dari satu)

[Salin diagram](#)

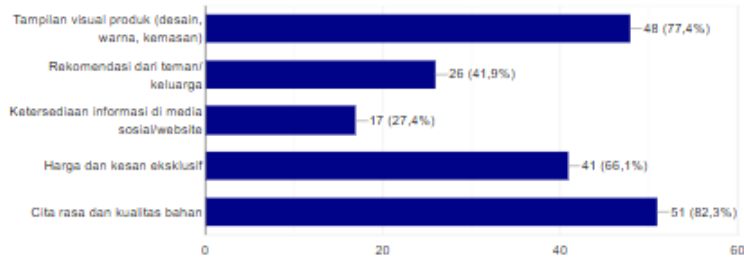
62 jawaban



Ketika Anda membeli kue atau cookies premium, apa yang biasanya menjadi pertimbangan utama? (Pilih lebih dari satu)

[Salin diagram](#)

62 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

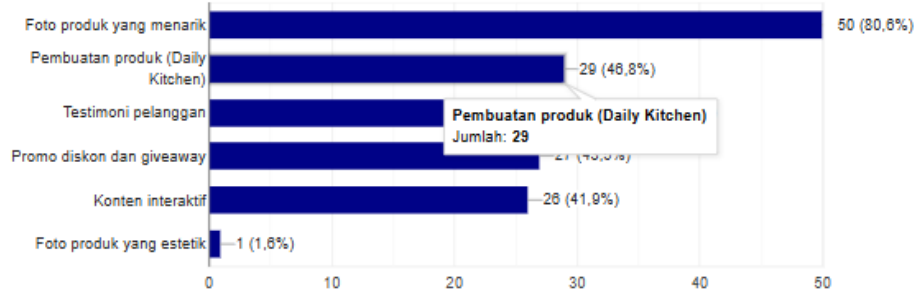
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Jenis konten apa yang paling menarik perhatian Anda dalam promosi makanan? *(Dapat memilih lebih dari satu)*

[Salin diagram](#)

62 jawaban

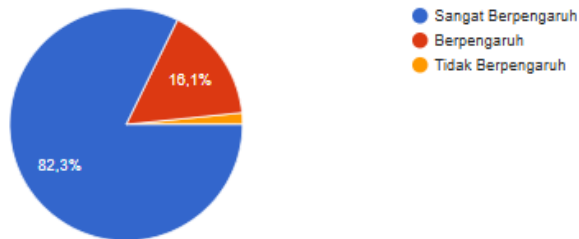


Marketing Collateral (General/Non-Seasonal) pada MERCY'S- Cake & Cookies

Seberapa besar pengaruh desain visual terhadap keputusan Anda untuk membeli produk?

[Salin diagram](#)

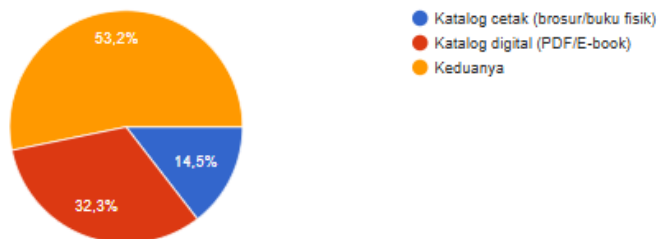
62 jawaban



Anda lebih sering melihat katalog produk makanan berbentuk apa?

[Salin diagram](#)

62 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

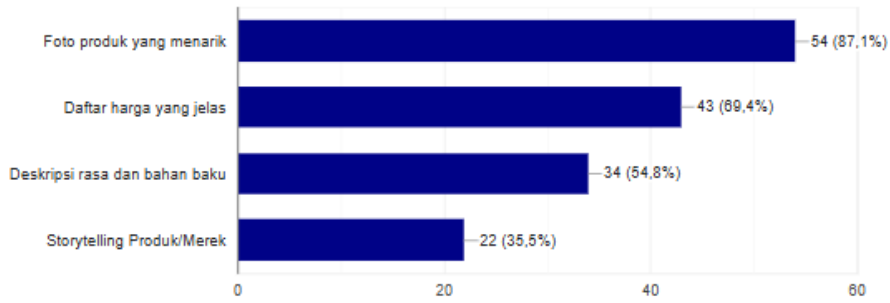
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Untuk sebuah Desain Katalog, Elemen apa yang menurut Anda penting dalam sebuah buku katalog produk makanan?(*Mohon centang atau isi Maksimal 2 Option)

