



© 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 *BRAND PROFILE BOOK*
UMKM MIAOUW CRAFT SEBAGAI MEDIA *BRANDING*
UNTUK MEMPERKUAT CITRA *BRAND*



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

Oleh:

ADELIA CHAIRUNNISA

2106421039

**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 *Brand Profile Book* UMKM Miaouw Craft
Sebagai Media *Branding* Untuk Memperkuat Citra Brand
Penulis : Adelia Chairunnisa
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.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, 1 Juli 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199509212022032014


Amalia Rizky Fatmahan, S.S., M.I.Kom
NIP. 199407302022032008



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *BRAND PROFILE BOOK* UNIKM MIAOUW CRAFT SEBAGAI *MEDIA BRANDING* UNTUK MEMPERKUAT CITRA *BRAND*

Oleh:

ADELIA CHAIRUNNISA
2106421039

Disahkan:

Depok, 16 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

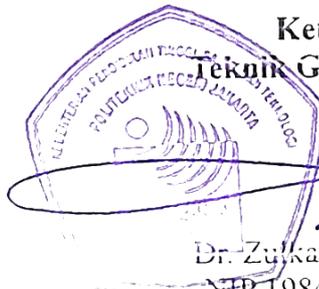
Iqbal Yamin, M.T.
NIP 198909292022031005

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkamain, 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 mengemukakan 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 BRAND PROFILE BOOK
UMKM MIAOUW CRAFT SEBAGAI MEDIA BRANDING
UNTUK MEMPERKUAT CITRA BRAND**

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 2 Juli 2025

Yang menyatakan,


10000
METERAI
TEMPEL
C8601AMX390111275

Adelia Chairunnisa

2106421039



ABSTRAK

Miaouw Craft sebagai UMKM kerajinan tangan berbasis batik Nusantara menghadapi tantangan dalam memperkuat citra *brand* akibat keterbatasan media *branding* yang profesional dan representatif. Permasalahan tersebut didasari oleh tingginya persaingan antar lebih dari 65 juta UMKM di Indonesia yang tersebar di berbagai sektor, sehingga menciptakan persaingan yang ketat antar pelaku usaha. Perancangan *brand profile book* menjadi solusi strategis untuk menjawab kebutuhan tersebut, baik dalam memperkuat citra *brand*, membangun kedekatan emosional dengan konsumen akhir (B2C), maupun memperluas peluang kerja sama dengan mitra bisnis (B2B). Proses perancangan menggunakan metode *design thinking*, meliputi *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*, dengan didukung oleh metode riset berupa wawancara, observasi, dan studi literatur. Konsep visual mengusung tema yang berkesan modern serta elegan, dan merepresentasikan nilai budaya lokal berupa batik Khas Nusantara. Tantangan utama yang dihadapi selama perancangan berkaitan dengan proses merealisasikan konsep visual ke dalam bentuk digital yang utuh, menarik, dan sesuai harapan serta selaras dengan citra *brand*. Evaluasi desain dilakukan melalui tahap *testing* dengan memperoleh berbagai masukan, seperti perlunya penambahan informasi bahan dan ukuran produk, optimalisasi ruang kosong, pencahayaan foto dan kontras, inovasi media, serta penyempurnaan elemen visual dan teks. Hasil akhir berupa desain *brand profile book* yang dirancang untuk meningkatkan daya tarik visual, memperkuat citra *brand* yang khas dan erat kaitannya dengan budaya lokal, menyampaikan pesan *brand* secara efektif kepada konsumen akhir (B2C) secara lebih personal dan mendalam, maupun mitra bisnis (B2B) secara profesional. *Brand profile book* ini menjadi media *branding* representatif terarah yang mampu meningkatkan kepercayaan mitra maupun konsumen, memperjelas identitas *brand*, membangun persepsi positif, dan membedakan Miaouw Craft dari kompetitor, sehingga memperkuat posisi *brand* dalam persaingan pasar.

Kata kunci: Batik Nusantara, *Brand Profile Book*, UMKM

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 mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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

ABSTRACT

Miaouw Craft, an MSME specializing in handmade crafts based on Nusantara batik, faces challenges in strengthening its brand image due to the limited availability of professional and representative branding media. This issue is rooted in the intense competition among more than 65 million MSMEs in Indonesia, which are spread across various sectors, thereby creating a highly competitive business environment. The development of a brand profile book serves as a strategic solution to address this need, both in reinforcing brand image, building emotional connections with end consumers (B2C), and expanding collaboration opportunities with business partners (B2B). The design process adopts the design thinking method, comprising the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing, supported by research methods including interviews, observation, and literature study. The visual concept carries a modern and elegant theme, while representing the cultural values embedded in traditional Nusantara batik. The primary challenge encountered during the design process involved the translation of the visual concept into a cohesive, engaging, and brand-aligned digital format. Design evaluation was conducted through testing, resulting in several revisions, such as the inclusion of product material and size information, optimization of negative space, enhancement of photo lighting and contrast, media innovation, and refinement of visual and textual elements. The final output is a professionally designed brand profile book intended to enhance visual appeal, reinforce a distinctive brand identity rooted in local culture, and communicate the brand message effectively, personally to end consumers (B2C) and professionally to business partners (B2B). This brand profile book functions as a representative and strategic branding medium that strengthens partner and consumer trust, clarifies brand identity, builds positive brand perception, and distinguishes Miaouw Craft from its competitors, thereby reinforcing its position in the market.

Keywords: Brand Profile Book, MSME, Nusantara Batik



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 mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Dengan mengucapkan puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa, atas nikmat, berkah, dan karunia-Nya yang tak henti-hentinya diberikan kepada saya, sehingga saya bisa menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini dengan baik, benar, dan tuntas. Selawat serta salam juga saya sampaikan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW, suri teladan mulia yang telah membawa cahaya ke peradaban dunia yang penuh kegelapan, ajarannya telah menjadi harapan dan inspirasi dalam setiap langkah kehidupan. Laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Brand Profile Book* UMKM Miaouw Craft sebagai *Media Branding* untuk Memperkuat Citra *Brand*”, ditujukan sebagai persyaratan kelulusan mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta, jurusan Teknik Grafika Penerbitan, program studi Desain Grafis, serta untuk memenuhi kewajiban saya sebagai mahasiswa.

Pada kesempatan ini, saya ingin mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang terlibat dan mendukung proyek tugas akhir ini, serta merta memberikan semangat dan perhatian kepada saya, yaitu:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Dosen Pembimbing 1, Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., yang dengan sabar dan baik memberikan bimbingan serta masukan yang berarti kepada saya, agar saya tidak hilang arah dalam menyelesaikan proyek tugas akhir ini. Tanpa beliau, proses penulisan proyek tugas akhir ini akan terasa hampa dan tidak akan bisa terselesaikan dengan baik dan lancar.
5. Dosen Pembimbing 2, Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom., yang dengan sabar dan teliti mengarahkan saya dalam penulisan maupun penyusunan, sehingga tugas akhir ini pun bisa terselesaikan dengan benar, tepat, dan runtut. Tanpa beliau, saya yakin penulisan tugas akhir ini tidak cukup layak maupun mumpuni untuk diselesaikan.



© 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

6. Salmiyah, selaku klien saya sekaligus pemilik Miaouw Craft, yang sangat baik dan responsif dalam menjawab segala bentuk pertanyaan saya terkait *brand*, serta membantu saya dalam memberikan data untuk keperluan proyek tugas akhir ini.
7. Keluarga tercinta, jantung hati saya yang sangat berharga, terutama Ibunda dan kakak terkasih, terima kasih atas dukungan dan doa yang tulus dan tak pernah putus. Kekuatan untuk terus melangkah dalam proses penelitian ini saya dapatkan dari kalian. Pelukan dan senyuman penuh kehangatan itu tak akan pernah padam dalam ingatan dan rasa. Hidup saya berwarna karena kalian, dan kalian selalu jadi alasan saya untuk pulang, rumah. Terima kasih juga kepada kakak ipar, om, tante, dan sepupu yang selalu mendukung dan mendoakan keberhasilan saya.
8. Almarhum ayah saya, sosok paling hebat, kuat, dan sangat saya cintai, terima kasih atas pelajaran hidup yang membentuk saya menjadi pribadi yang teguh dan pantang menyerah. Meski raga dan jiwanya telah jauh, kasih dan nama beliau tetap hidup dalam relung hati ini. Semoga beliau bisa menyaksikan perjalanan hidup saya dengan bangga, dengan senyuman yang selalu saya rindukan
9. Teman-teman seperjuangan saya, teman-teman kelas saya, terkhusus OMO Group, Puput, Syall, Silva, dan Arin, serta teman-teman bimbingan saya yang selalu berjuang untuk memberikan penyelesaian tugas akhir yang baik hingga tuntas. Terima kasih atas dukungan, semangat, masukan, dan kebersamaan yang membangun selama proses ini. Karena atas dukungan kalian, saya mendapatkan motivasi untuk terus berusaha dalam menyelesaikan laporan ini. Perjalanan ini tidak terasa hambar, karena kalian telah menjadi tempat saya berbagi cerita, baik manis maupun pahit.
10. Sahabat saya, Anita Dwi, terima kasih telah menemani, mendukung, dan hadir sepanjang perjalanan ini. Cerita, canda, dan tawa yang telah hadir di kebersamaan kita, mengisi kekosongan di sela-sela keruwetan, membuat semuanya terasa baik-baik saja.



© 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

11. Para responden terhormat, terima kasih saya ucapkan karena telah membantu dan meluangkan waktu yang berharga.

12. Dan terakhir, terima kasih untuk diri ini. Terima kasih karena telah bertahan. Terima kasih karena telah kuat melewati hari-hari yang sulit. Terima kasih karena tetap berjuang, dan tidak menyerah meski rasanya ingin berhenti. Terima kasih karena terus melangkah, walau kadang tertatih. Terima kasih, karena telah menjadi seseorang yang hebat, yang bisa sampai ke titik ini.

Laporan ini saya tulis dengan tujuan untuk mengeksplorasi proses perancangan *brand profile book* sebagai media *branding* utama yang efektif, informatif, dan menarik, dengan fokus pada UMKM Miaouw Craft. Laporan ini juga membahas penerapan elemen visual dan prinsip desain tidak hanya pada *brand profile book*, tetapi juga pada media *branding* pendukung seperti brosur *trifold*, *business card*, *paperbag*, dan *hangtag*. Saya menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki kekurangan. Sebab itu, dengan rendah hati, saya menerima kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan kesempatan dalam proyek tugas akhir ini. Semoga hasil tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi UMKM Miaouw Craft dalam membangun identitas *brand* yang lebih profesional, berciri khas, dan menarik, serta menjadi referensi bagi pengembangan ilmu pengetahuan, dan manfaat praktis di bidang desain grafis. Laporan ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru mengenai pentingnya *branding* visual dalam memperkuat citra *brand*, khususnya bagi UMKM, sehingga mereka dapat lebih mudah dikenal dan mampu bersaing dalam dunia bisnis. Selain itu, saya berharap proyek tugas akhir ini dapat menjadi kontribusi saya dalam memberikan pemahaman tentang pentingnya peran elemen visual dalam menciptakan karya yang estetis maupun informatif.

