



© 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 MEDIA PROMOSI  
RUMAH MAKAN OMAH OONG  
UNTUK MEMPERKUAT CITRA *BRAND***



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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Oleh:  
**MAHENDRA ARYA PUTRA**  
**2106421035**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2025**



## © 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 PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Rumah Makan Omah  
Oong Untuk Memperkuat Citra Brand  
Penulis : Mahendra Putra Arya  
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, 25 Juni 2025

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

Andriyanto, S.E., M.Kom  
NIP. 23272015100119730629

Dosen Pembimbing II

Amalia Rizky Eatonah, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI  
RUMAH MAKAN OMAH OONG  
UNTUK MEMPERKUAT CITRA BRAND

Oleh:

Mahendra Arya Putra  
2106421035

Disahkan:  
Depok, 16 Juli 2025

Penguji I

 17/7/25

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

Penguji II



Deli Silvia, S.Si., M.Sc  
NIP. 198408192019032012

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Kepala Program Studi



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

Ketua Jurusan  
Teknik Grafika Penerbitan

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



**Hak Cipta :**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumunkan 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 Media Promosi Rumah Makan Omah Oong  
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,  
Yang menyatakan,



Mahendra Arya Putra  
2106421035



**Hak Cipta :**

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

**ABSTRAK**

Rumah Makan Omah Oong sebagai pelaku usaha kuliner lokal menghadapi tantangan dalam membangun citra *brand* yang kuat untuk bersaing di tengah ketatnya persaingan pasar. Permalahan yang dihadapi Omah Oong terletak pada media promosi yang kurang informatif dan kurang menarik secara visual, sehingga kurang efektif dalam meningkatkan pengalaman pelanggan serta memperkuat citra *brand* Omah Oong. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi cetak yang informatif dan menarik secara visual agar mampu memperkuat citra *brand* Omah Oong. Penelitian ini menggunakan metode campuran, dengan melakukan observasi, wawancara, kuesioner, serta analisis SWOT dan kompetitor. Proses perancangan dilakukan melalui tahapan mind mapping, penyusunan moodboard, pembuatan sketsa alternatif, digitalisasi desain, hingga finalisasi media promosi. Hasil akhir berupa buku menu, brosur, dan X-banner dirancang dengan pendekatan visual yang menyesuaikan citra *brand* Omah Oong dengan menggabungkan elemen tradisional dengan gaya modern, pemilihan warna hangat, ilustrasi khas makanan Nusantara, dan tipografi yang ramah. Perancangan ini diharapkan mampu meningkatkan daya tarik visual media promosi dan menjadi solusi strategis dalam komunikasi pemasaran rumah makan Omah Oong.

**Kata kunci:** Buku Menu, Media Promosi, Usaha Kuliner



**Hak Cipta :**

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

**ABSTRACT**

*Omah Oong Restaurant as a local culinary business player faces challenges in building a strong brand image to compete amidst tight market competition. The problems faced by Omah Oong lie in promotional media that are less informative and less visually appealing, making them less effective in improving customer experience and strengthening the Omah Oong brand image. This study aims to design informative and visually appealing print promotional media in order to strengthen the Omah Oong brand image. This study uses a mixed method, by conducting observations, interviews, questionnaires, and SWOT and competitor analysis. The design process is carried out through the stages of mind mapping, compiling mood boards, making alternative sketches, digitizing designs, and finalizing promotional media. The final results in the form of menu books, brochures, and X-banners are designed with a visual approach that adapts the Omah Oong brand image by combining traditional elements with a modern style, choosing warm colors, typical Nusantara food illustrations, and friendly typography. This design is expected to be able to increase the visual appeal of promotional media and become a strategic solution in the marketing communications of the Omah Oong restaurant.*

**Keywords:** *Culinary Business, Menu Book, Promotional Media*



**Hak Cipta :**

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

## PRAKATA

Puji dan syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini yang berjudul *“Perancangan Media Promosi Rumah Makan Omah Oong Untuk Memperkuat Citra Brand”*. Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunannya, banyak pihak telah membantu dan memberikan dukungan, sehingga dengan hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, apresiasi disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Andriyanto, S.E., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I
5. Amalia Rizky Fatonah, M.I. Kom., selaku Dosen Pembimbing II
6. Kedua orang tua tercinta, atas segala doa, dan kasih sayang, dalam mendampingi penulis selama proses menyelesaikan tugas akhir ini.
7. Pak Michael selaku pemilik Rumah Makan Omah Oong, yang telah bersedia untuk menjadi klien dalam project perancangan Media Promosi untuk tugas akhir ini.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dalam hal isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati.

Depok, Juli 2025

Mahendra Arya Putra

2106421035



**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 .....                             | viii |
| DAFTAR GAMBAR .....                          | x    |
| DAFTAR TABEL .....                           | xi   |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                        | xii  |
| BAB I PENDAHULUAN .....                      | 1    |
| 1.1 Latar Belakang .....                     | 1    |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                    | 3    |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....           | 3    |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat .....                 | 4    |
| 1.5 Sistematika Penulisan .....              | 4    |
| BAB II METODE PERANCANGAN .....              | 6    |
| 2.1 Media Promosi .....                      | 6    |
| 2.2 Desain Grafis .....                      | 7    |
| 2.3 Tipografi .....                          | 10   |
| 2.4 Layout .....                             | 13   |
| 2.5 Warna .....                              | 16   |
| 2.6 <i>Grid</i> .....                        | 18   |
| 2.7 <i>Design Thinking</i> .....             | 21   |
| BAB III METODE PERANCANGAN .....             | 22   |
| 3.1 Metode Penelitian .....                  | 22   |
| 3.2 Data dan Analisis .....                  | 25   |
| 3.3 Arahkan Kreatif .....                    | 34   |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....            | 36   |
| 4.1 Konsep Visual .....                      | 36   |
| 4.2 Proses Desain .....                      | 38   |
| 4.3 Hasil Testing .....                      | 52   |



**Hak Cipta :**

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

|                     |                            |    |
|---------------------|----------------------------|----|
| 4.4                 | Media Turunan .....        | 52 |
| 4.5                 | Pertimbangan Produksi..... | 54 |
| BAB V PENUTUP.....  |                            | 56 |
| 5.1                 | Kesimpulan .....           | 56 |
| 5.2                 | Saran .....                | 57 |
| DAFTAR PUSTAKA..... |                            | 58 |
| LAMPIRAN.....       |                            | 60 |