[Salin diagram](#)

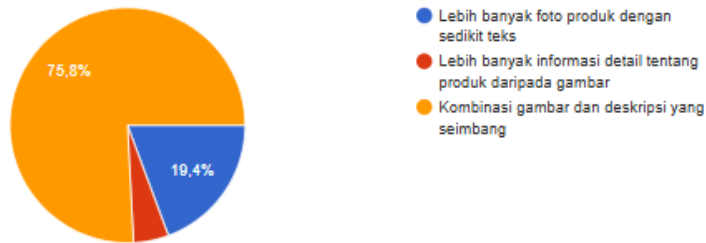
62 jawaban



Apakah Anda lebih suka katalog dengan fokus pada visual atau informasi detail?

[Salin diagram](#)

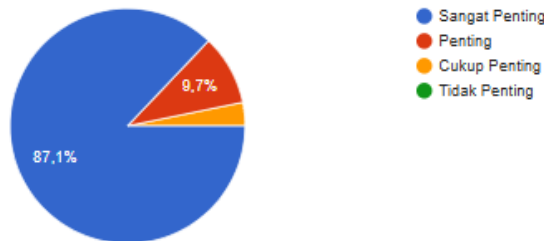
62 jawaban



Seberapa penting informasi lengkap (harga, varian produk, promo) dalam katalog atau media promosi untuk membantu keputusan Anda membeli cookies/lapis legit?

[Salin diagram](#)

62 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

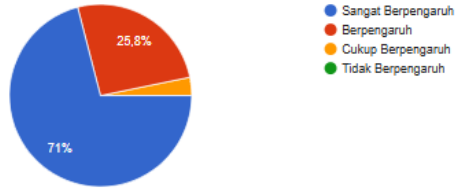
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Seberapa besar pengaruh desain marketing collateral (seperti katalog, poster, kartu ucapan, Hangtag, Thankyou card) terhadap keputusan Anda membeli produk cookies/lapis legit?

[Salin diagram](#)

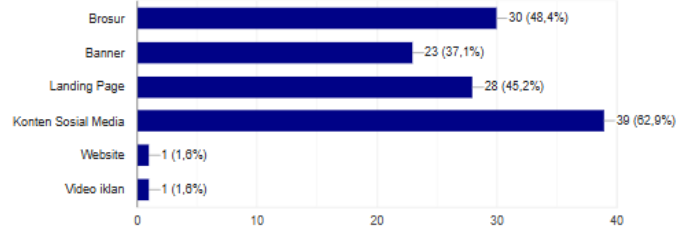
62 jawaban



Menurut Anda, media promosi apa yang paling efektif menarik perhatian Anda untuk produk makanan? (Pilih lebih dari satu)

[Salin diagram](#)

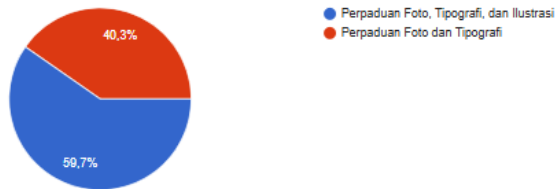
62 jawaban



Menurut Anda, desain manakah yang lebih menarik untuk produk Kue/Cookies?

[Salin diagram](#)

62 jawaban





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Hasil *Testing*

Wawancara Testing dengan Klien

Waktu: 21 Juni 2025

Nama User Testing : Bianca Az-Zahra (Owner MERCY'S)

Lokasi Wawancara : Di kediaman Owner, Komplek Japos, Tangerang

A: Sebagai Penulis

B; Sebagai Klien

A: Hallo Ibu, selamat sore berikut kak untuk hasil dari perancangan desain beberapa media promosi yang sesuai dengan keperluan yang sudah dibahas sebelumnya, Bagaimana kesan pertama yang ibu lihat mengenai desain *marketing collateral* yang sudah dirancang?