Jakarta, 25 Desember 2024

Adelia Chairunnisa



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.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
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
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 <i>Branding</i>	8
2.2 <i>Brand Image</i>	9
2.3 <i>Media Branding</i>	10
2.4 <i>Brand Profile Book</i>	10
2.5 <i>Layout</i>	11
2.5.1 <i>Pengertian Layout</i>	11
2.5.2 <i>Elemen layout</i>	12
2.6 <i>Prinsip Layout</i>	17
2.6.1 <i>Balance</i>	17
2.6.2 <i>Emphasis</i>	17
2.6.3 <i>Sequence</i>	18
2.6.4 <i>Unity</i>	18



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

2.7 Bentuk	19
2.8 Gambar	20
2.9 Warna	21
2.9.1 Jenis Warna.....	22
2.9.2 Makna Warna.....	22
2.10 Tipografi	23
2.10.1 Pengertian Tipografi	23
2.10.2 Klasifikasi Huruf	24
2.11 <i>Design Thinking</i>	25
BAB III METODE PERANCANGAN.....	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Data dan Analisis	32
3.2.1 Profil Klien	32
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	34
3.2.3 <i>Target Market</i>	35
3.2.4 Kompetitor	37
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	40
3.2.6 Analisis dan Matriks SWOT.....	46
3.3 Arahan Kreatif.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	51
4. 1 Konsep Visual.....	51
4. 1. 1 <i>Mind Map</i>	51
4. 1. 2 <i>Mood Board</i>	56
4. 2 Proses Desain.....	60
4. 2. 1 Sketsa Imposisi	61
4. 2. 2 Sketsa Alternatif	62
4. 2. 3 Digital Alternatif.....	68
4. 2. 4 Desain Terpilih	74
4. 2. 5 Penerapan Elemen <i>Layout</i>	77
4. 2. 6 Penerapan Prinsip <i>Layout</i>	81
4. 2. 7 Penerapan Bentuk	83
4. 2. 8 Penerapan Gambar.....	84
4. 2. 9 Penerapan Warna	86
4. 2. 10 Penerapan Tipografi.....	87



© 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 satu 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

4. 2. 11 Inovasi Media	88
4. 2. 12 <i>Testing</i>	90
4. 2. 13 <i>Final Artwork</i>	93
4. 3 Media Pendukung.....	96
4. 4 Pertimbangan Produksi	99
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	103
DAFTAR REFERENSI	105
LAMPIRAN.....	108





DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Elemen Teks.....	12
Gambar 2. 2 Elemen Visual: Foto.....	14
Gambar 2. 3 Elemen Visual: Ilustrasi	15
Gambar 2. 4 Elemen Visual: Infografis	15
Gambar 2. 5 Elemen <i>Invisible: Margin dan Grid</i>	16
Gambar 2. 6 Prinsip <i>Balance</i>	17
Gambar 2. 7 Prinsip <i>Emphasis</i>	17
Gambar 2. 8 Prinsip <i>Sequence</i>	18
Gambar 2. 9 Prinsip <i>Unity</i>	18
Gambar 2. 10 Bentuk Geometris.....	19
Gambar 2. 11 Bentuk Natural	19
Gambar 2. 12 Bentuk Abstrak.....	20
Gambar 2. 13 Gambar Ilustrasi	20
Gambar 2. 14 Gambar Foto.....	21
Gambar 2. 15 Gambar Manipulasi	21
Gambar 2. 16 Makna Warna	22
Gambar 2. 17 <i>Font Serif</i>	24
Gambar 2. 18 <i>Font Sans Serif</i>	24
Gambar 2. 19 <i>Font Script</i>	25
Gambar 3. 1 Logo Miaouw Craft	32
Gambar 3. 2 Bazaar Miaouw Craft	33
Gambar 3. 3 Instagram Miaouw Craft	33
Gambar 3. 4 Produk Miaouw Craft.....	34
Gambar 3. 5 Kompetitor Anapernik.....	37
Gambar 3. 6 Kompetitor ArtinHeart	38
Gambar 3. 7 Kompetitor Qorychan.....	38
Gambar 4. 1 <i>Mind Map</i>	53
Gambar 4. 2 <i>Mood Board</i>	57
Gambar 4. 3 Sketsa Imposisi.....	61
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1: Buku Dongeng	63
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2: Galeri Seni	64
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 3: Foto Polaroid	65
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 4: Pintu Kehidupan.....	66
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 5: Jendela Dunia	67
Gambar 4. 9 Digital Alternatif 1: Buku Dongeng.....	69
Gambar 4. 10 Digital Alternatif 2: Galeri Seni	71
Gambar 4. 11 Digital Alternatif 3: Jendela Dunia	73
Gambar 4. 12. Desain Terpilih.....	76
Gambar 4. 13. <i>Mockup</i> Desain Terpilih	76
Gambar 4. 14. Penerapan Elemen Teks	77
Gambar 4. 15. Penerapan Elemen Visual.....	78
Gambar 4. 16. Penerapan Elemen <i>Invisible</i>	80
Gambar 4. 17. Penerapan Prinsip <i>Balance</i>	81
Gambar 4. 18. Penerapan Prinsip <i>Emphasis</i>	81

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 mengumumikan 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 satu 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. 19. Penerapan Prinsip <i>Sequence</i>	82
Gambar 4. 20. Penerapan Prinsip <i>Unity</i>	82
Gambar 4. 21. Penerapan Bentuk.....	83
Gambar 4. 22. Penerapan Gambar	85
Gambar 4. 23. Penerapan Warna.....	86
Gambar 4. 24. Penerapan Tipografi	87
Gambar 4. 25 <i>Final Artwork</i>	94
Gambar 4. 26 Brosur <i>Trifold</i>	96
Gambar 4. 27 <i>Business Card</i>	97
Gambar 4. 28 <i>Hangtag</i>	97
Gambar 4. 29 <i>Paperbag</i>	98





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

Tabel 3. 1 Analisis dan Matriks SWOT	46
Tabel 3. 2 <i>Creative Brief</i>	48
Tabel 4. 1 <i>Key Visual</i>	55





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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	108
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	111
Lampiran 3 Transkrip Testing.....	131
Lampiran 4 Dokumentasi Testing.....	136
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme	137
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	138





BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan membahas latar belakang dan permasalahan *branding* pada UMKM Miaouw Craft yang membutuhkan *brand profile book* profesional dan berkarakter untuk memperkuat citra *brand*. Bagian ini juga mencakup tujuan dan manfaat perancangan, ruang lingkup pembahasan, serta sistematika penulisan sebagai dasar penyusunan tugas akhir.

1.1 Latar Belakang

Di era modern ini, persaingan dalam dunia bisnis yang kompetitif dan ketat semakin nyata adanya. Persaingan yang ketat ini tidak hanya dialami oleh perusahaan besar, melainkan juga Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang terus bertumbuh dan berkembang. Dilansir dari Portal Indonesia.Go.id pada tahun 2024, berdasarkan data terkini dari Kementerian Koperasi dan UKM, diketahui bahwa Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia berjumlah lebih dari 65 juta unit yang tersebar di berbagai sektor mulai dari fesyen, kerajinan tangan, kuliner, sampai dengan teknologi digital (Waluyo, 2024). Berdasarkan data statistik tersebut, sebagaimana dijelaskan oleh Syahrullah (2023), meningkatnya persaingan bisnis menjadi alasan utama dibutuhkan strategi *branding* untuk memperkuat citra *brand*, menarik konsumen, membedakannya dari pesaing bisnis lainnya, sehingga keberhasilan bisnis pun dapat tercapai.

Dikutip dari Oktavianingrum dkk. (2023), *branding* merupakan kegiatan menyampaikan pesan *brand* atau produk kepada target audiens yang dituju, sehingga UMKM perlu mengetahui kebutuhan dan keinginan target audiens agar tujuan *branding* dapat tercapai. Namun pada kenyataannya, pengetahuan terkait pentingnya *branding* sebagai strategi pokok dalam berbisnis masih belum diketahui secara mendalam oleh para pelaku UMKM (Sari dkk., 2023). Kurangnya pemahaman tentang *branding* tersebut pun menjadi tantangan besar serta permasalahan utama bagi UMKM dalam memasarkan atau memperkenalkan *brand* maupun produknya kepada masyarakat luas.

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Miaouw Craft memiliki permasalahan pada *branding* terkait memperkuat citra *brand*-nya. Meskipun sebelumnya Miaouw Craft telah memiliki *company profile* yang digunakan untuk *branding*, sayangnya desain visual yang dihadirkan dalam *company profile* tersebut masih belum profesional, personal, dan berkarakter, serta kurang sesuai dengan ciri khas Miaouw Craft yang erat kaitannya dengan batik nusantara dan kearifan lokal.

Miaouw Craft merupakan UMKM di bidang kerajinan tangan yang menjual produk *handmade*. Produk yang ditawarkan oleh Miaouw Craft seperti tas, dompet, topi, *lanyard*, dan lain sebagainya, dibuat dari kain bermotif batik khas Nusantara yang mencerminkan kearifan lokal. Beberapa motif batik pada kain, dibuat dengan teknik canting sendiri, sehingga menghasilkan produk bernilai seni tinggi. Dalam perjalanan pengembangannya, Miaouw Craft telah bekerja sama dengan berbagai pihak, termasuk program pengembangan wirausaha dan UMKM Pemprov DKI yaitu Jakarta *Entrepreneur* (JakPreneur) dan Dewan Kerajinan Nasional Daerah (Dekranasda), yang turut membantu dalam memperluas jaringan, meningkatkan kualitas produk, serta memperkuat posisi *brand* di pasar kerajinan tangan lokal.

Sebagai UMKM yang terus berkembang, Miaouw Craft membutuhkan desain yang mampu memperkuat citra *brand*, meningkatkan daya tarik visual, dan komunikatif. Dinyatakan oleh Shabbaz dkk. (2024), sama halnya dengan *company profile*, *brand profile book* merupakan alat komunikasi visual yang menyajikan rangkuman informasi menyeluruh tentang identitas *brand* berupa latar belakang, visi, misi, keunggulan, prestasi, serta nilai-nilai sebuah *brand* yang dipegang, dengan menerapkan pembaharuan terkait perkembangan dan pertumbuhan *brand*.

Berdasarkan kebutuhan tersebut, perancangan *brand profile book* dengan visual profesional, personal, representatif, dan berkarakter khas batik Nusantara, dapat menjadi solusi efektif untuk memperkuat citra *brand* Miaouw Craft. Hal ini dikarenakan *brand profile book* berfungsi sebagai media yang merepresentasikan citra perusahaan dengan menyajikan informasi umum untuk keperluan *branding* bagi konsumen dan mitra bisnis (Putri, 2021). Tak hanya itu, Miaouw Craft juga memerlukan *brand profile book* baru yang mampu mengkomunikasikan *brand* secara maksimal, menampilkan produk-produk terbarunya, serta digunakan sebagai

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

media untuk berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan *business to consumer* (B2C) dalam membangun hubungan emosional dan meningkatkan loyalitas, sekaligus menjadi sarana strategis untuk menarik perhatian calon mitra kerja sama *business to business* (B2B) melalui penyajian profil *brand* yang profesional dan kredibel.

Dalam beberapa penelitian terdahulu, belum ada yang mengkaji tentang perancangan *brand profile book* untuk UMKM kerajinan tangan *handmade* dengan pendekatan visual yang mengedepankan elemen budaya lokal, serta difungsikan pula sebagai alat komunikasi terhadap target konsumen, selain untuk kebutuhan kerja sama dengan mitra bisnis. Sebagian besar penelitian terdahulu, lebih berfokus pada perancangan *brand profile book* secara umum untuk memperkuat citra *brand*, tanpa adanya keterikatan elemen budaya sebagai bagian dari strategi *branding*. Selain itu, penelitian sebelumnya pun lebih berfokus pada kerja sama dengan mitra bisnis, bukan secara personal dengan target konsumen.

Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh Shabbaz dkk. (2024), mengenai *brand profile book* untuk Bobbatime, menunjukkan bahwa desain yang dibuat berhasil menciptakan visual yang tepat terhadap citra *brand* dengan konten yang cukup lengkap untuk menarik calon mitra kerja sama. Sementara itu, penelitian (Queen dkk., 2023), mengenai *brand profile book* untuk Marketeers Internasional, berhasil menciptakan kesan modern dalam merepresentasikan kredibilitas serta pengalaman Marketeers sebagai perusahaan media untuk meyakinkan kerja sama antar perusahaan atau institusi. Kedua penelitian tersebut menegaskan bahwa desain visual dalam *brand profile book* berperan penting dalam memperkuat citra *brand* dan meningkatkan daya tarik bagi mitra bisnis. Penelitian ini akan melengkapi pendekatan yang telah ada, serta memiliki keterbaruan dengan mengeksplorasi penggunaan visual bertema batik khas Nusantara dalam *brand profile book* untuk memperkuat citra *brand*, meningkatkan daya tarik visual, menarik perhatian target audiens, dan meningkatkan daya saing UMKM di pasar yang lebih luas.