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR GAMBAR**

|                                                       |    |
|-------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1. 1 Buku Menu Omah Oong yang tersedia .....   | 2  |
| Gambar 2. 1 Penggunaan Fotografi dalam Buku Menu..... | 9  |
| Gambar 2. 2 Contoh Font Serif.....                    | 10 |
| Gambar 2. 3 Contoh Font Sans Serif .....              | 11 |
| Gambar 2. 4 Contoh Font Script .....                  | 12 |
| Gambar 2. 5 Ilustrasi penerapan Sequence .....        | 13 |
| Gambar 2. 6 Ilustrasi penerapan Emphasis.....         | 14 |
| Gambar 2. 7 Ilustrasi penerapan Balance.....          | 15 |
| Gambar 2. 8 Ilustrasi penerapan Unity .....           | 15 |
| Gambar 2. 9 Tiga karakteristik warna.....             | 16 |
| Gambar 2. 10 Manuscript Grid .....                    | 19 |
| Gambar 2. 11 Column Grid .....                        | 19 |
| Gambar 2. 12 Modular Grid.....                        | 20 |
| Gambar 2. 13 Hierarchical Grid.....                   | 20 |
| Gambar 3. 1 Logo Rumah Makan Omah Oong .....          | 26 |
| Gambar 3. 2 Rumah Makan Asli Laksa Cibinong .....     | 28 |
| Gambar 3. 3 Soto Bogor BageUr.....                    | 29 |
| Gambar 3. 4 Laksa Cibinong RM Pengharapan .....       | 30 |
| Gambar 4. 1 Mind map Omah Oong.....                   | 37 |
| Gambar 4. 2 Moodboard Omah Oong .....                 | 38 |
| Gambar 4. 3 Alternatif Sketsa 1.....                  | 39 |
| Gambar 4. 4 Alternatif Sketsa 2.....                  | 40 |
| Gambar 4. 5 Alternatif Sketsa 3.....                  | 40 |
| Gambar 4. 6 Alternatif Sketsa 4.....                  | 41 |
| Gambar 4. 7 Alternatif Sketsa 5.....                  | 41 |
| Gambar 4. 8 Desain Komprehensif 1.....                | 42 |
| Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 2.....                | 43 |
| Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 3.....               | 44 |
| Gambar 4. 11 FAW Cover .....                          | 44 |
| Gambar 4. 12 FAW halaman 1-4.....                     | 45 |
| Gambar 4. 13 FAW halaman 5-8.....                     | 45 |
| Gambar 4. 14 FAW halaman 9-12.....                    | 45 |
| Gambar 4. 15 Palet Warna .....                        | 46 |
| Gambar 4. 16 Ilustrasi Pattern Daun.....              | 48 |
| Gambar 4. 17 Font NFL Saints Regular .....            | 49 |
| Gambar 4. 18 Mockup Cover.....                        | 50 |
| Gambar 4. 19 Buku halaman 1-3 .....                   | 51 |
| Gambar 4. 20 Buku halaman 4-7 .....                   | 51 |
| Gambar 4. 21 Buku halaman 8-11 .....                  | 51 |
| Gambar 4. 22 Brosur Trifold .....                     | 53 |
| Gambar 4. 23 Brosur Trifold Terbuka .....             | 53 |
| Gambar 4. 24 X-Banner.....                            | 54 |



**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 Tabel analisis kompetitor ..... | 31 |
| Tabel 3. 2 Matrix SWOT .....               | 33 |
| Tabel 3. 3 Creative Brief.....             | 34 |





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR LAMPIRAN**

- Lampiran 1 Lembar Bimbingan Teknis
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan Materi
- Lampiran 3 Transkrip Wawancara
- Lampiran 4 Hasil Kuesioner
- Lampiran 5 Transkrip Testing
- Lampiran 6 Hasil Tes Plagiarisme
- Lampiran 7 *Curriculum Vitae*





Hak Cipta :

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

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang

Kuliner di Indonesia memegang peranan penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional. Sebagai bagian dari ekonomi kreatif, subsektor ini memberikan kontribusi besar terhadap Produk Domestik Bruto (PDB), khususnya selama masa pandemi COVID-19. Tercatat bahwa pada tahun 2021, sektor kuliner menyumbang sekitar 43,29% dari total PDB ekonomi kreatif di Indonesia. Data ini menunjukkan bahwa bidang kuliner menjadi salah satu pilar utama dalam menggerakkan roda ekonomi kreatif di tanah air (Bernika & Monika, 2024).

Namun, seiring dengan pertumbuhan tersebut, persaingan dalam industri kuliner semakin ketat. Banyaknya pelaku usaha yang menawarkan berbagai jenis makanan menuntut setiap bisnis untuk memiliki strategi yang unik dan efektif guna menarik perhatian konsumen. Dalam konteks ini, desain grafis memegang peranan penting dalam membentuk identitas visual yang kuat dan meningkatkan citra *brand*. Desain yang menarik dan konsisten dapat membuat sebuah merek lebih mudah dikenali dan diingat oleh konsumen (Saputri, Fianty & Dewi 2023). Selain itu, desain yang baik juga dapat meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Penelitian menyatakan bahwa meningkatkan citra *brand* dengan pendekatan desain grafis pada UMKM Macnfish.id berhasil meningkatkan daya saing produk dan menjangkau pasar yang lebih luas melalui media sosial dan promosi visual yang menarik (Purnomo et al., (2021).

Perubahan tren pemasaran dan perkembangan pasar saat ini menuntut bisnis kuliner untuk lebih adaptif dan inovatif dalam menyampaikan pesan merek mereka kepada konsumen. Media promosi yang menarik dan informatif dapat menjadi alat efektif dalam meningkatkan *brand* dan menarik minat konsumen, terutama generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap elemen visual yang kreatif dan modern. Meskipun media elektronik dan digital semakin dominan, media cetak masih memiliki keunggulan dalam menyampaikan informasi secara detail dan



## © 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

terperinci. Media cetak dapat mempertahankan relevansinya dengan fokus pada kualitas konten dan strategi pemasaran yang tepat (Azizah Hanum, 2023). Di sisi lain, efektivitas media promosi cetak juga masih memiliki relevansi tinggi dalam strategi komunikasi pemasaran. Media cetak masih memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan daya tarik dan penjualan. Dalam penelitian tersebut, media brosur memberikan kontribusi nyata terhadap efektivitas promosi. Hal ini menunjukkan bahwa selama konten visual dan informasinya disusun secara tepat, media promosi cetak mampu bersaing dengan media digital dalam menyampaikan pesan merek secara efektif (Evanne 2019).

Omah Oong adalah rumah makan yang menyajikan hidangan khas Nusantara, terutama Laksa Cibinong yang diolah dari resep keluarga turun-temurun. Meskipun cita rasa autentik dan harga terjangkau telah menarik pelanggan setempat, usaha ini masih menghadapi kendala utama pada ranah representasi citra *brand* Omah Oong. Saat ini Omah Oong menggunakan beragam aset grafis yang diambil secara acak dari internet, mulai dari fotografi makanan, hingga palet warna yang berubah-ubah. Kondisi tersebut menimbulkan kesan kurang profesional dan menyulitkan pelanggan baru mengenali *brand* secara cepat.



Gambar 1. 1 Buku Menu Omah Oong yang tersedia  
Sumber: Dokumen Pribadi

Absennya konsistensi desain visual yang terstruktur juga berdampak pada kredibilitas dan posisi kompetitif rumah makan. Di tengah persaingan ketat industri kuline, di mana konsumen generasi muda sangat peka terhadap tampilan estetika visual yang tidak terkelola menjadikan Omah Oong sulit menonjol di antara restoran sejenis. Oleh sebab itu, diperlukan pengembangan citra *brand* yang



**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

konsisten mencakup palet warna, tipografi, ilustrasi pendukung, dan fotografi makanan asli di berbagai media. Dengan desain yang konsisten akan memperjelas citra *brand* Omah Oong sebagai spesialis Laksa Cibinong yang tradisional, namun tetap modern.

Dengan mempertimbangkan faktor-faktor tersebut, perancangan media promosi untuk rumah makan Omah Oong menjadi langkah strategis dalam menghadapi persaingan industri kuliner yang semakin kompetitif. Melalui desain yang tepat, diharapkan dapat tercipta identitas visual yang kuat, meningkatkan citra *brand*, dan pada akhirnya mendorong pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan beberapa permasalahan utama yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu, bagaimana merancang media promosi yang informatif dan menarik secara visual agar dapat meningkatkan pengalaman pelanggan serta memperkuat citra *brand* Omah Oong?

## 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penelitian ini memiliki batasan yang jelas, ruang lingkup pembahasan akan difokuskan pada aspek desain dalam perancangan media promosi untuk rumah makan Omah Oong. Adapun cakupan yang akan dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Proses perancangan mengenai jenis dan fungsi media promosi cetak, sebagai sarana penyampaian informasi sekaligus representasi citra *brand* visual Omah Oong.
2. Penerapan teori pembahasan yang difokuskan pada elemen dan prinsip desain grafis yang relevan, seperti tipografi, warna, layout, ilustrasi, dan citra visual yang mendukung komunikasi *brand* secara efektif.
3. Penerapan konsep visual ke dalam bentuk nyata media promosi cetak. Termasuk dalam aplikasi desain adalah tahap sketsa, digitalisasi, pemilihan bahan cetak, teknik produksi, serta validasi akhir agar media promosi yang dihasilkan tidak hanya menarik secara visual.



**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

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

### Tujuan Penelitian

1. Merancang media promosi cetak yang strategis dan tepat sasaran guna mendukung peningkatan citra *Brand* Rumah Makan Omah Oong.
2. Mengimplementasikan prinsip-prinsip desain grafis dalam proses perancangan media promosi yang selaras dengan identitas visual *brand* serta preferensi dari target konsumen.
3. Menghasilkan bentuk aplikasi dari desain utama media promosi serta beberapa media turunan, sebagai upaya memperkuat konsistensi komunikasi visual merek.

### Manfaat Penelitian

1. Memberikan kontribusi dalam pengembangan media promosi yang bersifat komunikatif serta memiliki daya tarik visual bagi pelaku usaha kuliner.
2. Menambah referensi dalam bidang desain grafis, khususnya yang berkaitan dengan strategi membangun kesadaran merek di sektor industri makanan dan minuman.
3. Menjadi acuan dalam penerapan desain media promosi cetak yang efektif bagi desainer grafis maupun pemilik *brand* Omah Oong, sehingga mampu meningkatkan kualitas promosi dan daya saing usaha.

## 1.5 Sistematika Penulisan

- BAB 1 Pendahuluan:

Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan utama perancangan media promosi untuk Omah Oong. Selain itu, bab ini juga mencakup rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, manfaat penelitian, tujuan penelitian, dan juga sistematika penulisan yang menjelaskan struktur secara keseluruhan laporan penelitian.



## © 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

- **BAB 2 Landasan Rancangan:**  
Bab ini mengulas berbagai teori yang mendasari penelitian serta perancangan media promosi. Landasan teori ini berperan sebagai acuan utama dalam proses perancangan yang dilakukan.
- **BAB 3 Metode Rancangan:**  
Bab ini menguraikan metode yang diterapkan dalam perancangan media promosi cetak. Pembahasannya mencakup pendekatan desain, teknik pengumpulan data, analisis target audiens, serta proses kreatif dalam merancang media promosi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan Omah Oong.
- **BAB 4 Hasil Pembahasan Desain**  
Bab ini menyajikan hasil dari proses perancangan media promosi yang telah dilakukan. Pembahasannya mencakup analisis terhadap desain yang telah dibuat, alasan di balik pemilihan konsep, serta evaluasi efektivitas media promosi yang dirancang dalam meningkatkan citra *brand* Omah Oong
- **BAB 5 Penutup**  
Bab ini menyajikan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta rekomendasi bagi Omah Oong dalam mengembangkan strategi promosi di masa mendatang. Kesimpulan yang diberikan merupakan ringkasan dari hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilaksanakan.

**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 hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Tujuan Perancangan

Tujuan utama dari perancangan ini adalah menciptakan media promosi cetak yang strategis, informatif, dan menarik secara visual untuk mendukung peningkatan citra brand Rumah Makan Omah Oong. Media promosi yang dirancang meliputi buku menu, brosur, dan X-banner, dengan konsep visual yang memadukan unsur tradisional dan modern agar dapat memperkuat identitas brand serta menarik minat konsumen dari segmen pasar Generasi Y dan Z.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah Design Thinking, yang meliputi tahap empathize, define, ideation, prototyping, dan testing. Data dikumpulkan melalui observasi langsung ke lokasi usaha, wawancara dengan pemilik usaha, penyebaran kuesioner kepada masyarakat sekitar, serta analisis SWOT dan kompetitor. Metode ini dipilih untuk mendapatkan pemahaman mendalam mengenai kebutuhan pengguna dan permasalahan yang dihadapi oleh Rumah Makan Omah Oong dalam membangun identitas visualnya.

3. Proses Pembuatan

Proses pembuatan media promosi dimulai dengan pengumpulan data dan analisis, dilanjutkan dengan penyusunan creative brief, mind mapping, dan pembuatan moodboard untuk menentukan key visual dan tone and manner. Dari hasil pengembangan ide tersebut, dibuat lima alternatif sketsa manual yang kemudian dipilih tiga sketsa terbaik dan dikembangkan menjadi desain komprehensif digital. Elemen visual utama yang diterapkan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

penggunaan warna hangat seperti hijau, coklat, dan jingga, ilustrasi pattern daun sebagai elemen dekoratif, serta fotografi makanan Nusantara yang merepresentasikan menu khas Omah Oong.

4. Hasil Perancangan

Hasil akhir dari proses ini adalah media promosi berupa buku menu, brosur, dan X-banner dengan visual yang konsisten, informatif, dan menarik sesuai dengan identitas brand Rumah Makan Omah Oong. Media promosi yang dihasilkan telah diuji melalui evaluasi kuesioner dan menunjukkan bahwa desain baru lebih efektif dalam meningkatkan persepsi positif terhadap brand, meningkatkan daya tarik visual, serta memperkuat komunikasi merek di mata konsumen. Selain itu, desain yang dihasilkan juga dapat diterapkan ke media turunan lainnya, sehingga membangun konsistensi identitas visual yang lebih kuat dan profesional untuk Rumah Makan Omah Oong.

5.2 Saran

Agar media promosi yang telah dirancang dapat memberikan dampak yang optimal, disarankan agar Rumah Makan Omah Oong menjaga konsistensi identitas brand di seluruh media komunikasi, baik media cetak maupun media digital. Konsistensi tersebut mencakup penggunaan elemen visual seperti logo, warna utama, tipografi, ilustrasi, serta tata letak yang telah dirancang, sehingga membentuk persepsi brand yang kuat dan mudah dikenali oleh konsumen.

Selain itu, perluasan promosi ke media digital seperti media sosial, website, dan platform pemasaran online juga sangat dianjurkan. Hal ini penting untuk menjangkau segmen pasar yang lebih luas, khususnya generasi muda yang memiliki kecenderungan lebih besar untuk mencari informasi melalui media digital. Integrasi media cetak dan media digital dapat memperkuat strategi komunikasi visual Omah Oong secara menyeluruh dan lebih relevan dengan perkembangan tren pemasaran saat ini.



## DAFTAR PUSTAKA

- Ardilla, I. R., & Muis, M. (2023). *Pengaruh Konsistensi Identitas Visual Terhadap Minat Beli Produk Kuliner Siap Saji*. MES: Journal of Management and Business, 11(1), 25-34.  
<https://journal.ipb.ac.id/index.php/mes/article/view/45265>
- Amanu, R., & Evanne, L. (2019). *Pengaruh Promosi Melalui Media Brosur Terhadap Keputusan Konsumen pada CV Pinang Advertising*. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Dharma Andalas, 21(2), 150-160.  
<https://jurnal.unidha.ac.id/index.php/jebd/article/view/176>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2011). *Layout: Understanding and Applying Layouts in Graphic Design*. AVA Publishing.
- Azizah Hanum. (2023). *Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Cetak*.  
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.8267642>
- Bernika, L., & Monika, A. K. (2024). *Kontribusi Subsektor Ekonomi Kreatif dalam Pemulihan Ekonomi Pasca Pandemi COVID-19 di Indonesia*. Jurnal Ekonomi & Kebijakan Publik ISEI, 14(1), 25-39.  
<https://jurnal.isei.or.id/index.php/isei/article/view/344>
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Creates New Alternatives for Business and Society*. Boston, MA: Harvard Business Press
- Caldwell, C. (2019). *Graphic design for everyone* (First American edition). Dorling Kindersley Limited.
- Dam, R., & Siang, T. Y. (2020). *What is Design Thinking?* Interaction Design Foundation.
- Günay, M. (2024). The Impact Of Typography In Graphic Design. *International Journal Of Eurasia Social Sciences*, 57.  
<https://doi.org/10.35826/ijoess.4519>
- Landa, R. (2011). *Graphic design solutions* (2nd ed). OnWord Press.
- Meliksetyan, G. (2025). *The Psychological Meaning of Color in Design: A Semantic Review. Main Issues of Pedagogy and Psychology*, 12(1).  
[doi:10.24234/miopap.v12i1.64](https://doi.org/10.24234/miopap.v12i1.64)
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084.  
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 92-108.  
<https://doi.org/10.46773/djce.v1i2.329>
- Purnomo, G. H., P, B. P. P., & Rahmadianto, S. A. (2021). Rebranding UMKM Macnfish.id untuk Meningkatkan Brand Awareness untuk Konsumen Usia 17-38 Tahun di Kota Surabaya. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 2(1), 73-85.  
<https://doi.org/10.33479/sb.v2i1.130>

### Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

- Reza, M. W. A., & Anggalih, N. N. (2023). *Perancangan Fotografi sebagai Media Promosi Digital Brand Lokal CUTOFF*. BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual, 4(3), 259–267.
- Rustan, S. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Samara, T. (2017). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop* (2nd ed.). Beverly, MA: Rockport Publishers.
- Saputri, F. R., Fianty, M. I., & Dewi, C. S. (2023). *Visual branding strategies for culinary MSMEs in Legok Village: A community-centered approach through design training*. International Journal of Community Service, 3(4), 269–274. <https://doi.org/10.51601/ijcs.v3i4.224>
- Young, N. S. (2012). *Food photography: From snapshots to great shots*. Peachpit Press.
- Yulius, Y. (2016). Peranan Desain Komunikasi Visual sebagai Pendukung Media Promosi Kesehatan. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 1(3). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v1i2.132>



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Lembar Bimbingan Teknis

| NO. Bimbingan | TANGGAL BIMBINGAN | KOMENTAR PEMBIMBING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | RENCANA PROGRESS/REVISI*                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------|-------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1             | 21 Maret 2025     | Pada BAB 1, Pembimbing memberi komentar kalau rumusan maslaah hanya satu, tidak perlu dibuat poin begini, sampaikan saja dalam satu kalimat lugas. Serta memberi komentar revisi untuk memperbaiki beberapa kalimat yang diperlukan untuk digunakan font type Italic.                                                                                                                          | Memperbaiki kalimat berbahasa Inggris dengan menggunakan font type Italic, dan mengubah kalimat pada sub bab Rumusan Masalah menjadi satu kalimat yang lugas.                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2             | 11 April 2025     | Pada BAB 1, Pembimbing Memberi komentar untuk mengubah ucapan terimakasih pada Prakata dengan menyebutkan nama-nama orang yang terlibat dalam proses pembuatan Tugas Akhir. Lalu memberi komentar revisi untuk memperbaiki beberapa kalimat yang diperlukan untuk digunakan font type Italic. Serta memberi komentar untuk mengubah ukuran font, dan bold pada daftar gambar dan daftar tabel. | Memperbaiki Prakata pada bagian dengan menambahkan ucapan terimakasih untuk formalitas, untuk:<br>1. Direktur PNJ<br>2. Ketua Jurusan TGP<br>3. Kepala Program Studi DG<br>4. Dospem Materi<br>5. Dospem Teknis<br>6. Orang Tua<br>7. Pihak Rumah Makan Omah Oong<br>Selain itu juga memperbaiki beberapa kata dan kalimat yang masih salah menggunakan font type Italic, Bold, dan perbedaan ukuran font. |
| 3             | 30 Juni           | Pada Keseluruhan BAB laporan, memperbaiki beberapa font type Italic, serta memberi komentar untuk memperbaiki beberapa page yang terlihat kosong pada bagian bawah halaman, supaya terlihat rapih.                                                                                                                                                                                             | Memperbaiki font Italic pada bahasa asing, dan merapikan halaman supaya terlihat rapih.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 4             | 1 Juli            | Pada Keseluruhan BAB, memberi komentar untuk memperbaiki Italic pada bahasa asing, dan juga Font Bold pada sub bab.                                                                                                                                                                                                                                                                            | Memperbaiki bahasa asing dengan menggunakan Italic, dan menambahkan Bold pada setiap sub bab.                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

1. Dilarang menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2 Lembar Bimbingan Materi

| NO. BIMBINGAN | TANGGAL BIMBINGAN | KOMENTAR PEMBIMBING                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | RENCANA PROGRESS/REVISI*                                                                                                                                                                                       |
|---------------|-------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1             | 7 Maret 2025      | Pada BAB 1 pembimbing memberi komentar untuk memperbaiki paragraf Latar Belakang supaya kalimat lebih tersambung antar paragraf.                                                                                                                                                                                                                            | Memperbaiki kalimat dengan menambahkan teori dari jurnal, dan menambah kalimat yang bertujuan untuk menyambung antar paragraf, supaya tidak terlihat monoton dan kaku.                                         |
| 2             | 27 Maret 2025     | Pada BAB 1 pembimbing memberi komentar untuk memperbaiki tujuan dan masalah, dan penulisan rumusan masalah.                                                                                                                                                                                                                                                 | Memperbaiki tujuan dan masalah dengan memfokuskan pada topik dalam membuat desain media promosi.                                                                                                               |
| 3             | 9 April 2025      | Pada BAB 1 pembimbing memberi komentar pada Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat untuk dibuat lebih simpel dan to the point. Dengan alasan yang sama pada komentar sebelumnya, pada BAB 3 beliau memberi komentar pada matrix SWOT untuk diubah sedikit kalimatnya, supaya to the point                                                             | Memperbaiki kalimat pada Ruang Lingkup, Tujuan dan Manfaat, Serta matrix SWOT. Contoh: mengubah kalimat pada matrix SWOT dari kata "mengembangkan" menjadi "membuat" karena memiliki arti output yang berbeda. |
| 4             | 11 April 2025     | Pada Seluruh BAB, pembimbing memberi komentar untuk diperbaiki jarak antar Sub Judul dan kalimat Paragraf supaya lebih rapih. Dikarenakan jarak antar kalimat masih tidak beraturan di setiap halaman yang berbeda-beda. Selain itu beliau memberi komentar pada Customer Insight untuk memperbaiki kalimat antar paragraf supaya lebih menyambung alurnya. | Memperbaiki jarak antar kalimat, dan menambah kalimat yang bertujuan untuk menyambung antar paragraf, supaya tidak terlihat monoton dan kaku.                                                                  |
| 5             | 19 Mei 2025       | Pada BAB IV Mempertajam isi konten pada <i>Mindmap</i> dengan memfokuskan <i>key visual</i> , dalam mencari kata benda yang bisa digunakan pada desain nantinya.                                                                                                                                                                                            | Memperbaiki dan menambahkan isi kata pada <i>Mindmap</i> menjadi kata benda yang bisa diaplikasikan pada tabel <i>key message</i>                                                                              |

Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta  
1. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta  
2. Dilarang mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



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

|   |         |                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                               |
|---|---------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 6 | 26 Juni | Pada BAB IV, memberi komentar penjelasan desain visual pada sketsa manual dan komprehensif dilengkapi.                                                                                                                                                       | Memperbaiki BAB IV pada Desain Visual dengan memperjelas sketsa manual dan desain komprehensif, menambahkan tema pada setiap alternatif.                                                      |
| 7 | 30 Juni | Pada BAB IV, pembimbing memberi komentar untuk mengganti tabel <i>key message</i> untuk menjadi lebih jelas lagi dalam mendeskripsikan apa yang ingin dibuat pada desain buku menu. Selain itu memperbaiki dan menambahkan kalimat pada bagian media turunan | Memperbaiki dan menambahkan kata pada tabel <i>key message</i> untuk lebih spesifik lagi dalam menjelaskan visual yang ingin digunakan, serta menambahkan mockup X-banner pada media turunan. |
| 8 | 1 Juli  | Pada keseluruhan BAB, pembimbing memberi komentar untuk memperbaiki font Bold pada sub bab                                                                                                                                                                   | Memperbaiki sub bab menjadi Bold.                                                                                                                                                             |

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 3 Transkrip Wawancara

| Hak Cipta:<br>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.<br>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta<br>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta | Usia     | Domisili | Pertanyaan                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | Kesimpulan Jawaban                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 28 tahun | Cibinong | <p>1. Apakah Anda mengetahui bahwa Cibinong memiliki makanan khas bernama Laksa Cibinong?</p> <p>2. Apakah Anda pernah mencoba Laksa Cibinong? Jika belum, apa alasannya?</p> <p>3. Apakah Anda mengenal atau pernah mendengar tentang Rumah Makan Omah Oong?</p> <p>4. Menurut Anda, media promosi seperti apa yang sering Anda temui dan paling menarik perhatian?</p> <p>5. Apa pendapat Anda tentang desain buku menu di rumah makan? Apakah desain memengaruhi minat?</p> <p>6. Saran Anda untuk rumah makan lokal agar lebih dikenal masyarakat sekitar?</p> | <p>Rizky mengaku belum pernah mendengar tentang Laksa Cibinong. Menurutnya, informasi mengenai makanan khas daerah jarang tersebar, terutama di lingkungan sekitar tempat tinggalnya.</p> <p>Terkait Omah Oong dan Laksa Cibinong, Rizky belum mengenalnya dan tidak pernah melihat promosinya baik secara langsung maupun di media sosial.</p> <p>Rizky menyampaikan bahwa media promosi yang sering ia lihat berupa banner, tetapi cenderung membosankan atau terlalu ramai. Ia menambahkan bahwa desain buku menu yang informatif dan tertata rapi membuatnya lebih nyaman dalam memilih makanan. Ia menyarankan agar rumah makan lokal berani tampil secara visual di media sosial dan menyajikan desain promosi yang kekinian untuk menjangkau anak muda.</p> |
| Hak Cipta:<br>1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:<br>a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.<br>b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta<br>2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta | 19 tahun | Ciriung  | <p>1. Apakah Anda pernah melihat tempat yang menjual Laksa Cibinong?</p> <p>2. Anda pernah dengar tentang Omah Oong?</p> <p>3. Media promosi seperti apa yang paling menarik perhatian Anda?</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | <p>Dwi menilai promosi makanan daerah masih kurang, terutama dari sisi visual. Ia belum pernah mencoba Laksa Cibinong karena tidak mengetahui tempat yang menyediakannya. Begitu pula dengan Omah Oong, Dwi belum pernah mendengar nama tersebut.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |



## © 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

|               |          |           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|---------------|----------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|               |          |           | 4. Seberapa penting desain buku menu menurut Anda?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | <p>Menurutnya, media promosi yang kuat harus memiliki daya tarik visual, seperti layout yang rapi dan foto makanan yang menggoda.</p> <p>Desain buku menu yang menarik, membuat tempat makan terlihat profesional dan lebih meyakinkan.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Ajat Sudrajat | 40 tahun | Cibinong  | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda mengetahui bahwa Laksa merupakan kuliner khas Cibinong?</li> <li>2. Sudah pernah mencoba Laksa Cibinong?</li> <li>3. Apakah Anda familiar dengan Rumah Makan Omah Oong?</li> <li>4. Media promosi apa yang menurut Anda paling efektif?</li> <li>5. Apa peran desain buku menu dalam pengalaman makan Anda?</li> <li>6. Saran untuk rumah makan lokal?</li> </ol> | <p>Ajat menyampaikan bahwa ia belum mengenal Laksa Cibinong maupun Omah Oong sebelumnya. Ia cukup aktif mencoba makanan baru, tetapi merasa kuliner lokal kurang terkenal secara visual dan informatif. Ia percaya bahwa visual adalah salah satu kunci utama dalam menarik minat konsumen.</p> <p>Menurut Ajat, media promosi yang mencolok dan dikemas dengan baik terutama desain buku menu dengan visual produk makanan dan deskripsi yang jelas, akan sangat membantu konsumen dalam membuat keputusan.</p> <p>Ia mengaku lebih tertarik untuk mencoba tempat baru ketika melihat media promosi yang estetik dan profesional.</p> |
| Hafiz Maulana | 21 tahun | Pakansari | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Pernahkah Anda mendengar tentang Laksa Cibinong?</li> <li>2. Apakah Anda pernah mencoba makanan khas daerah tersebut?</li> <li>3. Anda tahu Omah Oong?</li> </ol>                                                                                                                                                                                                             | <p>Hafiz belum mengetahui adanya makanan khas dari Cibinong dan merasa tidak ada yang benar-benar menonjolkan hal tersebut. Ia juga tidak mengenal Rumah Makan Omah Oong. Ia menyebut bahwa biasanya ia tertarik mencoba tempat makan karena</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |



## © 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

|    |          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|----|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|    |          | <p>4. Menurut Anda, media promosi seperti apa yang efektif?</p> <p>5. Buku menu yang bagus itu seperti apa menurut Anda?</p> <p>6. Apa yang bisa dilakukan rumah makan lokal untuk lebih dikenal?</p>                                                                                                                                                                          | <p>visual makanan yang ia lihat di Instagram atau TikTok.</p> <p>Hafiz menekankan pentingnya kombinasi antara desain visual dan informasi. Buku menu menurutnya bukan hanya daftar harga dan nama makanan, tapi juga alat promosi. Ia menyarankan agar desain menu menampilkan foto yang menggugah selera, warna yang konsisten dengan <i>branding</i>, dan tata letak yang memudahkan.</p>                                                                                                                                                                                                                                 |
| 20 | Cibinong | <p>1. Apakah Anda tahu tentang Laksa Cibinong?</p> <p>2. Sudah pernah mencobanya?</p> <p>3. Apakah Anda pernah mendengar tentang Rumah Makan Omah Oong?</p> <p>4. Media promosi seperti apa yang paling menarik menurut Anda?</p> <p>5. Seberapa penting buku menu menurut Anda dalam menarik konsumen?</p> <p>6. Apa saran Anda bagi usaha rumah makan seperti Omah Oong?</p> | <p>Nadya mengetahui bahwa Laksa adalah makanan tradisional, tetapi tidak tahu bahwa Cibinong memiliki versi khasnya. Ia juga sudah pernah mendengar tentang Omah Oong.</p> <p>Ia percaya banyak rumah makan lokal yang bagus, namun tidak memiliki strategi promosi yang tepat. Bagi Nadya, visual dalam media promosi sangat penting. Buku menu yang menarik, bersih, dan memiliki foto berkualitas akan membuat pengunjung lebih yakin dalam memilih makanan. Ia juga menyebut bahwa tampilan visual yang konsisten di semua media promosi membantu menciptakan kesan profesional dan membangun kepercayaan konsumen.</p> |

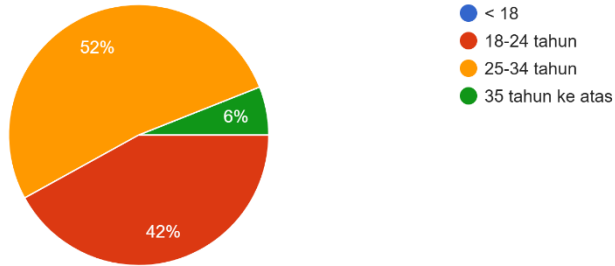
### Hak Cipta :

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

### Lampiran 4 Hasil Kuesioner

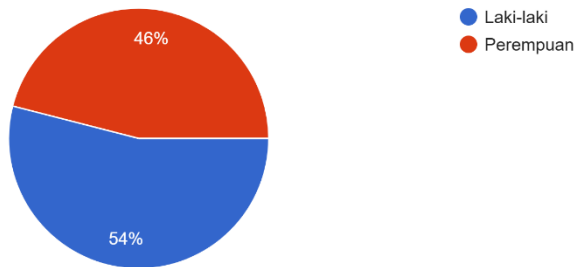
#### Usia

50 responses



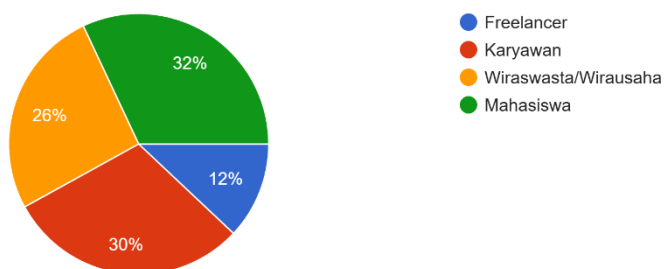
#### Jenis Kelamin

50 responses



#### Pekerjaan

50 responses





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

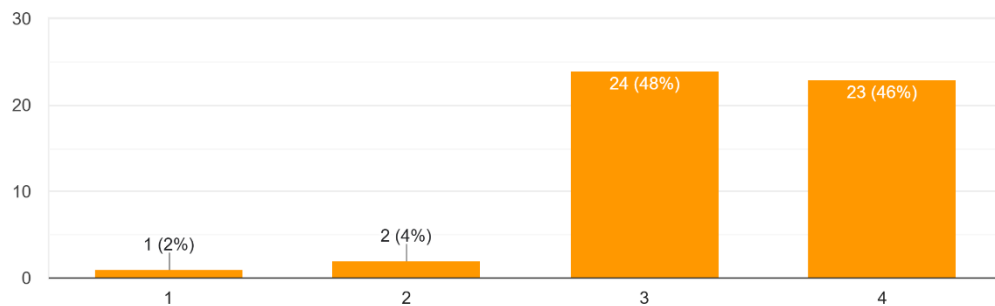
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Domisili  
50 responses



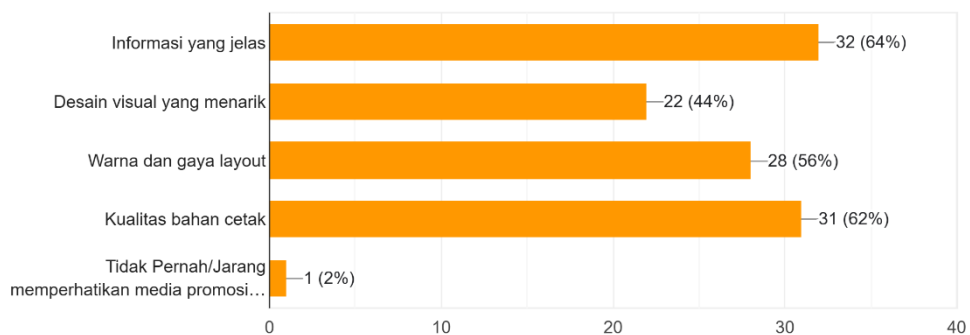
Seberapa sering Anda memperhatikan media promosi dalam bentuk cetak (seperti brosur, x-banner, poster, spanduk,dll.) dalam satu bulan?

50 responses



Jika sering, apa yang membuat Anda tertarik untuk memperhatikan media promosi cetak?

50 responses



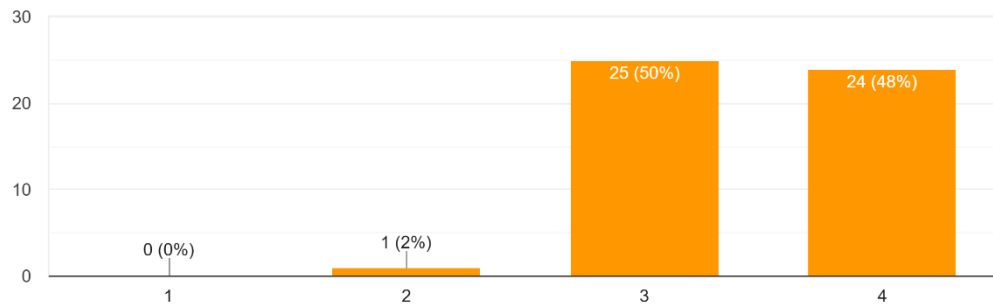


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

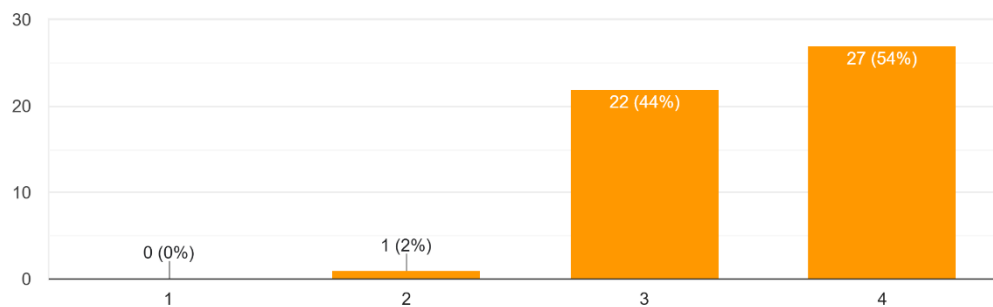
### Hak Cipta :

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

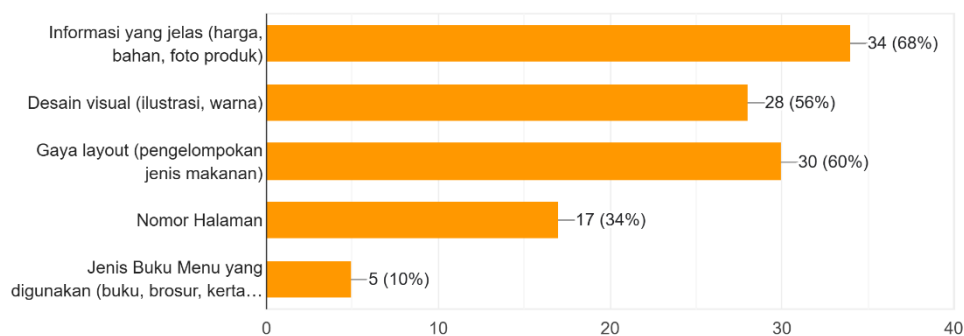
Menurut Anda, seberapa efektif sebuah media promosi cetak dalam memperkenalkan suatu brand  
50 responses



Saat Anda ingin berkunjung ke Rumah Makan/Restoran, seberapa sering Anda memperhatikan media promosi cetak mereka untuk mencari informasi tentang produk yang dijual?  
50 responses



Apa yang paling Anda perhatikan saat melihat Buku Menu? (Boleh pilih lebih dari satu)  
50 responses





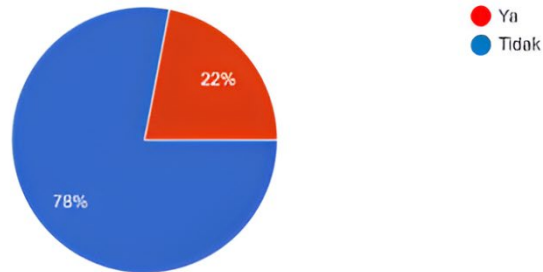
## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

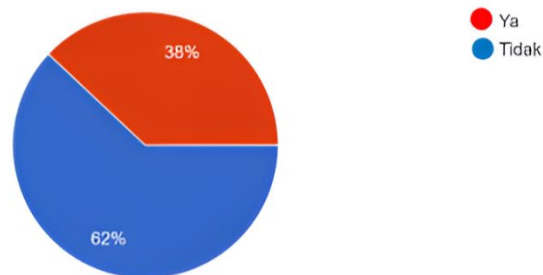
Apakah sebelumnya Anda pernah mendengar tentang Rumah Makan Omah Oong

50 responses



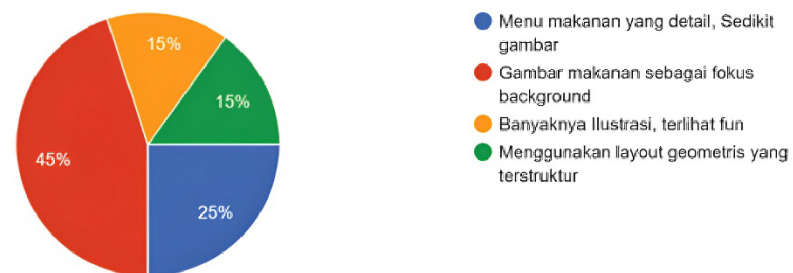
Apakah sebelumnya Anda pernah mendengar tentang makanan khas Laksa Cibinong?

50 responses



Dari berbagai jenis desain layout buku menu berikut, desain manakah yang terlihat menarik menurut anda?

50 responses





## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Lampiran 5 Transkrip Testing

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                       |                                                                                                             |                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p>1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber; a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah. b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta</p> <p>2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta</p> | Estetika Visual Buku Menu                                                                                             | Kemudahan Akses Informasi                                                                                   | Pengenalan & Citra <i>Brand</i>                                                                                                                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Warna fresh, tipografi rapi, dan foto makanan terlihat profesional, persis suasana rumahan yang ingin kami tonjolkan. | Kategori menu dipisah jelas, harga langsung terbaca, dan pelayan tak perlu lagi menjelaskan panjang-lebar.  | Logo, warna, dan tone foto konsisten dengan interior resto, sangat mendukung identitas Omah Oong sebagai 'rumah makan keluarga                   |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Lebih modern dibanding menu lama, tetap sederhana tapi <i>eye catching</i> .                                          | Saya bisa menemukan menu favorit hanya sekali lirik.                                                        | Sekarang saya merasa Omah Oong 'naik kelas' tanpa kehilangan kesan tradisionalnya.                                                               |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Layout clean, banyak ilustrasi, jadi foto makanan 'pop' banget                                                        | Deskripsi singkat + <i>highlight</i> bahan utama mempermudah, apalagi untuk orang yang baru pertama datang. | Story kecil soal sejarah laksa Cibinong di cover dalam menambah kedekatan <i>brand</i> dengan budaya lokal.                                      |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Foto tidak berlebihan filter, terlihat realistis.                                                                     | Urutan menu logis (paket hemat, A La Carte, minuman).                                                       | Menambah rasa percaya, <i>brand</i> jadi tampak serius dan profesional.                                                                          |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Warna tidak mencolok, cocok untuk mata saya yang sensitif.                                                            | Font cukup besar; saya gampang membaca tanpa kacamata."                                                     | Tagline 'Ada Cinta Dalam Setiap Sajiannya' di halaman awal benar-benar terasa. membantu menciptakan kesan rumah makan keluarga.                  |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | konsistensi color palette rustic tapi modern, sangat 'Instagramable'                                                  | Fotografi makanan yang bagus dan jelasn.                                                                    | <i>Brand</i> personality, kekeluargaan dan modern terkomunikasi jelas.                                                                           |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Visualnya bikin penasaran, pengambilan gambar <i>close-up</i> .                                                       | Produknya ditampilkan dengan jelas pake fotografi makanan.                                                  | Sebelum membaca menu, saya tak kenal Omah Oong dan pengen coba karena iseng lewat saat jalan, sesudahnya saya paham Omah Oong itu kayak apa sih. |

## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



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

|                                 |                                                      |                                                       |                                                                                            |
|---------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Farha<br>Be<br>B<br>B<br>A<br>B | Sentuhan motif daun di latar memberi karakter lokal. | Kategori menu dipisah dengan jelas.                   | <i>Brand</i> tampak bangga dengan kuliner Cibinong, bisa nambah daya tarik wisata kuliner. |
| Be<br>B<br>B<br>A<br>B          | Lebih bagus dibanding menu lama                      | Menu paket ditandai jelas, mempersingkat waktu pesan. | Membuat saya merasa resto ini dikelola profesional.                                        |
| Ajat<br>B<br>B<br>A<br>B        | Layout nya oke, Foto makanan nya juga jelas.         | Pembagian menu nya jelas.                             | Tema yang ditampilkan cocok.                                                               |



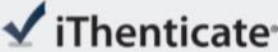


## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

### Lampiran 6 Hasil Tes Plagiarisme


Similarity Report ID: oid:3618:103085953

● **10% Overall Similarity**

Top sources found in the following databases:

- 9% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

**TOP SOURCES**

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

|   |                                                                                          |     |
|---|------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 1 | <b>docplayer.info</b><br>Internet                                                        | <1% |
| 2 | <b>repository.trisakti.ac.id</b><br>Internet                                             | <1% |
| 3 | <b>horego.com</b><br>Internet                                                            | <1% |
| 4 | <b>Defyartha Kepakisan Kepakisan, I Wayan Eka Mahendra. "Strategi pro...</b><br>Crossref | <1% |
| 5 | <b>garudabukateja.blogspot.com</b><br>Internet                                           | <1% |
| 6 | <b>kc.umn.ac.id</b><br>Internet                                                          | <1% |
| 7 | <b>bp-guide.id</b><br>Internet                                                           | <1% |
| 8 | <b>mahamodo.com</b><br>Internet                                                          | <1% |

[Sources overview](#)

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

**MAHENDRA ARYA PUTRA**  
GRAPHIC DESIGNER

**PROFIL**

Saya seorang mahasiswa semester 8 di Politeknik Negeri Jakarta dengan prodi Desain Grafis. Mampu menggunakan Adobe InDesign, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, dan Autodesk 3ds Max. Pembelajar yang cepat, kreatif, dan siap untuk belajar dari mentor atau tim.

**PENDIDIKAN**

**D4 DESAIN GRAFIS - POLITEKNIK NEGERI JAKARTA** Depok  
2021 - Sekarang

Dengan IPK: 3.73/4.00

Mempelajari mata kuliah yang relevan: Layout Digital, 3D Design, Ilustrasi Digital, Semiotika Visual, dan Tipografi.

**PENGALAMAN**

**GRAPHIC DESIGNER - dot Cloth Design & Distro** Bogor, Cibineng  
Jan 2023 - Sekarang

- Menciptakan ilustrasi visual berupa desain custom gambar yang dapat diaplikasikan pada distro baju
- Membuat desain mockup digital pada Final Artwork baju

**Illustrator (Freelancer)** Bogor, Cibineng  
Feb 2023 - Sekarang

- Menciptakan ilustrasi berupa gambar digital yang bertema gaya kartun
- Menciptakan desain logo, konten visual, dan media promosi yang menarik untuk platform digital media sosial
- Mendesain layout pada buku company profile, brosur, dan banner

**KONTAK**

813-1989-4212  
seta.se.art@gmail.com  
Indonesia, Bogor  
@mahen\_arya

**SKILLS**

Id ● ● ● ● ●  
Ai ● ● ● ● ●  
Ps ● ● ● ● ●  
3 MAX ● ● ● ● ●

**LANGUAGES**

Indonesia ● ● ● ● ●  
English ● ● ● ● ●