B: Iya, sebelumnya saya mau ucapkan terima kasih karena sudah repot datang kesini, ini sebelumnya juga saya sudah sempat lihat ya bentuk digitalnya yang kamu berikan, nah ketika lihat dalam bentuk cetak seperti ini saya semakin suka, karena bagus, semua sesuai dengan keinginan saya. Penggunaan warna biru juga sudah sangat sesuai dengan brand MERCY'S, terlebih lagi foto produk yang ada saya suka, dan foto produk jadi kompli ya.

A: Iya alhamdulillah ibu, terima kasih bu. Mungkin boleh di cek bu untuk keseluruhannya, dan apakah dari ibu Bianca sendiri ada yang masih belum puas, agar saya evaluasi ibu?

B: Kalau dari desain sudah oke banget ya Devan, saya sangat suka. Terlebih lagi kamu buat konsep amlop bolong seperti ini, jadi tim saya ga perlu nulis dua kali untuk *to* dan *from*-nya karena biasanya kami tulis dua kali, di amlop dan di kartu ucapannya. Tapi kalau boleh tau ini memakai bahan apa ya kartu ucapannya? Sepertinya bahannya sulit untuk menyerap pulpen.

A: Oh iya ibu untuk bahan kartu ucapan dan kartu ucapan saya pakai bahan yang sama ibu, *art carton* di laminasi *doff*. Sepertinya kalau kartu ucapan gaperlu laminasi ya bu? Dikarenakan akan memakai pulpen sebagai penulisannya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

B: Iya kami masih pakai pulpen untuk kartu ucapannya, baiknya diganti dengan yang bisa menyerap pulpen ya. Saya juga ada beberapa revisi Devan, Saya mau untuk katalognya nanti pakai *hardcover* tebal, bisa kan ya? Selain itu, untuk bagian ini, karena *best seller* produk kami kan selalu berubah ya, kira kira bagaimana ya, apa gausah pakai ya? Agar saya tidak perlu cetak-cetak katalog lagi jika setiap ada perubahan menu *best seller* atau menu yang disukai dalam waktu tertentu.

A: Oh iya ibu, terkait itu bisa ibu, nanti saya akan coba diskusi kembali kebagian percetakan ya Bu terkait penggunaan *hardcover*, dan terkait halaman *best seller product* mungkin nanti saya pikirkan Ibu baiknya seperti apa, nanti akan saya kabari lebih lanjut ya Bu.

B: Nah iya boleh banget Devan, udah dari aku udah cukup banget ini udah bagus dan sesuai semua selebihnya. Untuk desain banner juga sudah oke banget ini, pakai ukuran tripod banner standard kan ya ini?

A: Iya Ibu benar pakai ukuran standard untuk tripod bannernya, Terima kasih Ibu atas *feedback* yang diberikan, Ini akan saya lanjut ke finalisasi dan untuk revisinya nanti saya akan kabari ya Bu.

B: Oke, Saya terima kasih juga ya.

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Bianca Az-Zahra (Klien)

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami?				✓
Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan?				✓
Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pita) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang mengedepankan kesan higienis dan elegant?				✓
Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium?				✓
Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓

Konsistensi Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik?				✓
Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amlap, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓

Penyampaian Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami?						✓
Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)?						✓
Bagaimana penampilan foto produk pada desain?						✓

Saran dan Masukan:

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Wahyudi Iman - Staf Kecamatan Ciputat

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami?				✓
Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan?				✓
Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pita) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang mengedepankan kesan higienis dan elegant?				✓
Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium?				✓
Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓

Konsistensi Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik?				✓
Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amlap, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓

Penyampaian Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami?						✓
Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)?					✓	
Bagaimana penampilan foto produk pada desain?					✓	

Saran dan Masukan:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Deli Silvia - Dosen

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Sangat suka desain dan warnanya, terlihat mewah, bagus.

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: drgAlina Fitri - Dokter

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

fontnya udah cukup jelas, semua media desainnya sama dan bagus, oke kartu ucapan masih susah di ambil dari amplopnya.