Penelitian ini tidak hanya berfokus pada perancangan *brand profile book*, tetapi juga tentang bagaimana elemen visual berbasis budaya berperan penting

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

terhadap *branding*, sehingga bisa menjadi pengenalan atau pembeda UMKM Miaouw Craft dari para pesaing di lingkup pasar maupun konsumen. Oleh karena itu, perancangan *brand profile book* ini diharapkan dapat menghasilkan media *branding* utama yang efektif dan berkarakter, serta mampu merepresentasikan Miaouw Craft dengan baik. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan baru untuk UMKM maupun desain grafis tentang pentingnya penerapan visual berkarakter untuk memperkuat citra *brand* dalam media *branding*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibuat, adapun rumusan masalah yang didapat yaitu “Bagaimana perancangan *brand profile book* UMKM Miaouw Craft sebagai media *branding* dapat memperkuat citra *brand* dengan menekankan elemen visual bergaya khas batik Nusantara?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan ini, proyek tugas akhir yang disusun mencakup pembahasan-pembahasan yang berfokus pada:

1. Proses perancangan *brand profile book* UMKM Miaouw Craft
2. Proses penerapan elemen visual dan prinsip desain pada *brand profile book* UMKM Miaouw Craft
3. Proses pengaplikasian elemen visual dan prinsip desain pada media *branding* pendukung seperti brosur *trifold*, *business card*, *paperbag*, dan *hangtag*

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat yang ditentukan dari penyusunan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

Didasari untuk menjawab rumusan permasalahan yang ada, maka tujuan proposal ini meliputi:

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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin 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

1. Menjelaskan proses perancangan *brand profile book* UMKM Miaouw Craft sebagai media *branding* utama yang efektif, informatif, dan menarik
2. Menerapkan elemen visual dan prinsip desain pada *brand profile book* UMKM Miaouw Craft
3. Mengaplikasikan elemen visual dan prinsip desain pada media *branding* pendukung seperti brosur *trifold*, *business card*, *paperbag*, dan *hangtag*

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang telah ditentukan, diharapkan dapat menjadi solusi maupun referensi bagi klien, pengembangan ilmu pengetahuan, serta desain grafis, berupa:

1. Manfaat Praktis
 - 1) Menjadi media *branding* yang merepresentasikan identitas Miaouw Craft dengan lebih berkarakter dan profesional.
 - 2) Meningkatkan daya tarik *brand*, sehingga mampu menarik perhatian target konsumen dengan lebih baik maupun bekerja sama dengan mitra bisnis.
 - 3) Memperkenalkan *brand* beserta produk UMKM Miaouw Craft dengan lebih efektif dan optimal.
 - 4) Menjadi pedoman dalam menerapkan elemen visual dan prinsip desain pada *brand profile book* di bidang desain grafis.
 - 5) Menjadi referensi dalam perancangan bentuk, pemilihan warna, tipografi, serta penyusunan *layout* yang sesuai dengan karakteristik *brand* bagi desainer grafis dan masyarakat luas.
2. Manfaat Teoritis
 - 1) Memberikan pemahaman serta referensi terkait perancangan *brand profile book* sebagai media *branding* untuk memperkuat citra *brand*.
 - 2) Menambah wawasan baru mengenai pentingnya *branding* secara visual untuk membantu UMKM agar lebih mudah dikenal dan mampu bersaing dalam bisnis.
 - 3) Berkontribusi dalam pengembangan ilmu *branding*, dengan fokus pada penerapan elemen visual yang efektif.



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 mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ditujukan agar mempermudah pembaca dalam memahami proyek tugas akhir yang disusun secara terstruktur, sehingga penyusunannya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan

Bab ini menguraikan latar belakang yang membahas permasalahan *branding* dan urgensi kebutuhan *brand profile book* bagi Miaouw Craft, serta pembaruan topik melalui fokus pada kerajinan tangan bertema batik dan kearifan lokal. Selain itu, bab ini juga mencantumkan rumusan masalah, tujuan, manfaat, serta ruang lingkup yang meliputi perancangan *brand profile book*, penerapan elemen visual dan prinsip desain, serta pengaplikasian desain pada media pendukung.

Bab II Landasan Perancangan

Bab ini memuat kajian teoritis yang relevan dengan proyek tugas akhir yang meliputi *branding*, *brand image* media *branding*, *brand profile book*, *layout*, prinsip *layout*, bentuk, gambar, warna, tipografi, dan metode perancangan yaitu *design thinking*. Teori-teori tersebut disusun sebagai pedoman untuk mendukung data penelitian dan proses perancangan

Bab III Metode Perancangan

Bab ini membahas metode perancangan yang digunakan berupa *design thinking*, yang mencakup proses perancangan desain mulai dari analisis permasalahan hingga finalisasi desain. Bab ini juga menjelaskan terkait profil dan *product knowledge* Miaouw Craft, kompetitor, *consumer insight*, analisis dan matriks SWOT, serta *creative brief* yang berisikan informasi dan kebutuhan klien.

Bab IV Hasil dan Pembahasan Desain

Bab ini menjelaskan hasil perancangan desain *brand profile book* UMKM Miaouw Craft yang diperoleh melalui tahapan eksplorasi konsep berupa *mind map* dan *mood board*, pengembangan visual meliputi sketsa alternatif dan digital alternatif, desain terpilih, testing dan evaluasi, hingga *final artwork*. Selain itu, bab ini juga memuat penjabaran terkait penerapan elemen visual, prinsip desain, serta media *branding* pendukung, beserta dengan pertimbangan produksinya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Bab V Penutup

Bab penutup berisi kesimpulan dari proses perancangan dan hasil yang dicapai dalam mendesain *brand profile book* untuk Miaouw Craft, serta saran sebagai bentuk tindak lanjut untuk pengembangan strategi *branding* atau sebagai rujukan penelitian lanjutan.



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 :

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 Kesimpulan

Berdasarkan tujuan dan hasil yang dicapai dalam proses perancangan *brand profile book* UMKM Miaouw Craft, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan *brand profile book* Miaouw Craft dilakukan melalui pendekatan design thinking dengan lima tahapan utama: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada tahap awal yaitu *emphatize*, dilakukan riset mendalam melalui wawancara, observasi, dan studi literatur untuk memahami kebutuhan klien dan target audiens. Wawancara dilakukan kepada klien, audiens B2C, dan audiens B2B. Dari wawancara dengan klien, diketahui bahwa Miaouw Craft membutuhkan media *branding* yang lebih profesional, personal, dan representatif untuk memperkuat citra brand. Visual yang diinginkan adalah modern dan elegan dengan sentuhan batik Nusantara, sesuai dengan karakter produk yang berupa kerajinan tangan *handmade* berbasis batik yang unik. Wawancara dengan audiens B2C dan B2B memberikan *insight* mengenai preferensi visual yang mereka sukai, yaitu desain yang informatif, estetik, dan berkarakter budaya. Observasi terhadap *brand profile book* sebelumnya menunjukkan bahwa tampilannya monoton, *layout* kurang terstruktur, dan belum mencerminkan keunikan *brand*. Sementara observasi kepada kompetitor, ditemukan data terkait gaya visual Miaouw Craft yang lebih kuat dan konsisten, sehingga memperjelas diferensiasi dan keunggulan Miaouw Craft. Studi literatur digunakan untuk memperkuat teori *branding* dan desain grafis sebagai dasar konseptual perancangan. Setelah mengumpulkan data-data, maka tahapan *define* bisa terlaksana untuk merumuskan masalah. Pengembangan ide pada tahap *ideate* dilakukan dengan penyusunan *mind map* dan *mood board* berdasarkan *creative brief*, menghasilkan tiga kata kunci visual utama yaitu *ornament*, *story*, dan *dreamy*. Dari lima sketsa alternatif, dipilihlah tiga sketsa untuk dilanjutkan ke tahap digitalisasi dan akhirnya ditentukan satu desain terpilih bertema “Galeri Seni.” Pada proses perancangan desain terpilih, maka



© 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 mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

tahapan *prototype* pun bisa dilakukan. Desain ini dipilih karena mampu memadukan nuansa elegan, modern, dan berakar budaya lokal, serta menampilkan informasi secara estetis dan komunikatif.

2. Penerapan elemen visual dan prinsip desain dilakukan secara strategis dan terstruktur. Warna dominan yang digunakan adalah *tosca* dan *beige* sebagai latar, dikombinasikan dengan *warm tone* dan warna *soft* pastel lain untuk ilustrasi, motif, dan elemen teks. Motif dan ilustrasi batik yang digunakan terinspirasi dari flora dengan gaya modern, namun tetap mengangkat kekayaan batik Nusantara. Setiap halaman menggunakan motif yang berbeda untuk memberikan kesan variatif. *Font* yang digunakan pada desain adalah *serif* dan *script*. Judul menggunakan *font* Cormorant SC Bold yang tegas, subjudul menggunakan Berkshire Swash yang elegan, dan *body text* memakai Crimson Roman yang profesional dan mudah dibaca. Komposisi visual difokuskan pada keseimbangan artistik dengan menerapkan bingkai, podium, *glassmorphism*, *spotlight*, dan *shadow*, untuk membuat foto dan teks lebih *standout*, serta penggunaan gradasi transparan pada foto guna menciptakan nuansa *dreamy* dan estetis. Proses desain ini kemudian dikembangkan melalui tahapan *prototype* berupa *mockup* visual yang mendekati bentuk akhir, yang kemudian dilanjutkan ke tahap *test*. Tahap *test* dilakukan dengan meminta masukan dari klien, audiens, dan praktisi desain. Hasil *test* digunakan sebagai acuan revisi, yang difokuskan pada pencerahan dan penguatan foto produk, penyesuaian kontras antara teks dan latar belakang agar informasi lebih terbaca, serta penyempurnaan elemen visual dan tipografi agar tampil lebih komunikatif dan profesional.
3. Pengaplikasian desain dilakukan pada media *branding* pendukung seperti brosur *trifold*, *business card*, *hangtag*, dan *paperbag*. Desain media turunan tetap mengacu pada konsep visual utama dari *brand profile book*, sehingga seluruh media tampil konsisten, harmonis, dan mencerminkan karakter visual *brand* secara menyeluruh. Elemen visual seperti motif, warna, tipografi, dan foto yang digunakan pada *brand profile book* diaplikasikan ulang dalam ukuran dan konteks yang sesuai dengan masing-masing media. Hal ini



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

bertujuan agar citra *brand* Miaouw Craft dapat dikenali dengan mudah dalam berbagai media, sekaligus memperkuat komunikasi visual secara strategis di berbagai interaksi. Desain media turunan ini juga dirancang agar adaptif terhadap kebutuhan *branding*, namun tetap menjaga kesatuan gaya visual. Penerapan sistematis dari identitas visual utama ke seluruh media membantu membentuk persepsi *brand* yang kuat, profesional, dan berakar budaya lokal di benak konsumen maupun mitra bisnis.

4. Hasil akhir dari perancangan berupa *brand profile book* berjumlah 44 halaman yang menggabungkan elemen visual modern dengan kekayaan budaya lokal sebagai representasi citra Miaouw Craft. Buku ini disusun dengan konsep visual “Galeri Seni” yang menampilkan produk seperti karya seni yang dikurasi secara elegan, menjadikannya bukan hanya media informatif, tetapi juga media apresiatif. Visual yang rapi, estetik, dan komunikatif menciptakan pengalaman membaca yang menyenangkan sekaligus bermakna. Penyusunan konten, *layout* dinamis, ilustrasi dan motif batik flora yang variatif, serta penggunaan tipografi dan warna yang selaras membentuk identitas visual yang kuat. Kontribusi utama dari perancangan ini adalah terciptanya alat komunikasi visual yang mampu meningkatkan kepercayaan mitra maupun konsumen terhadap Miaouw Craft. *Brand profile book* ini memperjelas identitas *brand*, menyampaikan pesan secara efektif, dan membangun persepsi positif yang profesional. Lebih dari itu, pendekatan visual yang khas dan terkonsep menjadikan media ini sebagai pembeda dari kompetitor, memperkuat *positioning* Miaouw Craft sebagai UMKM kerajinan tangan berbasis budaya lokal yang memiliki daya saing di pasar yang kompetitif. Dengan hadirnya *brand profile book* ini, Miaouw Craft memiliki media *branding* utama yang tidak hanya representatif secara visual, namun juga strategis dalam membangun relasi, memperkuat kredibilitas, serta menegaskan karakter *brand* di tengah persaingan UMKM kreatif.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil dari perancangan *brand profile book* UMKM Miaouw Craft, saran dalam laporan ini disusun untuk mengarahkan pada pemecahan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

masalah objek penelitian, memberikan implikasi bagi desain serupa, serta membuka peluang pengembangan perancangan lanjutan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil perancangan, disarankan agar UMKM Miaouw Craft terus mengembangkan dan memanfaatkan *brand profile book* ini sebagai alat komunikasi visual utama dalam menjangkau audiens B2C maupun B2B. Media ini terbukti mampu menjawab permasalahan sebelumnya terkait *branding* yang kurang profesional dan tidak representatif. Oleh karena itu, pemanfaatan *brand profile book* secara konsisten dalam berbagai konteks *branding*, presentasi bisnis, dan pameran produk akan membantu membangun citra *brand* yang lebih kuat dan terpercaya.
2. Proses perancangan *brand profile book* Miaouw Craft yang menggabungkan pendekatan *design thinking* dan elemen visual berbasis budaya lokal dapat menjadi referensi untuk perancangan media *branding* serupa, khususnya bagi UMKM yang ingin memperkuat citra *brand*-nya. Pendekatan ini tidak hanya menekankan estetika, tetapi juga fungsi komunikasi yang efektif dan relevan terhadap target audiens. Oleh karena itu, metode ini dapat diaplikasikan atau dikembangkan dalam proyek desain *branding* lain dengan konteks dan karakter *brand* yang berbeda.
3. Untuk pengembangan lebih lanjut, disarankan agar penelitian dan perancangan desain ke depan dapat memperluas media *branding* berbasis digital, seperti versi interaktif dari *brand profile book*. Selain itu, penting juga dilakukan evaluasi lanjutan terhadap efektivitas media ini setelah digunakan secara nyata, agar dapat diketahui seberapa besar kontribusinya terhadap peningkatan daya saing dan persepsi *brand*. Penelitian lanjutan juga dapat mengeksplorasi pendekatan visual lain yang menggabungkan teknologi baru tanpa menghilangkan kekuatan identitas budaya lokal.