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Sita - Staff Karyawan

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

beberapa font terlihat kecil

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Satrio Zun - Staff Karyawan

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Buku menu bagus, tapi bukunya masih kaku saat dibuka dia ngangkat karena halaman terlalu dikit kali ya

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Kika - Staf Karyawan RS Brawijaya Kemang

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Suka dengan warna birunya, mewah. Foto produk semua varian dihalikan jelas mungkin di penulisan saja masih ada yang keliru seperti nya

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Muhammad Nazar - Staff Karyawan

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Masih ada beberapa informasi yang salah nulls, dan ada halaman yang desainnya terlihat miring membuat jadi renggang saat membaca

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Iham Suputra - Staff Karyawan

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Beberapa foto terlihat gelap

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Kanza - Pengunjung Mall

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Masih ada typo ya

FORM TESTING DESAIN MARKETING COLLATERAL - MERCYS

Nama User: Salsis - Pengunjung Mall

Visual & Tata Letak	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah tata letak, gambar dan teks pada desain sudah menarik dan mudah dipahami? Apakah ilustrasi atau foto produk pada media promosi terlihat jelas dan mendukung isi pesan? Apakah elemen dekoratif (seperti bunga atau pola) pada desain sudah sesuai dengan citra brand MERCYS yang menggambarkan kesan higienis dan elegan? Apakah foto produk yang ditampilkan sudah menarik serta mampu menggambarkan kesan higienis dan cita rasa premium? Apakah desain membuat anda lebih tertarik untuk membeli produk?				✓
				✓
				✓
				✓
				✓

Kondisional Visual Desain	Pertanyaan	Tidak	Mungkin	Ya
Apakah desain media promosi ini merepresentasikan identitas visual brand MERCYS dengan baik? Apakah semua media (katalog, banner, kartu ucapan dan amplop, hangtag, dll.) menerapkan visual desain yang konsisten?				✓
				✓

Pemernpaparan Informasi	Pertanyaan	Sangat Kurang	Kurang	Cukup	Baik	Sangat Baik
Bagaimana informasi yang disajikan pada desain banner, katalog, atau media lainnya terlihat jelas dan mudah dipahami? Bagaimana tingkat keterbacaan teks pada marketing collateral (ukuran huruf, jenis font, dan penempatan)? Bagaimana penempatan foto produk pada desain?						✓
						✓
						✓
						✓

Saran dan Masukan:

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Dokumentasi

- Dokumentasi Testing



- Dokumentasi Observasi





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Hasil Cek *Plagiarisme*

Similarity Report ID: oid:3618:102548367

PAPER NAME

DG8A_Devan Ainur Hakim_Perancangan Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada MERCY'S -

AUTHOR

Devan Ainur Hakim

WORD COUNT

17266 Words

CHARACTER COUNT

110998 Characters

PAGE COUNT

89 Pages

FILE SIZE

4.0MB

SUBMISSION DATE

Jun 26, 2025 2:12 PM GMT+7

REPORT DATE

Jun 26, 2025 2:13 PM GMT+7

4% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

3% Internet database

1% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

Bibliographic material

Quoted material

Similarity Report ID: oid:3618:102548367

4% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

3% Internet database

1% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

123dok.com

Internet

<1%

repository.pnj.ac.id

Internet

<1%

docplayer.info

Internet

<1%

Mohd Ridho Kurniawan, Fayzamalita Ade Finela, Lysna Esteria Natalie,...

Crossref

<1%

ojs.unm.ac.id

Internet

<1%

repository.dinamika.ac.id

Internet

<1%

scholar.unand.ac.id

Internet

<1%

repo.isi-dps.ac.id

Internet

<1%

Similarity Report ID: oid:3618:102548367

Summary

Sources overview

9

uprint.id

Internet

<1%

10

repository.unsil.ac.id

Internet

<1%

11

ciakmedia.wordpress.com

Internet

<1%

12

digilib.uin-suka.ac.id

Internet

<1%

13

id.123dok.com

Internet

<1%

14

repository.usu.ac.id

Internet

<1%

15

Yosef Abdul Ghani, Denaldy Mughni Fadlillah. "STRATEGI PENGEMBA...