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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



DAFTAR REFERENSI

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(1).
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press.
- Azizah, U. N. (2024). 10 Macam Motif Batik Ceplok Lengkap dengan Sejarah dan Filosofinya. *Detik.com*.
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. PNJ Press.
- Bilillah, R. S. (2024). *Peningkatan Branding UMKM Lokal Melalui Desain Komunikasi Visual*. *Arunika : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(1).
- Bryan, C., Sudika, I. N., & Aryanto, H. (2017). Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeday. *Jurnal DKV Adiwarna*, 6(2).
- Caldwell, C. (2019). *Graphic Design For Everyone*. Dorling Kindersley.
- Khalid, I. (2019). Kredibilitas Media Cetak Dan Media Online. *Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan*, 9(1).
- Laksono, A. W., & Suryadi, D. N. (2020). Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Merek Pada Pelanggan Geprek Benu Di Kota Malang. *Holistic Journal of Management Research*, 1(1).
- Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions*. Cengage.
- Lavira, A. I. (2022). Batik Kawung. *budaya.jogjaprovo.go.id*.
- Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. Andi.

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 mengumumikan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Pandiangan, K., Masiyono, M., & Dwi Atmogo, Y. (2021). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Brand Equity: Brand Trust, Brand Image, Perceived Quality, & Brand Loyalty. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 2(4).
- Prihandini, A., & Seba, N. (2022). Penyusunan Company Profile Bagi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Putra, R. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Andi.
- Putri, A. R. (2021). *Perancangan Ulang Company Profile Studyfrance Sebagai Peningkatan Citra Baik*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Queen, M. V., Bangun, D. A. N., & Djonaedi, E. (2023). Desain Brand Profile Book Sebagai Media Branding Marketeers Internasional. *Jurnal Katamata*, 1(1).
- Rizki, M., & Mulyanti, D. (2023). Pentingnya Strategi Pemasaran Melalui Penguatan Citra Merek. *Ebismen: Jurnal Ekonomi, Bisnis, dan Manajemen*, 2(1).
- Rustan, S. (2008). *Layout: Dasar dan Penerapannya*. Gramedia.
- Santoso, D. A., Erdiansyah, R., & Pribadi, M. A. (2019). Pengaruh Brand Awareness dan Brand Image terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Innisfree. *Prologia*, 2(2).
- Sari, N. M. (2024). Kisah Batik Betawi yang Sarat Nilai Sejarah dan Estetika, Bentuk Perlawanan terhadap Dominasi Batik Jawa. *Merdeka.com*.
- Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). Digital Branding UMKM Melalui Komunikasi Visual. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, 8(2).



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Shabbaz, H. A. A., Thabrany, S., & Hidayati, A. (2024). Desain Brand Profile Book Bobbatime Dalam Memperkuat Identitas Dan Perluasan Pasar. *Jurnal Katamata*, 2(1).

Sinaga, A. S., & Sawitri, D. K. (2024). Meningkatkan Citra Merek Melalui Desain dan Identitas Visual. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(14).

Susanto, S. K. S. (2018). *Seni Batik Indonesia*. Andi.

Syahrullah, M. (2023). Strategi Branding Sebagai Upaya Optimalisasi Pengumpulan Wakaf. *JURNAL ISLAMIKA*, 6(1).

Waluyo, D. (2024). UMKM Indonesia Makin Kuat: Program Level Up 2024 Siap Dorong Digitalisasi Bisnis. *Indonesia.go.id*.

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan Direktorat Jenderal PAUD dan DIKMAS Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Adelia Chairunnisa
NAMA PEMBIMBING	Nabila Fajrina, M.Si
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Brand Profile Book UMKM Miaouw Craft Sebagai Media Branding Untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual
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 KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	Senin, 24 Februari	Revisi Outline: Mengganti klien dan project, dikarenakan jangkauan klien terlalu kecil, urgensinya belum cukup memenuhi, serta projectnya dirasa kurang relevan dengan klien	-Mengganti klien dengan salah satu UMKM yang disediakan kampus yaitu Miaouw Craft. -Mengganti project menjadi perancangan brand profile book, sesuai dengan kebutuhan klien
2	Rabu, 05 Maret	Pengarahan terkait penulisan materi untuk latar belakang. Latar belakang dimulai dengan fenomena umum-kompleks. Fenomena dilengkapi dengan data statistik. Dilanjutkan dengan urgensi permasalahan yang dilengkapi konsep teoritis dengan sumber kredibel. Ditutup dengan state of art, pembeda serta keterbaruan penelitian yang dilakukan dengan penelitian terdahulu.	-Revisi penulisan alur latar belakang -Fenomena dan urgensi permasalahan diperjelas -Tambahkan konsep teoritis untuk setiap pemaparan -Kurangi opini
3	Jumar, 14 Maret	Revisi Latar Judul & Latar Belakang: Mengganti judul karena kurang sesuai dengan pemaparan latar belakang. Fenomena permasalahan lebih dikerucutkan lagi, serta urgensi permasalahan dipertajam lagi.	-Mengganti judul menjadi "Perancangan Brand profile book UMKM Miaouw Craft sebagai Media Branding untuk Memperkuat Citra Brand" -Fenomena permasalahan langsung kepada tantangan branding UMKM, dikarenakan permasalahan ekonomi kreatif masih terlalu luas dan jauh -Memperjelas dan menambahkan konteks branding, karena penjelasan brandingnya masih terlalu kurang -Mencari data penelitian terdahulu yang sesuai, serta bisa dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan -Memperbanyak penjelasan mengenai urgensi klien dan menambahkan solusi yang dihadirkan
4	Selasa, 18 Maret	Revisi Latar Belakang: Alur latar belakangnya sudah cukup jelas, namun pembahasan masih terlalu banyak dan tidak to the point. Penjelasan terkait penelitian terdahulu sudah ada, namun belum ada terkait kesimpulan yang di dapat	-Meringkas latar belakang -Menyimpulkan penemuan penelitian terdahulu
5	Selasa, 25 Maret	Revisi Bab 1 dan Penyusunan Kerangka Teori Bab 2: Latar belakang sudah oke, hanya masih kurang di bagian state of artnya. Ada baiknya mulai menyusun kerangka teori	-Memperjelas state of artnya -Membuat closure yang lebih berkaitan dengan konteks -Mulai menyusun kerangka teori, dengan teori makro berupa branding, dan teori mikro berupa teori desain grafis seperti layout dan tipografi, serta teori metode perancangan -Menyusun pertanyaan wawancara, dan mulai melakukan wawancara kepada narasumber B2C: 3 orang, B2B: 2 orang

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 mengumumkkan 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6	Rabu, 09 April	Revisi Bab 2 dan Bab 3: Bab 2 penjelasannya masih belum cukup terstruktur dan lengkap. Teori tentang metode perancangan belum dicantumkan., Bab 3 terkait consumer insight pun masih belum lengkap karena hanya berupa kesimpulan dari keseluruhan narasumber, sebaiknya dimulai dari penjelasan satu persatu dahulu baru kesimpulan. Analisis SWOT nya masih belum ada. Data lain pada bab 3 pun masih terlalu minim, kecuali pada bagian bab 3.1 tentang	-Melengkapi teori-teori yang masih kurang -Menganalisis SWOT lebih mendalam, dan membuat matriks SWOT terkait strategi desainya -Melengkapi data-data terkait bab 3 seperti kompetitor, consumer insight, SWOT, dan creative brief -Mencantumkan foto-foto pendukung pada laporan
7	Kamis, 10 April	kecuali pada bagian bab 3.1 tentang metode penelitian. Revisi bab 3: Analisis SWOTnya masih kurang, dan belum ada matriks SWOT terkait strategi desain kedepannya.	-Memperdetail analisis SWOT, serta membuat strategi desain dari matriks SWOT -Melengkapi data-data lain seperti foto, transkrip, dan lain sebagainya
8	Jumat, 11 April	Revisi SWOT: Buat penjabaran strategi desain dengan menggunakan kalimat yang lebih padu dan tepat, jabarkan pula kesimpulan dari strategi desain yang di dapat	-Merevisi penggunaan kata pada strategi desain dari matriks SWOT -Membuat kesimpulan dari strategi desain
9	Selasa, 29 April	Revisi after sempro: Cari lagi narasumber untuk diwawancarai dalam lingkup B2B. Pengarahan penulisan dan eksplorasi visual mind map dan mood board	-Mencari narasumber dan mewawancarainya untuk segmen B2B. -Mulai eksplorasi visual terkait mind map dan juga moodboard.
10	Selasa, 20 Mei	Bab 4 Eksplorasi Visual dan Sketsa Alternatif: Mind map sudah sangat komprehensif. Mood board pun sudah terlihat tone dan vibesnya untuk referensi visual. Namun perlu diingat untuk menyeimbangkan antara konsep untuk personal B2C dan profesional B2B. Untuk sketsa alternatif sudah ketahuan tiap konsepnya, bisa lanjut ke	-Lanjut ke tahap digital alternatif -Dan finalisasi konsep
11	Selasa, 10 Juni	Revisi Digital Alternatif: Desain masih terlalu monoton, kaku, kosong, dan tidak sesuai dengan konsep.	-Revisi desain digital alternatif dengan lebih berdasarkan kepada konsep dan moodboard, agar sesuai dan tidak keluar jalur. -Mencari banyak referensi brand profile book.
12	Selasa, 24 Juni	Pemilihan Desain Terpilih: Digital alternatif sudah keliatan konsepnya, better dari sebelumnya. Bisa lanjutkan ke desain terpilih yaitu alternatif 2 galeri seni. Namun untuk produk harus diperkuat visualnya.	-Mulai membuat sketsa imposisi -Menyusun konten secara keseluruhan -Membuat desain jauh lebih komprehensif dengan beberapa catatan yaitu penguatan pengenalan produk.
13	Rabu, 25 Juni	Testing: Desain overall sudah oke, jadi bisa lanjutkan ke testing. Tanyakan terkait kesan, visual, keterbacaan teks, dan sarannya apa	-Mulai melakukan testing kepada klien, praktisi desain, b2c dan b2b
14	Selasa, 01 Juli	Finalisasi desain dan finalisasi laporan: Untuk desain sudah oke, inovasi paper engineeringnya juga oke. Cuma untuk laporannya bagian abstrak, kesimpulan, dan saran masih belum komprehensif.	-Finalisasi desain utama brand profile book dan media turunannya -Memperbaiki abstrak, kesimpulan, dan saran

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

https://docs.google.com/spreadsheets/d/14_irAPAcYmtL2eKSaLTjilMMqYzCOxnnsnSyk9I552Y/edit?usp=sharing



LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Adelia Chairunnisa
NAMA PEMBIMBING	Amalia Rizky Fatonah, M.I.Kom.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Brand Profile Book UMKM Miaouw Craft Sebagai Media Branding Untuk Meningkatkan Daya Tarik Visual

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 KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	Jumat, 21 Maret	Masih banyak padanan kata yang belum di italic. Untuk perpindahan bahnya masih belum menggunakan ctrl+enter.	-Menerapkan italic pada kata-kata bahasa inggris atau istilah yang belum masuk ke dalam bahasa Indonesia. -Menerapkan ctrl+enter untuk perpindahan setiap bab
2	Jumat, 11 April	Daftar isi, pada penomorannya itu dibuat menjorok ke kanan, menyesuaikan tiap subab. Pada kata pengantar, kata subjek Bapak/Ibu dihilangkan. Untuk subjudul yang	-Menghilangkan penggunaan kata Bapak/Ibu pada kata pengantar -Merapikan kembali jarak tab penomeran daftar isi -Menerapkan italic pada subjudul yang
2	Jumat, 11 April	Daftar isi, pada penomorannya itu dibuat menjorok ke kanan, menyesuaikan tiap subab. Pada kata pengantar, kata subjek Bapak/Ibu dihilangkan. Untuk subjudul yang menggunakan bahasa inggris atau istilah asing perlu di italic juga.	-Menghilangkan penggunaan kata Bapak/Ibu pada kata pengantar -Merapikan kembali jarak tab penomeran daftar isi -Menerapkan italic pada subjudul yang menggunakan bahasa inggris atau istilah asing
3	Kamis, 29 Mei	Penggunaan kalimatnya masih kurang padu. Masih terlalu panjang untuk abstrak artikel.	-Membuat kalimat abstrak lebih padu -Mempersingkat abstrak
4	Rabu, 25 Juni	Penulisan isi artikel sudah runtut dan lengkap. Namun, masih ada beberapa typo yang perlu dibetulkan.	-Memperbaiki kesalahan dalam penulisan kata
5	Selasa, 01 Juli	Keseluruhan laporan tugas akhir sudah baik. Tetapi masih banyak kata-kata berbahasa inggris yang belum di italic. Kemudian, peralihan dari foto ke teks diberikan after space, begitupula dengan peralihan dari tiap daftar referensi.	-Mengoreksi kembali penulisan dalam bahasa inggris pada laporan -Membenarkan kembali kata-kata bahasa inggris yang belum di italic -Memberikan after space saat peralihan foto ke teks, begitupun dengan peralihan dari daftar referensi ke daftar referensi yang lain

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1IV5UYpgiULnmSD6_RHG-YBchNhZDry_V1JB4rRaDQTc/edit?usp=sharing

- 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 satu 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

Transkrip Wawancara Miaouw Craft

A. Pertanyaan Klien/Brand/Produk

1. UMKM Miaouw Craft bergerak di bidang apa?
Miaouw Craft bergerak dibidang kerajinan tangan handmade seperti tas, pouch, totebag dll, khususnya pada penggunaan batik Nusantara
2. Miaouw Craft UMKM yang berasal dan berlokasi di mana?
Jakarta Utara
3. Apakah Miaouw Craft memiliki filosofi nama?
Sebenarnya tidak memiliki arti tertentu, namun nama Miaouw Craft diambil dari nama saya yaitu “Mia”, dan digabungkan dengan “Meow”, karena saya memang suka dipanggil dengan nama “Meow” atau “Meong”
4. Sejarah dan perjalanan dari Miaouw Craft itu sendiri seperti apa?
Miaouw sendiri itu mulai berdiri dari tahun 2016 ya. Alasan awal kenapa Miaouw Craft bisa berdiri karena hobi saya yang suka dengan kerajinan tangan dan menjahit. Miaouw Craft ini sebenarnya juga dibuat karena ada permintaan dari teman. Jadi semenjak itu saya mulai menekuni bidang ini, mulai membuat berbagai macam produk, dan mengikuti berbagai macam kegiatan seperti bazaar yang berkaitan dengan kerajinan tangan, ikut ke dalam komunitas crafter, dan suka juga ikut pelatihan pengembangan.
5. Kerajinan tangan pertama?
Pouch kecil
6. Pencapaian, prestasi, dan harapan Miaouw Craft ?
Untuk pencapaian atau prestasi sebenarnya belum ada yang besar. Tapi mungkin, untuk pencapaian keikutsertaan sudah cukup banyak ya, karena memang saya aktif ikut acara dari dinas maupun swasta untuk memperluas pengenalan Miaouw Craft. Kalau harapan, sebenarnya saya ingin punya galeri sendiri, yang menjual koleksi produk Miaouw Craft
7. Produk apa saja yang dijual Miaouw Craft? Produk yang paling banyak peminatnya?

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 kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumikan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Untuk produk sebenarnya ada banyak seperti topi, tas, totebag, sling bag lanyard, pouch, dll yang bahannya berdasar dari kain. Untuk produk yang paling banyak minatnya itu shopping bag

8. Keunggulan Miaouw Craft, yang membedakan dari kompetitor sejenis?
Kalau keunggulannya itu dari produknya yang motif batik bikin sendiri, jadi melalui proses canting. Namun, memang tidak semua, karena ada juga beberapa motif batik yang dibeli dari pengrajin batik. Keunggulan lainnya itu karena di kita bisa custom motif, ukuran, dan model, jadi jauh lebih fleksibel dan bisa menyesuaikan keinginan konsumen
9. Nilai yang dianut?
Kearifan lokal, berbudaya namun tetap modern
10. Sudah ada offline storenya?
Belum ada
11. Kalau ingin memesan produk Miaow Craft bisa order via apa aja?
WhatsApp dan Instagram
12. Apakah ada market place seperti shopee atau tokopedia?
Sudah ada, tapi gak aktif, karena belum ada yang kelola

B. Pertanyaan Konten & Konsep

1. Ciri khas/identitas brand/identitas visual Miaouw Craft?
Ciri khasnya adalah warna-warna cerah atau soft, dominan toska. Ilustratif dan custom dengan sentuhan batik.
2. Tagline/semboyan Miaou Craft?
"uniquely crafted, just like you"
3. Pesan yang ingin disampaikan? (Key Message)
Miaouw Craft adalah UMKM kerajinan tangan *handmade* yang penuh kearifan lokal, dan bisa disesuaikan dengan keinginan pembeli.
4. Target audiens?
Targetnya semua orang, lebih banyak ke wanita, dari semua umur. Namun memang yang lebih banyak beli itu perempuan dewasa. Jangkauannya bisa ke luar kota juga.



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Mandatory elemen?
Logo dan media sosial.
6. Konsep desainnya mau seperti apa? Tema dan gayanya?
Tema batik dengan gaya elegan. Ada unsur modernnya juga biar bisa mengikuti tren yang beredar.
7. Penggunaan warna mau yang seperti apa?
Warna dominan ke tosca atau krem dan putih. Mungkin jika ada warna lain disesuaikan dengan tema batiknya nanti.
8. Penggunaan font mau yang seperti apa?
Saya lebih suka ke model yang sederhana dan mudah dibaca. Kalau dari jenisnya mungkin sans serif.
9. Jikalau mau ada ilustrasi, ilustrasi seperti apa?
Modern dan elegan
10. Konten yang mau dicantumkan apa saja?
Sejarah, visi misi, dan katalog produk kurang lebih.

C. **Pertanyaan Media**

1. Selain brand profile book, apakah mau ada media lain yang dibuat?
Mungkin terkait dengan media sosial dan media cetak untuk pameran atau bazaar, seperti kartu nama, x-banner.
2. Untuk kemasan produk, apakah ingin dibuatkan semacam hangtag? Atau totebagnya?
Boleh, totebag atau paperbag beserta hangtagnya
3. Ukuran, material, orientasi, laminasi, dan binding?
Ukuran A4, orientasi portrait, tapi boleh disesuaikan lagi nantinya. Untuk bahan kertasnya nanti seperti brand profile book kebanyakan saja, mungkin art paper boleh. Untuk covernya soft cover saja dengan laminasi doff. Penjilidannya saat ini mungkin yang saddle stitch yang dijahit, atau nanti menyesuaikan saja.



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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Transkrip Wawancara B2C

Responden: Dayana Zahira

A. Demografi

1. Nama: Dayana Zahira
2. Usia: 22 tahun
3. Jenis Kelamin: Perempuan
4. Pekerjaan: Mahasiswa
5. Domisili: Jakarta Timur

B. Behavior

1. Apakah anda menyukai produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Suka, lumayan suka.
2. Apakah anda pernah membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Pernah.
3. Seberapa sering anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Jarang, kurang dari setahun sekali.
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara tersebut?
Desain dan konsepnya. Biasanya main warnanya bagus, menarik di mata, palette warna kohesif, detailnya bagus, dan ada elemen unik seperti kancing, manik-manik, atau pita.
5. Biasanya anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara untuk diri sendiri, hadiah, atau souvenir?
Untuk diri sendiri dan untuk keluarga.
6. Biasanya di mana anda menemukan atau mengetahui produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
7. Dari media sosial, terutama Instagram. Pernah juga dari event atau pameran.

C. Insight

1. Apakah kamu mengetahui tentang UMKM Miaouw Craft sebagai salah satu UMKM yang menjual produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Baru tahu.

2. Menurut anda, produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara oleh UMKM Miaouw Craft apakah cukup menarik? Berikan alasannya.
Cukup menarik, terutama dari motifnya dan tampilannya yang eye-catching.
3. Menurut Anda, apakah desain produk Miaouw Craft memiliki ciri khas yang mudah dikenali?
Sudah cukup dikenal, variasi warnanya khas (colorful atau palette tertentu seperti biru-putih atau hitam-putih).
4. Apa kesan yang anda rasakan ketika melihat produk UMKM Miaouw Craft?
Fashionable, variasi produknya banyak dan lengkap.
5. Menurut anda, apakah branding yang dilakukan Miaouw sudah merepresentasikan brand dan memperkenalkan brand beserta produknya dengan baik?
Belum konsisten, desain feed Instagram sering berubah-ubah, logo masih perlu diperbaiki.
6. Apakah ada hal yang menurut Anda kurang menarik atau perlu diperbaiki dari branding Miaouw Craft saat ini?
Branding perlu lebih konsisten, elemen grafis dan desain Instagram perlu lebih rapi dan kohesif.
7. Menurut Anda, seberapa efektif brand profile book dalam membangun branding Miaouw Craft? Mengapa?
Sangat efektif, terutama untuk kebutuhan business-to-business (B2B) seperti pameran atau expo.
8. Menurut anda, apakah brand profile book berikut sudah mencirikan Miaouw Craft dengan baik? Jika belum, alasannya?
Masih 50-50. Logo kurang konsisten, palette warna bisa lebih beragam, dan font perlu dimodifikasi agar lebih estetik.
9. Apakah menurut Anda brand profile book dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk Miaouw Craft?
Bisa, apalagi jika mencantumkan informasi kontak, media sosial, dan website.



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

10. Jika Miaouw Craft memiliki brand profile yang lebih profesional, apakah itu akan mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli produk mereka?
Pastinya, akan lebih tertarik.
 11. Menurut anda, apakah media pendukung yang paling cocok digunakan untuk branding Miaouw Craft, dalam penjualan maupun pameran?
brosur, business card, hangtag, dan yang ditempel di produk untuk informasi kontak.
 12. Menurut anda, seberapa penting visual berkarakter bertema batik dicantumkan dalam visual brand pada media branding untuk memperkuat citra brand Miaouw Craft?
Penting, tapi sebaiknya tidak terlalu frontal. Lebih baik subtle atau tersirat.
- D. Preference**
1. Menurut anda, elemen visual apa yang paling penting untuk dimuat dalam media branding?
Foto, kemudian warna.
 2. Menurut anda, apakah ilustrasi batik dapat menjadi elemen visual yang tepat untuk merepresentasikan Miaouw Craft? Jika iya, ilustrasi batik seperti apa yang paling cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft dan dicantumkan dalam media branding?
Bisa, tetapi sebaiknya tidak terlalu menonjol. Mengambil dari motif-motif batik yang sudah ada di produk Miaouw Craft.
 3. Menurut anda, gaya visual seperti apa yang harus ditampilkan dalam ilustrasi batik pada media branding Miaouw Craft?
Modern, dengan sentuhan asimetris.
 4. Menurut anda gaya warna seperti apa yang paling cocok untuk dituangkan dalam ilustrasi batik serta menggambarkan Miaouw Craft?
Kombinasi antara bold dan soft, agar terkesan natural.
 5. Menurut anda jenis font apa yang cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft, serta memiliki keterbacaan yang baik?
Serif, karena bisa menyatu dengan unsur batik yang memiliki liukan bentuk khas.



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Menurut anda layout seperti apa yang paling cocok dalam brand profile book Miaouw Craft, serta memudahkan anda dalam memahami isi? Dinamis, dengan penggunaan warna ngeblok untuk membedakan bagian, dan foto produk yang besar.
7. Menurut anda, informasi apa saja yang penting dicantumkan Miaouw Craft dalam brand profile book? Sejarah, visi, misi, katalog produk, dan informasi kontak.
8. Menurut anda, informasi apa yang paling penting dicantumkan dalam media branding pendukung Miaouw Craft? Media sosial, kontak informasi, dan slot untuk harga (bisa diisi manual karena harga bisa berubah).

Responden: Amalia

A. Demografi

1. Nama: Amalia Chairida
2. Usia: 31 tahun
3. Jenis Kelamin: Perempuan
4. Pekerjaan: Karyawan Swasta
5. Domisili: Jakarta

B. Behavior

1. Apakah anda menyukai produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara? Lumayan suka.
2. Apakah anda pernah membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara? Belum pernah secara langsung.
3. Seberapa sering anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara? Kadang-kadang, biasanya saat liburan ke tempat wisata tertentu.
4. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara tersebut? Desain dan jenis produknya.