Crossref

<1%

16

ktagunan.yolasite.com

Internet

<1%

17

Gayatria Oktalina, Friska Andriyani, Agnisa Widayanti. "Penerapan Targ...

Crossref

<1%

18

teknokreatipreneur.com

Internet

<1%

19

Mulyani Mulyani, Zakiah Zahara, Ira Nuriya Santi. "PENGARUH KUALI...

Crossref

<1%

20

edupaint.com

Internet

<1%

21

id.scribd.com

Internet

<1%

22

repository.pelitabangsa.ac.id:8080

Internet

<1%

23

resepnasional.com

Internet

<1%

24

beritasaya.com

Internet

<1%

25

docobook.com

Internet

<1%

26

journal.univetbantara.ac.id

Internet

<1%

27

Dian Rusydianti. "Learning Harmony In Diversity: Tega Silira And Empan...

Crossref

<1%

28

adoc.pub

Internet

<1%

29

bogor-kita.com

Internet

<1%

30

eprints.umm.ac.id

Internet

<1%

31

etd.iain-padangsiddimpuan.ac.id

Internet

<1%

32

stutzartists.org

Internet

<1%

Sources overview

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

iThenticate®			iThenticate®		
Similarity Report ID: oid:3618:102548367			Similarity Report ID: oid:3618:102548367		
33	gadgetekno.com	<1%	46	scribd.com	<1%
	Internet			Internet	
34	artikelpendidikan.id	<1%	46	pt.scribd.com	<1%
	Internet			Internet	
35	es.scribd.com	<1%			
	Internet				
36	miamilay.wordpress.com	<1%			
	Internet				
37	repo.darmajaya.ac.id	<1%			
	Internet				
38	repository.iainpurwokerto.ac.id	<1%			
	Internet				
39	repository.unika.ac.id	<1%			
	Internet				
40	repository.unpas.ac.id	<1%			
	Internet				
41	takihumasunj.com	<1%			
	Internet				
42	cermati.com	<1%			
	Internet				
43	slideshare.net	<1%			
	Internet				
44	doku.pub	<1%			
	Internet				
Sources overview			Sources overview		

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup



DEVAN AINUR HAKIM

088289418462 | vandevan2812@gmail.com | www.linkedin.com/in/devan-ainur-hakim-8a2304265/ |
www.behance.net/devanhakim

Mahasiswa semester 8 di Politeknik Negeri Jakarta program studi Desain Grafis. Saya memiliki keterampilan dan minat dalam bidang desain, mulai dari desain sosial media, desain kemasan, desain editorial, hingga beberapa desain untuk keperluan promosi. Berpengalaman bekerja di beberapa perusahaan yang menempati posisi sebagai Desainer Grafis. Dengan pengalaman dan pengetahuan yang saya peroleh selama pendidikan telah memberikan saya pemahaman mendalam di bidang ini. Saya sangat bersemangat dan ingin selalu menerapkan keterampilan dan kreativitas saya dalam dunia kerja.

Pengalaman Kerja

PT Sumber Trijaya Lestari - Aksesmu - Tangerang, Indonesia Sep 2024 - Dec 2024

Graphic Design Support

Perusahaan yang bergerak di bidang distribusi dan pemasaran produk kebutuhan sehari-hari melalui solusi teknologi terpadu dan strategi retail modern.

- Merancang lebih dari 300 desain banner promosi berdasarkan brief dan mekanisme yang ditetapkan oleh tim, yang dipublikasikan melalui aplikasi Aksesmu dan WhatsApp blast
- Mengembangkan lebih dari 150 template desain promosi bulanan, disesuaikan dengan tema dan campaign yang berjalan setiap bulannya
- Mendesain popup promosi interaktif untuk ditampilkan di beranda aplikasi Aksesmu, sesuai dengan mekanisme yang diberikan tim
- Melakukan pemotretan produk baru untuk kebutuhan visual konten dan pengisian stok foto internal perusahaan

PT Albicel Group Indonesia- MERCY'S - Tangerang, Indonesia Mar 2023 - May 2023

Freelance Graphic Designer

Perusahaan online yang bergerak di bidang premium cake and cookies.