© 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

5. Biasanya anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara untuk diri sendiri, hadiah, atau souvenir?
Untuk diri sendiri dan oleh-oleh.
6. Biasanya dimana anda menemukan atau mengetahui produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Biasanya di tempat-tempat wisata tertentu.

C. Insight

1. Apakah kamu mengetahui tentang UMKM Miaouw Craft sebagai salah satu UMKM yang menjual produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Belum mengetahui.
2. Menurut anda, produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara oleh UMKM Miaouw Craft apakah cukup menarik? Berikan alasannya.
Menarik, karena desainnya modern dan tidak monoton.
3. Menurut Anda, apakah desain produk Miaouw Craft memiliki ciri khas yang mudah dikenali?
Belum terlalu bisa dikenali, brandingnya masih sama seperti kerajinan tangan batik pada umumnya.
4. Apa kesan yang anda rasakan ketika melihat produk UMKM Miaouw Craft?
Authentic, etniknya dapat.
5. Menurut anda, apakah branding yang dilakukan Miaouw sudah merepresentasikan brand dan memperkenalkan brand beserta produknya dengan baik?
Belum, masih umum saja.
6. Apakah ada hal yang menurut Anda kurang menarik atau perlu diperbaiki dari branding Miaouw Craft saat ini?
Perlu menonjolkan karakteristik brand lebih kuat.
7. Menurut Anda, seberapa efektif brand profile book dalam membangun branding Miaouw Craft? Mengapa?



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lumayan efektif, terutama untuk mitra bisnis dan customer, tetapi lebih baik diperkuat juga melalui media sosial.

8. Menurut anda, apakah brand profile book berikut sudah mencirikan Miaouw Craft dengan baik? Jika belum alasannya?
Masih kurang, terlihat terlalu kaku dan belum cukup berkarakter.
9. Apakah menurut Anda brand profile dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk Miaouw Craft?
Bisa, jika desainnya menarik.
10. Jika Miaouw Craft memiliki brand profile yang lebih profesional, apakah itu akan mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli produk mereka?
Bisa jadi, akan lebih tertarik.
11. Menurut anda, apakah media pendukung yang paling cocok digunakan untuk branding Miaouw Craft, dalam penjualan maupun pameran?
Business card, brosur, dan hangtag untuk mengenalkan brand, serta packaging seperti paperbag agar menarik.
12. Menurut anda, seberapa penting visual berkarakter bertema batik dicantumkan dalam visual brand pada media branding untuk memperkuat citra brand Miaouw Craft?
Penting, tetapi perlu ada tambahan sesuatu yang ikonik seperti maskot.

D. Preference

1. Menurut anda, elemen visual apa yang paling penting untuk dimuat dalam media branding?
Semuanya mendukung, mulai dari ilustrasi, warna, layout, hingga foto.
2. Menurut anda, apakah ilustrasi batik dapat menjadi elemen visual yang tepat untuk merepresentasikan Miaouw Craft? Jika iya, ilustrasi batik seperti apa yang paling cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft dan dicantumkan dalam media branding?
Tepat, dan lebih tertarik pada motif batik Jakarta seperti pucuk rebung.
3. Menurut anda, gaya visual seperti apa yang harus ditampilkan dalam ilustrasi batik pada media branding Miaouw Craft?
Penggabungan antara modern dan minimalis.



© 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Menurut anda gaya warna seperti apa yang paling cocok untuk dituangkan dalam ilustrasi batik serta menggambarkan Miaouw Craft?
Soft.
5. Menurut anda kombinasi warna mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam branding Miaouw Craft?
Warna dengan tone soft.
6. Menurut anda jenis font apa yang cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft, serta memiliki keterbacaan yang baik?
Font dengan karakter liukan (serif) yang elegan.
7. Menurut anda layout seperti apa yang paling cocok dalam brand profile book Miaouw Craft, serta memudahkan anda dalam memahami isi?
Layout dinamis dan modern, karena lebih eye-catching.
8. Menurut anda, informasi apa saja yang penting dicantumkan Miaouw Craft dalam brand profile book?
Sejarah, visi, misi, dan katalog produk.
9. Menurut anda, informasi apa yang paling penting dicantumkan dalam media branding pendukung Miaouw Craft?
Logo, kontak person, dan harga.

Responden: Ika

A. Demografi

1. Nama: Ika Fitriansah
2. Usia: 42 tahun
3. Jenis Kelamin: Perempuan
4. Pekerjaan: Guru SDN Cilangkap 01 Pagi
5. Domisili: Jakarta Timur, Cibubur

B. Behavior

1. Apakah anda menyukai produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Iya, saya tertarik karena batik kita beraneka ragam coraknya, tiap daerah berbeda-beda.



© 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 mengumumkkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Apakah anda pernah membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Pernah, ketika berwisata ke Jogja dan Solo.
 3. Seberapa sering anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Biasanya saat berwisata ke daerah tertentu, melihat produk handmade yang unik dan lucu.
 4. Apa yang membuat anda tertarik untuk membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara tersebut?
Karena keunikan dan ciri khasnya, nilai seni dan estetikanya.
 5. Biasanya anda membeli produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara untuk diri sendiri, hadiah, atau souvenir?
Lebih sering untuk diri sendiri, tapi pernah juga untuk souvenir.
 6. Biasanya dimana anda menemukan atau mengetahui produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Saat berwisata di pusat perbelanjaan atau dari event-event dan media sosial.
- C. Insight**
1. Apakah kamu mengetahui tentang UMKM Miaouw Craft sebagai salah satu UMKM yang menjual produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara?
Baru mengetahui saat ini.
 2. Menurut anda, produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara oleh UMKM Miaouw Craft apakah cukup menarik?
Cukup menarik, desainnya kreatif dan menggunakan bahan-bahan yang sedang tren.
 3. Menurut Anda, apakah desain produk Miaouw Craft memiliki ciri khas yang mudah dikenali?
Sudah sesuai, sekilas terlihat memiliki ciri khas.
 4. Apa kesan yang anda rasakan ketika melihat produk UMKM Miaouw Craft?
Unik, terutama modifikasi bahan trendi dengan sentuhan batik.



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5. Menurut anda, apakah branding yang dilakukan Miaouw sudah merepresentasikan brand dan memperkenalkan brand beserta produknya dengan baik?
Belum maksimal, perlu dipromosikan dan diperbaiki lagi agar lebih dikenal.
6. Apakah ada hal yang menurut Anda kurang menarik atau perlu diperbaiki dari branding Miaouw Craft saat ini?
Promosi perlu ditingkatkan supaya lebih banyak orang tahu.
7. Menurut Anda, seberapa efektif brand profile book dalam membangun branding Miaouw Craft? Mengapa?
Cukup efektif, tetapi desain dan informasinya perlu disesuaikan dengan tren dan kebutuhan pasar.
8. Menurut anda, apakah brand profile berikut sudah mencirikan Miaouw Craft dengan baik? Jika belum, alasannya?
Belum sepenuhnya, tampilannya masih polos dan perlu kalimat-kalimat yang menarik dan mudah dipahami.
9. Apakah menurut Anda brand profile dapat meningkatkan kepercayaan terhadap produk Miaouw Craft?
Bisa, asal ditingkatkan daya tariknya untuk menyesuaikan dengan pasar.
10. Jika Miaouw Craft memiliki brand profile yang lebih profesional, apakah itu akan mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli produk mereka?
Tentu, brand profile yang profesional dapat menjadi media informasi yang baik.
Menurut anda, apakah media pendukung yang paling cocok digunakan untuk branding Miaouw Craft, dalam penjualan maupun pameran?
Brosur, paper bag, perlu diperkuat.
11. Menurut anda, seberapa penting visual berkarakter bertema batik dicantumkan dalam visual brand pada media branding untuk memperkuat citra brand Miaouw Craft?
Sangat penting, untuk menunjukkan keunikan dan karakteristik 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

D. Preference

1. Menurut anda, elemen visual apa yang paling penting untuk dimuat dalam media branding?
Semua unsur penting: ilustrasi, warna, layout, dan kalimat-kalimat menarik.
2. Menurut anda, apakah ilustrasi batik dapat menjadi elemen visual yang tepat untuk merepresentasikan Miaouw Craft? Jika iya, ilustrasi batik seperti apa yang paling cocok?
Iya, ilustrasi batik khas Betawi seperti ondel-ondel dan gigi balang, serta bisa dipadukan dengan batik daerah lain agar variatif.
3. Menurut anda, gaya visual seperti apa yang harus ditampilkan dalam ilustrasi batik pada media branding Miaouw Craft?
Modern, dengan warna pastel yang menarik dan kekinian.
4. Menurut anda, gaya warna seperti yang paling cocok untuk dituangkan dalam ilustrasi batik serta menggambarkan Miaouw Craft?
Soft, warna yang kalem namun tetap berwarna.
5. Menurut anda, kombinasi warna mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam branding Miaouw Craft?
Warna pastel yang lembut dan menarik.
6. Menurut anda, jenis font apa yang cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft, serta memiliki keterbacaan yang baik?
Pilih font tanpa kait (sans serif) untuk keterbacaan yang baik dan tampilan yang modern.
7. Menurut anda, layout seperti apa yang paling cocok dalam brand profile book Miaouw Craft, serta memudahkan anda dalam memahami isi?
Dinamis dan modern, agar menarik perhatian pembaca.
8. Menurut anda, informasi apa saja yang penting dicantumkan Miaouw Craft dalam brand profile book?
Sejarah, alasan mendirikan brand, dan latar belakangnya.
9. Menurut anda, informasi apa yang paling penting dicantumkan dalam media branding pendukung Miaouw Craft?



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

Kontak person dan harga agar memudahkan konsumen mendapatkan informasi.

Transkrip Wawancara B2B

Responden: JakPreneur

A. Demografi

1. Nama perusahaan/instansi/brand: Rina Sitorus (JakPreneur)
2. Posisi/Jabatan: Pendamping
3. Bidang Usaha: Pendampingan dan pengelolaan UMKM
4. Lokasi: Jakarta
5. Lama perusahaan bekerja sama: Sejak 2019

B. Behavior Penyelenggara Event

1. Seberapa sering perusahaan Anda bekerja sama dengan UMKM kerajinan tangan bertema batik nusantara dalam penyelenggaraan event?
Telah terjadi kolaborasi (termasuk dengan Miaouw Craft sejak 2019).
2. Faktor apa yang paling penting dalam memilih brand atau UMKM sebagai mitra dalam sebuah event?
Branding dan keunikan/ciri khas produk.
3. Apakah ada banyak permintaan dari pengunjung atau peserta event terhadap produk batik dan kerajinan tangan?
Tidak ada, pemilihan produk bersifat random.
4. Biasanya Anda mengetahui informasi UMKM melalui apa?
UMKM datang langsung ke instansi sebagai binaan.
5. Apa faktor utama yang dipertimbangkan sebelum bekerja sama dengan UMKM produk kerajinan tangan berbasis batik?
Kualitas produk.

C. Insight

1. Apakah Anda mengetahui UMKM Miaouw Craft sebelumnya? Jika ya, dari mana Anda mengetahuinya?
Ya, sejak 2019, karena merupakan binaan Jakpreneur.



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Apa faktor utama yang membuat Anda tertarik bekerja sama dengan UMKM seperti Miaouw Craft?
Keunikan produk.
3. Menurut Anda, apakah produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara dari Miaouw Craft cukup menarik bagi pelanggan Anda?
Cukup menarik karena memiliki keunikan dan ciri khas, seperti tas yang dikombinasikan dengan batik.
4. Apa kesan Anda saat melihat produk Miaouw Craft?
Produk memiliki ciri khas dan kombinasi menarik antara produk dan batik.
5. Menurut Anda, apakah branding yang dilakukan Miaouw sudah merepresentasikan brand dan memperkenalkan brand beserta produknya dengan baik?
Sudah cukup baik.
6. Menurut Anda, apakah brand profile Miaouw Craft sudah mencirikan karakter brand dengan baik? Jika belum, alasannya?
Sudah cukup menarik dari sisi desain dan informasi.
7. Seberapa penting brand profile dalam membantu Anda menilai kredibilitas UMKM sebelum bekerja sama?
Sangat membantu dalam menilai kredibilitas UMKM.
8. Apa saja elemen yang menurut Anda harus ada dalam brand profile book agar menarik bagi mitra bisnis?
Informasi, foto, ilustrasi
9. Apakah Anda pernah menggunakan brand profile UMKM sebagai bahan pertimbangan utama dalam bekerja sama? Jika iya, apa yang membuat brand profile tersebut efektif?
Iya, brand profile digunakan sebagai bahan pertimbangan.
10. Menurut Anda, apakah media pendukung yang paling cocok digunakan untuk branding Miaouw Craft, dalam penjualan maupun pameran?
Business Card, brosur, dan paperbag cukup menarik.
11. Menurut Anda, seberapa penting visual berkarakter bertema batik dicantumkan dalam visual brand pada media branding untuk memperkuat



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

citra brand Miaouw Craft?

Sangat penting, dapat merepresentasikan brand dengan baik.

D. Preference

1. Elemen visual apa yang paling penting untuk dimuat dalam media branding?
Warna, layout, dan foto.
2. Apakah ilustrasi batik dapat menjadi elemen visual yang tepat untuk merepresentasikan Miaouw Craft?
Ya, bisa merepresentasikan dengan baik.
3. Ilustrasi batik seperti apa yang paling cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft dan dicantumkan dalam media branding?
Batik dari Jakarta bisa menjadi fokus, sedangkan unsur Nusantara sebagai pelengkap.
4. Gaya visual seperti apa yang harus ditampilkan dalam ilustrasi batik pada media branding Miaouw Craft?
Modern
5. Gaya warna seperti yang paling cocok untuk dituangkan dalam ilustrasi batik serta menggambarkan Miaouw Craft?
Warna cerah.
6. Kombinasi warna mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam branding Miaouw Craft?
Warna cerah.
7. Jenis font apa yang cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft, serta memiliki keterbacaan yang baik?
Font dinamis, tanpa kait (kemungkinan sans-serif).
8. Layout seperti apa yang paling cocok dalam brand profile book Miaouw Craft, serta memudahkan Anda dalam memahami isi?
Layout modern.
9. Informasi apa saja yang penting dicantumkan Miaouw Craft dalam brand profile book?
Katalog produk.



© 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

10. Informasi apa yang paling penting dicantumkan dalam media branding pendukung Miaouw Craft?
Tidak disebutkan secara eksplisit, namun mengarah pada kontak atau logo berdasarkan konteks.

Responden: Dekranasda

A. Demografi

1. Nama: Rina Nadianti (Dekranasda)
2. Perusahaan/Instansi/Brand: Dekranasda Jakarta Utara
3. Posisi/Jabatan: Sekretaris II, bagian umum dan protokol
4. Bidang Usaha: Kerajinan tangan, pengembangan UMKM
5. Wilayah: Jakarta Utara
6. Lama bekerja sama dengan Miaouw Craft: Hampir 3 tahun

B. Behavior Penyelenggara Event

1. Seberapa sering perusahaan Anda bekerja sama dengan UMKM kerajinan tangan bertema batik nusantara dalam penyelenggaraan event?
Dalam satu tahun sekitar 3–5 kali secara acak.
2. Faktor apa yang paling penting dalam memilih brand atau UMKM sebagai mitra dalam sebuah event?
Keunikan produk dan branding.
3. Apakah ada banyak permintaan dari pengunjung atau peserta event terhadap produk batik dan kerajinan tangan?
Tidak ada permintaan khusus dari pengunjung, UMKM ditampilkan secara bergiliran agar adil.
4. Biasanya Anda mengetahui informasi UMKM melalui apa?
Melalui data dari Sudin PPUKM.
5. Apa faktor utama yang dipertimbangkan sebelum bekerja sama dengan UMKM produk kerajinan tangan berbasis batik?
Kemasan, keunikan, branding, dan rekam jejak pameran.

C. Insight

1. Apakah Anda mengetahui UMKM Miaouw Craft sebelumnya? Jika ya, dari mana Anda mengetahuinya?



© 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

- Ya, dari proses kurasi UMKM binaan Dekranasda.
2. Apa faktor utama yang membuat Anda tertarik bekerja sama dengan UMKM seperti Miaouw Craft?
Keunikan produk dan kemajuan yang konsisten setiap tahun.
 3. Menurut Anda, apakah produk kerajinan tangan bertema batik Nusantara dari Miaouw Craft cukup menarik bagi para visitor event? Berikan alasannya.
Cukup menarik dan laris, motifnya sudah beragam.
 4. Apa kesan Anda saat melihat produk Miaouw Craft?
Produk menarik, semoga terus berkembang dan lebih cantik.
 5. Menurut Anda, apakah branding yang dilakukan Miaouw sudah merepresentasikan brand dan memperkenalkan brand beserta produknya dengan baik, serta cukup menarik pelanggan?
Sudah cukup baik, aktif di media sosial dan sering mengikuti pameran.
 6. Menurut Anda, apakah brand profile berikut sudah mencirikan Miaouw Craft dengan baik? Jika belum, alasannya?
Belum sepenuhnya, karena belum ada kunjungan ke workshop untuk melihat proses produksinya.
 7. Seberapa penting brand profile dalam membantu Anda menilai kredibilitas UMKM sebelum bekerja sama?
Penting, karena menjadi bagian dari data dan rekod institusi.
 8. Apa saja elemen yang menurut Anda harus ada dalam brand profile book agar menarik bagi mitra bisnis?
Foto produk, penempatan visual yang tepat, dan kemasan.
 9. Apakah Anda pernah menggunakan brand profile UMKM sebagai bahan pertimbangan utama dalam bekerja sama? Jika iya, apa yang membuat brand profile tersebut efektif?
Ya, elemen visual yang menarik dan informatif.
 10. Menurut Anda, apakah media pendukung yang paling cocok digunakan untuk branding Miaouw Craft, dalam penjualan maupun pameran?
Brosur, business card, dan paperbag, dinilai menarik untuk pameran.



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

11. Menurut Anda, seberapa penting visual berkarakter bertema batik dicantumkan dalam visual brand pada media branding untuk memperkuat citra brand Miaouw Craft?

Penting, karena batik merupakan ciri khas produk Miaouw Craft.

D. Preference

1. Menurut Anda, elemen visual apa yang paling penting untuk dimuat dalam media branding?

Foto produk dan kemasan.

2. Menurut Anda, apakah ilustrasi batik dapat menjadi elemen visual yang tepat untuk merepresentasikan Miaouw Craft? Jika iya, ilustrasi batik seperti apa yang paling Anda sukai dan sering temui?

Ilustrasi batik bisa tepat, dengan tema Batik Nusantara secara umum.

3. Menurut Anda, ilustrasi batik seperti apa yang paling cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft dan dicantumkan dalam media branding?

Batik tradisional khas Nusantara.

4. Menurut Anda, gaya visual seperti apa yang harus ditampilkan dalam ilustrasi batik pada media branding Miaouw Craft?

Modern, agar mengikuti perkembangan zaman.

5. Menurut Anda, gaya warna seperti apa yang paling cocok untuk dituangkan dalam ilustrasi batik serta menggambarkan Miaouw Craft?

Warna cerah dan colorful.

6. Menurut Anda, kombinasi warna mana yang paling sesuai untuk digunakan dalam branding Miaouw Craft?

Berwarna.

7. Menurut Anda, jenis font apa yang cocok untuk menggambarkan Miaouw Craft, serta memiliki keterbacaan yang baik?

Font yang modern dan jelas (sans serif).

8. Menurut Anda, layout seperti apa yang paling cocok dalam brand profile book Miaouw Craft, serta memudahkan Anda dalam memahami isi?

Layout modern dengan banyak foto.



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

9. Menurut Anda, informasi apa saja yang penting dicantumkan Miaouw Craft dalam brand profile book?
Katalog produk.
10. Menurut Anda, informasi apa yang paling penting dicantumkan dalam media branding pendukung Miaouw Craft?
Kontak dan akun media sosial, disertai foto produk.





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 3 Transkrip Testing

Ibu Mia –Pemilik Miaouw Craft

1. Apa kesan visual pertama yang Anda dapat setelah melihat brand profile book ini?
Desain ini dinilai sangat merepresentasikan karakter brand. Kesan elegan langsung terasa, dipadukan dengan nuansa batik Nusantara yang kuat dan menyatu dengan tampilan keseluruhan.
2. Apakah desain sudah mencerminkan branding dan identitas visual Miaouw Craft?
Sudah mencerminkan branding dengan baik. Motif batik tampil menonjol, warna terlihat pas dan kontras, dan keseluruhan visual terasa selaras dengan identitas brand.
3. Bagaimana Anda menilai aspek visual seperti warna, font, motif, dan layout?
Warna dinilai sudah cocok dan kontras. Font terlihat bagus serta mudah dibaca. Namun, ia menyarankan agar elemen frame diganti karena saat ini belum cukup mendukung fokus produk.
4. Seberapa terbaca teks dalam media ini?
Font sudah terbaca dengan baik, dengan tata letak yang mendukung kenyamanan baca.
5. Apakah media ini sudah cocok untuk digunakan sebagai alat komunikasi B2B dan B2C?
Ya, desain sudah cukup representatif dan profesional untuk kedua segmen, dengan sedikit penyempurnaan di bagian visual produk agar lebih fokus.

Chairul Zaman – Praktisi Desain

1. Apa kesan visual pertama Anda setelah melihat desain ini?
Kesan elegan langsung terasa. Desain memperlihatkan kekayaan visual batik Nusantara dan mendukung tema galeri seni.
2. Apakah desain sudah mencerminkan branding dan identitas brand?



© 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

Ya, penggunaan warna, tekstur, dan efek shadow menunjukkan karakter brand yang profesional dan kreatif.

3. Bagaimana penilaian Anda terhadap warna, font, dan layout?
Warna sudah cukup sesuai dan kontras, font terbaca jelas, namun perlu penguatan kontras pada beberapa bagian teks. Layout rapi dan menyatu.
4. Bagaimana dengan keterbacaan?
Secara umum sudah baik, tetapi beberapa bagian perlu perbaikan kontras agar teks lebih jelas terbaca.
5. Apakah media ini efektif untuk B2B dan B2C?
Sudah tepat, karena menyajikan informasi secara jelas dan visual yang menarik untuk konsumen serta mitra bisnis. Hanya saja, katalog produk perlu ditambah detail bahan atau zoom agar lebih informatif.

Puput Ardrhila – Konsumen B2C (22 tahun)

1. Kesan visual pertama setelah melihat desain?
Tampilan terasa feminin dan elegan, dengan nuansa batik yang kuat serta halaman yang bervariasi menampilkan keberagaman batik Nusantara.
2. Apakah desain mencerminkan branding?
Ya, cocok dengan target audiens B2C, visualnya lembut, elegan, dan konsisten.
3. Penilaian terhadap warna, font, dan layout?
Warna pastel dan gradasi mendukung kesan brand. Font terbaca jelas dan tidak terlalu kecil, tapi menyarankan agar warna judul bab diseragamkan.
4. Bagaimana keterbacaannya?
Baik, spasi cukup dan teks terbaca. Hanya perlu sedikit perbaikan warna di beberapa bagian.
5. Cocokkah digunakan untuk alat komunikasi B2C dan B2B?
Cocok untuk B2C. Untuk B2B masih perlu informasi tambahan agar lebih profesional, seperti penjelasan bahan produk.

Marsha Fritanya Likumahwa – Konsumen B2C (23 tahun)

1. Apa kesan visual utama yang Anda rasakan?



© 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 satu 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

Kesan batik dan elegansi sangat kuat, tampilan bersih, dan tidak berlebihan.

2. Apakah branding sudah tepat?
Ya, desainnya profesional dan mencantumkan harga, menjadikannya menarik untuk konsumen.
3. Bagaimana visual dan keterbacaan?
Warna toska dan tone hangat tampil selaras. Font terbaca karena ukurannya pas dan kontrasnya cukup baik.
4. Saran atau masukan?
Foto perlu diberi brightness dan highlight agar lebih jelas.

Salwa Arini – Konsumen B2C (22 tahun)

1. Kesan visual utama setelah melihat desain?
Identitas UMKM batik sangat terasa. Supergrafis dan motif familiar mendukung nuansa Nusantara.
2. Apakah desain sudah mencerminkan branding?
Sudah sangat sesuai, modern dan tetap mengangkat budaya lokal.
3. Bagaimana dengan warna dan tipografi?
Warna dan tata letak selaras, tipografi hierarkis dan terbaca dengan baik.
4. Saran tambahan?
Bahasa Inggris sebaiknya diitalic, dan ruang kosong di awal bisa diisi konten relevan. Judul bab juga bisa diringkas.

Linda Saputri – Konsumen B2C (22 tahun)

1. Apa kesan pertama yang didapat dari desain?
Tampilan modern dan clean, ruang kosong memberi kenyamanan visual.
2. Apakah desain sudah sesuai dengan brand?
Ya, pattern batik mendukung branding, layout rapi dan tidak tabrakan antara teks dan foto.
3. Bagaimana visualnya secara keseluruhan?
Warna dan font konsisten, keterbacaan baik
4. 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Menyarankan penambahan fitur seperti paper engineering agar lebih interaktif.