- Bertanggung jawab dalam membuat desain media sosial (Feed, Stories, dan Reels Instagram)
- Merancang dan memvisualisasikan lebih dari 50 konten untuk Instagram
- Mengeksekusi keperluan desain sesuai dengan arahan brief pada acara tertentu

Drg Asih Dental Care - Depok, Indonesia Sep 2022 - Feb 2023

Freelance Graphic Designer

Perusahaan yang bergerak di bidang kesehatan gigi.

- Bertanggung jawab dalam membuat desain media sosial (Feed, Stories, dan Reels Instagram)
- Merancang dan memvisualisasikan lebih dari 50 konten untuk Instagram
- Mengerjakan desain editorial untuk keperluan perusahaan

Pendidikan

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, Indonesia Sep 2021 -

Diploma in Graphic Design, 3.91/4.00

- Semifinalist Inpack Design Competition 2022
- Meraih kategori "Best Poster" pada Project Based Learning saat Semester 5
- Top 10 Project Based Learning (Merchandise Project for Polytechnic Negeri Jakarta) saat Semester 3

Pengalaman Organisasi & Proyek

Branding Design for Project Based Learning Sep 2023 - Jan 2024

Layout Designer & Conceptor

- Bertanggung jawab dalam memikirkan konsep usaha bersama anggota tim
- Membuat konsep desain dari produk yang ingin dikembangkan melalui brainstorming hingga melakukan penjualan produk
- Bertanggung jawab dalam membuat segala bentuk layout design yang diperlukan brand

Company Profile Project UPA-TIK Politeknik Negeri Jakarta Mar 2023 - Jul 2023

Layout Designer

- Mengembangkan konsep desain bersama tim mengikuti client brief yang sudah diberikan
- Bertanggung jawab dalam membuat layout pada perancangan Company Profile UPA-TIK
- Melakukan presentasi untuk memperlihatkan hasil proyek kepada klien bersama anggota tim

Lunch & Snack Box Design Project Politeknik Negeri Jakarta Nov 2022 - Jan 2023

Conceptor and Graphic Designer

- Bertanggung jawab dalam mengembangkan ide konsep desain kemasan
- Membuat struktur kemasan atau technical drawing
- Bekerja sama dengan tim dalam layout desain surface kemasan
- Melakukan presentasi untuk melihat hasil akhir proyek desain kepada klien bersama anggota tim

Academic Calendar Project Politeknik Negeri Jakarta Sep 2022 - Nov 2022

Graphic Designer and Mockuper

- Berkoordinasi bersama tim untuk mengembangkan konsep desain melalui proses brainstorming hingga Final Artwork
- Membuat desain Kalender Meja Akademik Politeknik Negeri Jakarta
- Membuat 3D mockup menggunakan software 3D
- Melakukan presentasi untuk melihat hasil akhir proyek desain kepada klien bersama anggota tim

Gelar Aksi Terima Kasih (GALAKSI) Teknik Grafika Penerbitan - Depok Nov 2021 - Dec 2021

Digital Design

- Berkolaborasi dengan anggota tim untuk membuat segala keperluan desain digital yang diperlukan saat acara
- Merancang desain pamflet untuk acara GALAKSI

Tim Desain SMK Negeri 4 Kota Tangerang Selatan Mar 2020 - Jun 2021

Freelance Graphic Designer

- Merancang kebutuhan desain mulai dari desain flyer event, buku peraturan sekolah (Buku Bersama Kita Bisa), hingga Neon Box.

Sertifikasi & Keahlian

- **Certificate of Competence** (2020): Junior Multimedia Designer
- **Achievements** (2020): 1st Homepage User Interface Design Competition
- **Software**: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect, 3D Blender, Capcut, Canva
- **Hard Skills**: Social Media Design, Editorial Design, Promotion Design, Photography, Videography, 3D Digital, Video Editing
- **Soft Skills**: Teamwork, Creativity, Time Management, Problem Solving