Amalia Chairida – Konsumen B2C (31 tahun)

1. Kesan visual yang Anda rasakan?
Motif batik langsung menonjol dan cocok dengan produk. Desain terasa elegan dan modern.
2. Apakah branding sudah sesuai?
Media menjangkau profesional maupun personal.
3. Bagaimana pendapat Anda tentang visualnya?
Ya, font variatif dan mudah dibaca, ukuran pas, dan layout tidak monoton.
4. Saran tambahan?
Foto perlu dibuat lebih cerah agar lebih eye-catching.

Anisa Nurmadinah – Konsumen B2C (38 tahun)

1. Apa kesan utama dari desain?
Produk langsung menonjol, dan penggunaan warna pastel memberi kesan modern yang sesuai tren visual.
2. Bagaimana dengan brandingnya?
Batik Nusantara sudah berasa cukup kuat
3. Bagaimana visual secara umum?
Font terbaca jelas, motif menyatu tanpa kesan dipaksakan. Layout tertata dan rapi.
4. Saran tambahan?
Ruang kosong bermotif sebaiknya diisi info tambahan. Informasi bahan dan ukuran produk juga perlu dilengkapi. Disarankan juga menandai produk best seller.

Rina Sitorus – Mitra B2B, JakPreneur

1. Bagaimana kesan umum terhadap desain brand profile book?
Sudah cukup elegan dan profesional. Struktur antar bab jelas dan font cukup terbaca.
2. Apakah desain sudah sesuai untuk branding B2B?



© 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Ya, sudah tepat. Namun, disarankan agar warna dibuat lebih cerah dan media digital diberi fitur interaktif agar lebih mudah diakses mitra.

3. Bagaimana visual dan keterbacaannya?

Visual sudah oke, mudah untuk dibaca juga.

4. Saran dan tambahan?

Warnanya dicerahkan

Ega Askastiadi – Mitra B2B, Pemprov Jakarta, Kelurahan

1. Apa pendapat Anda terhadap brand profile book Miaouw Craft?

Sudah memperkenalkan produk dengan baik. Motif batik terlihat variatif, dan kombinasi warna cerah membuat desain lebih menarik.

2. Apakah visual dan layout mendukung kebutuhan B2B?

Teks elegan dan mudah dibaca. Tata letaknya rapi dan cocok digunakan sebagai portofolio untuk kegiatan bazar dan pameran.

3. Visual dan keterbacaan?

Sudah oke dan sesuai

4. Saran dan tambahan?

Tidak ada, karena semuanya sudah terlihat bagus dan terstruktur

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

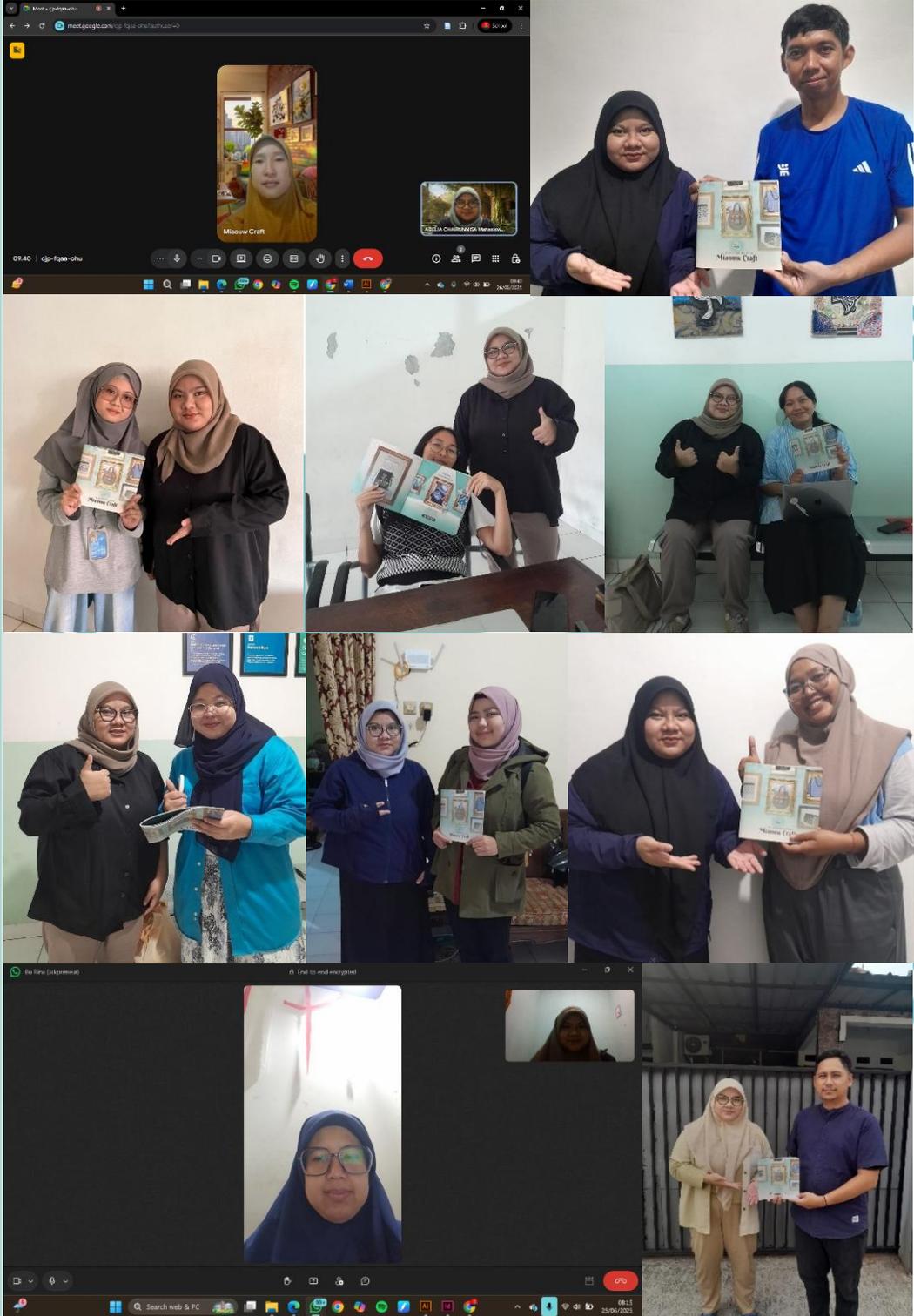


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Dokumentasi Testing

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 Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:102992898

PAPER NAME	AUTHOR
DG8B_Adelia Chairunnisa_Perancangan Brand Profile Book UMKM Miaouw Craft sebagai Media Branding untu	Adelia Chairunnisa
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
22616 Words	144358 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
100 Pages	4.1MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jun 30, 2025 12:21 PM GMT+7	Jun 30, 2025 12:25 PM GMT+7

● 2% Overall Similarity

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

- 2% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

- 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 satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
 2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

ADELIA CHAIRUNNISA

Jakarta Timur, DKI Jakarta, 17320

+6283876607652 – chairunnisaadelia4@gmail.com

<https://www.linkedin.com/in/adelia-chairunnisa-18894a290/>

An Undergraduate Graphic Design student at Politeknik Negeri Jakarta who is a goal-oriented Graphic Designer that can make decisions quickly and responsively, with expertise in creative thinking, manage deadline, and can work as a team and understand the team well. The creative ability to create and develop design concepts is the main advantage that is expected to support and complement design skills in a career. Currently has an interest in advertising, branding, illustration, and social media design.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta | Graphic Design | GPA: 3.88/4.00 **2021-present**
Natural Science | SMAN 105 Jakarta **2018-2021**

EXPERIENCE

Graphic Designer Intern (MSIB) | PT Hacktivate Teknologi Indonesia **February 2024 – June 2024**

- Create designs for Instagram hacktiv8 and reskill in the form of carousel feeds and stories, by applying the Company's brand guidelines
- Has responsibility for designing and editing advertising visuals or video for Hacktiv8's Instagram and YouTube content
- Editing video to become quality content for social media needs such as reels, teasers and podcasts
- Create simple motion graphics for company digital promotional needs
- Help the event team to design digital and promotional media
- Coordinate and collaborate with marketing division interns to create interesting content that can promote the company well, and can be completed on time

Speaker | P2MD Poder The Chile **October 2023**

- Provide knowledge about the basics of design, such as the definition of design, the elements used in design, and the principles of design.
- Sharing tips and tricks about implementing design in print media specifically packaging and digital media for social media design.
- Teaching the use of Canva application.

Speaker | DEBARAN ANJANGSANA SOSIAL **May 2023**

- Provide knowledge about the basics of design, such as the definition of design, the elements used in design, and the principles of design.
- Sharing tips and tricks about implementing design in print media or digital media
- Teaching basic Adobe Illustrator usage tutorials.

Hak Cipta :

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

Staff of HPD Division | PMPO ANJANGSANA SOSIAL

November 2022 – January 2023

- Designing visuals for 29 Instagram feeds, as well as templates for Instagram reels and stories.
- Layouting a creative proposal to secure sponsorship for fundraising needs.
- Captured high-quality photo and video for documentation and after-movie asset.

Volunteer of Content Creative Division | P2MD The Power of Oil

August 2022 – December 2022

- Assist members of the content creative division to create content and designs.
- Create packaging labels for branding and product sales needs.

Staff of HPD Division | OPEN RECRUITMENT ANJANGSANA SOSIAL

August 2022 – December 2022

- Create promotional media to widely disseminate information about the activities.
- Coordinate with the team to design content to ensure the continuity of program.
- Publish promotional content to attract new students to join the organization.

Staff of HPD Division | TALKSHOW ELYSIAN ANJANGSANA SOSIAL

May 2022 – July 2022

- Layouting talk show poster and promote it on social media.
- Designing print media to support event needs and team members.

Head of HPD Division | EDUFUN ANJANGSANA SOSIAL

March 2022 – May 2022

- Responsible for verifying the alignment of design, information, and layout of visual elements with the event's design concept.
- Cooperate and collaborate with other divisions and team members to align designs.
- Designing for 23 Instagram feeds and publish to social media.
- Create a timeline for Instagram content with the team to make it more structured and organized.
- Distributing tasks and directing staff to create designs according to the requests or prepared brief.

ORGANIZATION

Internal Supervisory Unit of Kominfo Department | ANJANGSANA SOSIAL PNJ

March 2024 – May 2025

- Guiding the new cabinet management unit regarding the tasks and responsibilities.
- Monitoring the performance of the kominfo department members in making decisions and executing agendas or activities
- Provide suggestions based on experience regarding the agenda implemented by the members of Kominfo.
- Create designs such as greeting cards and posters to appreciate and entertain the members of the organization.

Head of Design Divisions | ANJANGSANA SOSIAL PNJ

March 2023 – February 2024

- Designing a logo for the new cabinet period of the organization.
- Determining the cabinet's brand guidelines, including colors, visual elements, and typography, aligned with the organizational identity to be showcased
- Planning agendas and timelines for publication and organizational purposes.



© 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 satu 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

- Creating content and enhancing the visuals with attractive design to brand the organization through social media.
- Collaborate with other team members and departments to align designs.
- Supervise division members and control the division agenda.

Staff of Design Divisions | ANJANGSANA SOSIAL PNJ

October 2021 – February 2022

- Create designs for Instagram feeds, Instagram stories, and publish to social media.
- Actively participate in every agenda and work program of the organization.

PROJECT

Final Project (5th Semester)

September 2023 – January 2024

- Create the "Baratie" brand by designing brand identity and product visuals, which will then be promoted on social media and sold after the stages of product packaging design, cost calculation, as well as product production and packaging.

DG Berkemas

July 2023 – September 2023

- Design packaging as a form of product branding for Savanna Laweh, emphasizing the product's advantages through visuals applied in the design.

Final Project (4th Semester)

March 2023 - August 2023

- Collaborate and redesign the Company Profile featuring the products or services offered by Unit Bisnis PNJ, highlighting the client's advantages and unique characteristics.

Final Project (3rd Semester)

September 2022 – February 2023

- Created food packaging for the PNJ canteen according to the brief provided by the client.

Final Project (2nd Semester)

March 2022 – August 2022

- Re-branding for Krilla as a client, by creating a new packaging and promotional media in the form of advertisement posters.

COURSE AND CERTIFICATION

MySkill (October 2023)

Short Class: Canva for Design

SKILLS

Technical Skills: Adobe (Illustrator, Photoshop, InDesign, After Effect, Premiere Pro); Canva; Capcut; MediBang; Blender; 3ds Max; MS Office (Word, Excel, PowerPoint)

Soft Skills: Adaptive, Collaborative, Communicative, Problem-solving, Creative and Critical Thinking, Teamwork

Languages: Indonesian (Native); English (intermediate)

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA