



© 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 *MARKETING COLLATERAL* DALAM MEMBANGUN *BRAND IMAGE CRAFTOTE*



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 mengumunkan 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 Marketing Collateral Dalam Membangun
Brand Image Craftote
Penulis : Syalu Haula Safitri
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



Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 197209021995122001



Sari Puspita Dewi, M.Pd.
NIP. 198208312015042001



© 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 MARKETING COLLATERAL DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE CRAFTOTE

Oleh:

SYALU HAULA SAFITRI
2106421031

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2025

Penguji I

Nabila Fajrina 15/7/25

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

Penguji II

Deli Silvia

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

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain
Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng.
NIP. 19840529201221002



© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Marketing Collateral Dalam Membangun Brand Image Craftote

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.

POLITE
NEGER
JAKARTA

Depok, Juli 2025



2106421031



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

ABSTRAK

Industri kerajinan tangan Indonesia memiliki potensi besar di pasar lokal dan internasional seiring dengan minat masyarakat terhadap produk-produk kerajinan tangan. Craftote sebagai UMKM yang memproduksi produk kerajinan tangan seperti dekorasi, furnitur, dan fashion dari bahan alami secara tradisional, hadir dengan konsep ramah lingkungan dan pelestarian kearifan lokal. Namun, citra Craftote sebagai produk yang ramah lingkungan belum disadari oleh masyarakat luas terutama Gen-Z. Media promosi yang digunakan saat ini belum cukup efektif dalam merepresentasikan citra *brand* dan nilai-nilai perusahaan. Tujuan penelitian ini untuk merancang *marketing collateral* sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan pesan merek secara konsisten, menarik, dan menyeluruh dalam rangka membangun *brand image* Craftote. Proses perancangan ini menggunakan pendekatan *design thinking* yang terdiri dari *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Untuk mendukung perancangan dilakukan juga melalui *mix methode* dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur dan juga kuesioner. Data diolah menggunakan analisis SWOT dan STP guna mengidentifikasi kekuatan, peluang pasar, serta segmentasi dan posisi *brand*. Penelitian ini menghasilkan media cetak utama seperti katalog, brosur, dan *X-banner* dengan pendekatan visual clean, menggunakan warna *earth-tone*, dan juga anyaman sebagai fokus utama dari craftote. Selain itu prinsip-prinsip desain seperti keseimbangan, kontras, hierarki, dan kesatuan diterapkan guna menciptakan tampilan yang informatif namun juga estetis. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan *brand image* yang ingin ditampilkan oleh Craftote melalui media komunikasi visual yang representatif untuk menarik audiens.

Kata kunci: *brand image*, desain grafis, kerajinan tangan, *marketing collateral*, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

Indonesia's handicraft industry holds significant potential in both local and international markets, driven by growing public interest in handcrafted products. Craftote, a Micro, Small, and Medium Enterprise (MSME), produces traditional handicrafts such as home decor, furniture, and fashion items from natural materials, emphasizing an eco-friendly concept and the preservation of local wisdom. However, Craftote's image as an environmentally friendly brand is not widely recognized, particularly among Generation Z. The current promotional media are insufficient in effectively representing the brand's image and values. This research aims to design marketing collateral as a visual communication medium capable of conveying consistent, appealing, and comprehensive brand messages to build Craftote's brand image. The design process employs a Design Thinking approach, comprising Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages. To support the design, a mixed-methods approach was used for data collection, including observation, interviews, literature reviews, and questionnaires. The collected data were analyzed using SWOT and STP analyses to identify strengths, market opportunities, and brand segmentation and positioning. The research resulted in primary print media such as catalogs, brochure, and X-banner. These designs adopt a clean visual approach, utilizing earth tones and highlighting woven textures as Craftote's core focus. Additionally, design principles like balance, contrast, hierarchy, and unity were applied to create an informative yet aesthetic presentation. This role is expected to enhance the brand image Craftote aims to portray through representative visual communication media, ultimately attracting its target audience.

Keywords: brand image, graphic design, handicraft, marketing collateral, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji serta syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT. Karena atas limpahan rahmat, berkah, kasih sayang dan juga hidayah-Nya Penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Marketing Collateral Dalam Membangun *Brand Image* Craftote” ini dengan sangat baik dan tepat pada waktunya.

Tak lupa juga shalawat serta salam kepada junjungan nabi besar Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya, semoga kita bisa selalu istiqomah sampai akhir hayat dan bisa berkumpul bersamanya di surga kelak Aamiin aamiin ya rabbal alamin. Tujuan penulisan laporan ini untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam kegiatan magang dan penyusunan laporan ini, penulis mendapat dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih 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, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I
5. Sari Puspita Dewi, M.Pd., selaku Dosen Pembimbing II
6. Thio Siujinata selaku pemilik *Brand* Craftote yang telah membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam *project* perancangan Marketing collateral untuk Tugas Akhir.
7. Mikazuki Arion & Marchie Stellar yang telah menjadi sumber semangat, inspirasi, dan motivasi dalam proses penyusunan karya ini. Terima kasih telah menjadi cahaya dalam hari-hari yang gelap, pengingat untuk terus berjuang dan alasan untuk terus melangkah maju.



© 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

8. OMO & TWM Grup yang selalu membantu dikala kesulitan, tawa, dan kebersamaan yang begitu berarti untuk penulis.
9. Para teman *online* penulis yang selalu ada memberikan dukungan dan saran dikala penulis sedang mengalami kesulitan dan selalu menghibur penulis agar tetap semangat.
10. Para teman kelas DG-B, yang selalu berbagi canda tawa dan telah melewati banyak hal bersama-sama selama di perkuliahan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini bisa bermanfaat bagi para para pembaca, juga untuk kemajuan Program Studi Desain Grafis maupun Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta. Adapun dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini, penulis telah melakukan usahanya dengan semaksimal mungkin dan tentunya dengan bantuan dari berbagai pihak, sehingga memperlancar proses pembuatannya. Tidak sedikit hambatan yang dialami, namun karena rahmat, dukungan, cinta, dan bimbingan, alhamdulillah pada akhirnya penulis dapat melaluinya dengan baik.

Mohon maaf bila terdapat kesalahan atau kekurangan dalam laporan ini. Dengan ini kedepannya akan terus belajar agar menjadi pribadi yang lebih baik dan selalu maju..

Depok, 10 Juli 2025

Syalu Haula Safitri



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

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
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.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi.....	7
2.2 Media Promosi	8
2.2.1 Media Promosi Cetak.....	8
2.2.2 Media Promosi Digital.....	13
2.3 Brand Image	14
2.4 Marketing Collateral.....	15
2.5 Elemen Desain Grafis.....	16
2.5.1 Warna	17
2.5.2 Tipografi.....	18
2.5.3 Bentuk	21
2.5.4 Garis	22
2.5.5 Tekstur.....	23
2.5.6 Layout	24
2.6 Prinsip Desain Grafis.....	25
2.6.1 Kesatuan	25
2.6.2 Keseimbangan	26
2.6.3 Irama	27
2.6.4 Alignment.....	28



© 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

2.6.5	Penekanan	29
2.6.6	Hierarki	30
2.7	Metode Penelitian	31
BAB III METODE PERANCANGAN		34
3.1	Design Thinking	34
3.2	Metode Penelitian	36
3.3	Data dan Analisis	37
3.3.1	Profil Klien	37
3.3.2	Product Knowledge	38
3.3.3	Kompetitor	39
3.3.4	Consumer Insight	41
3.3.5	Hasil Analisis Data	42
3.3.6	Analisis STP (Segmentation, Targeting, Positioning)	44
3.4	Arahan Kreatif	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN		47
4.1	Konsep Visual	47
4.1.1	Mindmapping	47
4.1.2	Moodboard	48
4.2	Proses Desain	49
4.2.1	Sketsa	49
4.2.2	Desain Komprehensif	54
4.2.3	Desain Terpilih	57
4.2.4	Prototype & Testing	58
4.2.5	Final Artwork	60
4.3	Media Pendukung	65
4.4	Pertimbangan Produksi	67
BAB V PENUTUP		69
5.1	Simpulan	69
5.2	Saran	70
DAFTAR REFERENSI		72
LAMPIRAN		72



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2 1 Kerangka Teori.....	7
Gambar 2 2 Contoh Brosur	11
Gambar 2 3 Contoh Banner	12
Gambar 2 4 Contoh Poster	12
Gambar 2 5 Contoh Kartu Nama	13
Gambar 2 6 Contoh Feeds Instagram.....	14
Gambar 2 7 Contoh Elemen Warna	18
Gambar 2 8 Contoh Font Serif.....	19
Gambar 2 9 Contoh Font Slab Serif.....	19
Gambar 2 10 Contoh Font Sans Serif	20
Gambar 2 11 Contoh Font Blackletter	20
Gambar 2 12 Contoh Font Script	21
Gambar 2 13 Contoh Font Display	21
Gambar 2 14 Contoh Elemen Bentuk	22
Gambar 2 15 Contoh Elemen Garis	23
Gambar 2 16 Contoh Tekstur	23
Gambar 2 17 Contoh Layout	24
Gambar 2 18 Contoh Prinsip Kesatuan.....	26
Gambar 2 19 Contoh Prinsip Keseimbangan	27
Gambar 2 20 Contoh Prinsip Irama	28
Gambar 2 21 Contoh Prinsip Alignment.....	29
Gambar 2 22 Contoh Prinsip Penekanan	30
Gambar 2 23 Contoh Prinsip Hierarki	31
Gambar 2 24 Design Thinking	32
Gambar 3 1 Logo Craftote	37
Gambar 3 2 Dokumentasi Lokasi Craftote	38



© 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

Gambar 3 3 Dokumentasi Produk Craftote.....	39
Gambar 3 4 Logo Du'Anyam	40
Gambar 3 5 Logo Seken Living	41
Gambar 4 1 Mindmap	48
Gambar 4 2 Moodboard	49
Gambar 4 3 Sketsa Alternatif 1	51
Gambar 4 4 Sketsa Alternatif 2	52
Gambar 4 5 Sketsa Alternatif 3	53
Gambar 4 6 Sketsa Alternatif 4	53
Gambar 4 7 Sketsa Alternatif 5	54
Gambar 4 8 Desain Komprehensif 1	55
Gambar 4 9 Desain Komprehensif 2	56
Gambar 4 10 Desain Komprehensif 3	57
Gambar 4 11 Desain Terpilih	58
Gambar 4 12 Dokumentasi Testing	59
Gambar 4 13 Final Artwork Katalog	61
Gambar 4 14 Final Artwork Brosur	62
Gambar 4 15 Final Artwork Banner	63
Gambar 4 16 Poster ads online	66
Gambar 4 17 Feeds instagram	67



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

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Matriks SWOT	43
Tabel 2 Creative Brief	45
Tabel 3 Elemen Desain yang digunakan	63
Tabel 4 Prinsip desain yang digunakan	64





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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook Bimbingan	77
Lampiran 2 Dokumentasi	81
Lampiran 3 Kuesioner Consumer Insight	84
Lampiran 4 Bukti cek plagiarisme	86
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup	88





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

Kerajinan tangan atau kriya merupakan kegiatan mengolah bahan baku menjadi suatu barang atau produk (Sumanto & Sukamti, 2018). Industri kerajinan Indonesia berpotensi tumbuh positif karena melimpahnya sumber daya alam dan kemampuan perajin dalam mengolah sumber daya alam. Berdasarkan data TradeMap.org (*Trade statistics for international business development*) pada September tahun 2023 menunjukkan bahwa ekspor kerajinan Indonesia ke dunia mencapai 603,956 juta dolar AS, dengan kontribusi Eropa mencapai USD129,182 juta. Hal ini menunjukkan minat yang tinggi terhadap produk kerajinan Indonesia.

Salah satu tantangan yang dihadapi industri kerajinan Indonesia adalah kurangnya strategi pemasaran yang efektif dan efisien (Khaerudin & Kusumah, n.d.). Dalam era digital dan globalisasi saat ini, konsumen menginginkan produk berkualitas dan pengalaman menarik (Jushermi et al., 2024). Promosi dapat menjadi sarana efektif dalam meningkatkan daya tarik produk kerajinan Indonesia. Promosi adalah upaya untuk memengaruhi pihak lain dengan tujuan memberikan informasi, meyakinkan, dan mengingatkan konsumen agar tertarik dan merespons produk atau layanan yang ditawarkan (Setiyaningrum et al., 2015). Maka dari itu *Marketing Collateral* berperan sebagai alat penting dalam mengkomunikasikan pesan promosi dengan menggunakan desain yang menarik dan informatif. *Marketing Collateral* dapat disesuaikan dengan kemampuan digitalisasi yang berbeda sesuai karakteristik sasaran audiens (Rustiarini et al., 2021). Secara signifikan, *Marketing Collateral* dapat meningkatkan kesadaran merek, memperkuat citra merek, dan efektif dalam mempromosikan produk yang ditawarkan (Li et al., 2022).

Craftote, sebagai bagian dari industri kerajinan Indonesia, juga menghadapi tantangan dalam hal strategi pemasaran yang belum optimal. Craftote adalah UMKM ragam karya buatan tangan berupa dekorasi rumah, *furniture*, hingga *fashion*, yang terinspirasi dari bisnis dari salah satu kerabat. Craftote memiliki



© 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

tujuan untuk mempertahankan kearifan lokal melalui kerajinan yang diproduksi dengan bahan alam Indonesia serta dianyam secara tradisional. Selain menghasilkan kerajinan tangan Craftote juga memiliki sebuah kafe, didirikan pada 21 Oktober 2021 yang berlokasi di daerah Tomang Grogol Petamburan, Jakarta Barat bernama 'Craftote Gallery & Coffee' bisnis ini menggabungkan kerajinan tangan dengan kedai kopi, menekankan kesan ramah lingkungan dan minimalis. Penghasilan bulanan yang diraih hingga 70-80 juta, dengan ekspor mencapai 50-100 juta ke Kanada dan Jepang.

Craftote ingin membangun tema dari *brandnya* sendiri dan memperkenalkan diri sebagai produk tradisional yang ramah lingkungan. namun saat ini jangkauan pasarnya masih terbatas, terutama di kalangan konsumen lokal khususnya Gen-Z yang belum familiar dengan kerajinan tangan Indonesia, maka dengan begitu Craftote butuh untuk lebih dikenal lagi. Promosi yang tepat dibutuhkan oleh Craftote untuk lebih memperluas jangkauan dan juga memperkenalkan *brand image* kepada konsumen. *Brand Image* adalah bagian penting dari strategi pemasaran karena mencerminkan bagaimana konsumen memandang dan mempercayai suatu merek (Wardhana, 2024).

Untuk mewujudkan hal tersebut, dibutuhkan pemanfaatan media promosi yang mampu merepresentasikan identitas dan nilai dari *brand* secara menyeluruh. Saat ini media cetak yang digunakan saat ini hanya berupa lembaran brosur saja dengan hanya elemen dasar logo. Meskipun brosur adalah alat pemasaran yang penting, namun masih banyak *Marketing Collateral* lainnya yang dapat diterapkan untuk memperkuat *brand image* dan tidak membatasi konsumen untuk mengenal lebih dalam *brand* tersebut. Pada media sosial Craftote juga hanya menampilkan kegiatan jika ada *event* saja dan belum cukup banyak membahas apa itu Craftote. Berdasarkan permasalahan yang dihadapi, Craftote sudah memiliki konsep, visi misi, dan citra yang ingin di bangun namun belum memiliki promosi yang efektif untuk menyebarkan citra tersebut kepada konsumen lokal khususnya Gen-Z, *Marketing Collateral* dapat menjadi solusi efektif untuk membangun *brand image* sekaligus melakukan promosi, maka penyelesaian yang dapat dilakukan melalui



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

desain katalog, brosur, X-banner dan Media digital seperti desain sosial media serta poster iklan *online* juga dapat memperluas jangkauan promosi.

Berdasarkan penelitian terdahulu belum ada pembahasan mengenai *Marketing Collateral* untuk usaha yang bergerak di pembuatan kerajinan tangan Indonesia. Sebagai contoh laporan terdahulu oleh mengenai usaha katering, hasil yang didapatkan dari penelitian tersebut dapat meningkatkan penjualan dan menyampaikan identitas baru kepada konsumen (Djunaedi et al., 2024). Hal ini menunjukkan bahwa desain visual dapat membantu peningkatan *brand image*. Maka dari itu, keterbaruan dari penelitian yang diangkat adalah mengenai bagaimana membangun *brand image* untuk memperkenalkan kerajinan tangan Indonesia yang ramah lingkungan kepada konsumen lokal khususnya Gen-Z.

Perancangan desain *Marketing Collateral* diharapkan dapat memperkuat identitas visual Craftote, menciptakan kesan konsisten dan menarik, serta meningkatkan daya saing produk kerajinan tangan Indonesia. Desain akan mencakup pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual yang sesuai dengan karakter target audiens. Media cetak seperti katalog, brosur, dan *X-banner* akan menonjolkan keunikan produk, sementara media digital seperti sosial media dan poster iklan *online* akan dibuat lebih dinamis dan mudah diakses untuk menjangkau audiens yang lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya maka rumusan masalah untuk Tugas Akhir ini yaitu “Bagaimana perancangan media *Marketing Collateral* yang merepresentasikan *brand image* dengan konsep tradisional dan ramah lingkungan?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan dalam penyusunan tugas akhir ini terfokus pada tujuan yang diinginkan, maka ditetapkan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

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

1. Penjabaran proses perancangan media *Marketing Collateral* untuk membangun *brand image* Craftote
2. Bagaimana penggunaan dan penerapan prinsip serta konsep desain pada Perancangan *Marketing Collateral* Dalam Membangun *Brand Image* Craftote.
3. Penerapan desain pendukung pada perancangan desain *Marketing Collateral* untuk Craftote

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dalam pengerjaan Tugas Akhir perancangan *Marketing Collateral* ini adalah sebagai berikut:

1. Menciptakan desain visual yang konsisten dan menarik, yang dapat mencerminkan nilai-nilai utama Craftote, yaitu kearifan lokal, keberlanjutan, dan keunikan produk kerajinan tangan Indonesia.
2. Meningkatkan eksposur Craftote melalui media cetak dan digital, menjangkau audiens yang lebih luas, baik di sekitar lokasi maupun di dunia maya melalui platform sosial media dan iklan digital.
3. Membangun citra merek (*brand image*) di kalangan konsumen lokal dan audiens yang lebih luas dengan memperkenalkan Craftote sebagai tempat yang menggabungkan seni kerajinan tangan dan kedai kopi dengan konsep ramah lingkungan dan minimalis.

Kemudian manfaat dalam pengerjaan Tugas Akhir perancangan desain *Marketing Collateral* ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat untuk klien

Penerapan *Marketing Collateral* yang baik dapat membantu *brand* dalam meningkatkan *brand image*, sekaligus membantu konsumen dapat memahami nilai, keunikan, serta pesan yang ingin disampaikan oleh *brand* secara lebih jelas dan konsisten.



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. Manfaat untuk akademis

Penulisan laporan Perancangan *Marketing Collateral* dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Craftote ini dapat menjadi manfaat serta referensi bagi penulisan Tugas Akhir perancangan desain dengan permasalahan atau topik yang sejenis.

3. Manfaat untuk praktis desain grafis

Perancangan *Marketing Collateral* dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Craftote ini dapat menjadi salah satu referensi dalam menggarap desain serupa dengan aspek desain seperti tipografi, *layout*, pemilihan warna, dan aspek lainnya dengan tema yang serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan laporan, secara sistematis isi dari laporan ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan tentang latar belakang yang membahas tentang permasalahan yang dihadapi klien yang berhubungan dengan desain grafis, serta solusi yang akan dilakukan untuk menjawab permasalahan. Lalu penjelasan tentang rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat dalam perancangan, serta sistematika penulisan dalam penyusunan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Berisi pembahasan mengenai teori-teori desain yang disusun secara sistematis dan digunakan sebagai landasan dalam mendukung pengerjaan Tugas Akhir. Teori tersebut meliputi penjelasan mengenai promosi, media promosi, *brand image*, *Marketing Collateral* dan teori mikro mengenai desain lainnya sebagai topik dari Tugas Akhir ini.

BAB III METODE PERANCANGAN

Berisi metode apa saja yang di ambil untuk menjelaskan bagaimana metode analisis yang digunakan untuk merancang *Marketing Collateral* dalam meningkatkan daya tarik konsumen terhadap Craftote serta hasil riset



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

dengan metode wawancara, observasi, dan studi literatur juga analisis dari hasil riset tersebut.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan tentang hasil dari perancangan yang sudah dilakukan dan dibahas secara detail mengenai bagaimana proses yang telah dilalui yaitu mulai dari pengembangan ide, *mindmapping*, mencari key visual atau membuat *moodboard*, pembuatan sketsa, pembuatan desain beserta alternatif desain hingga finalisasi desain dengan menerapkan prinsip dan elemen desain, kemudian menjelaskan satu desain terpilih disertai alasan pemilihan desain tersebut. Selanjutnya mengaplikasikan karya pada media pendukung dan pertimbangan produksi.

BAB V PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran dari keseluruhan hasil pengerjaan dan pembahasan mengenai perancangan *Marketing Collateral* dalam membangun *Brand Image Craftote*.

**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

Bab ini memuat penutup dari keseluruhan proses perancangan *marketing collateral* dalam membangun *brand image* Craftote. Setelah melalui tahapan pengumpulan data, analisis, hingga perancangan desain dengan pendekatan *design thinking*, diperoleh hasil yang mampu menjawab permasalahan promosi yang dihadapi Craftote. Pada bab ini akan disampaikan kesimpulan atas proses dan hasil perancangan yang telah dilakukan, serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan *brand* Craftote ke depannya maupun sebagai referensi dalam praktik desain grafis.

5.1 Simpulan

1. Perancangan marketing collateral untuk Craftote mulai dari pengumpulan data melalui wawancara, observasi, hingga studi literatur. Craftote memiliki permasalahan kurangnya media promosi untuk memperkenalkan citra yang dimiliki dan ingin ditunjukan. Dengan perancangan marketing collateral menghasilkan identitas visual yang konsisten dan selaras dengan nilai-nilai utama *brand*, yaitu kearifan lokal, ramah lingkungan, dan keunikan produk kerajinan tangan Indonesia. Hal ini tercermin melalui pemilihan warna *earth-tone*, tipografi sederhana, dan elemen visual menggunakan motif anyaman yang di terapkan pada benda alam seperti daun. Pendekatan visual yang diterapkan juga memperkuat citra Craftote sebagai *brand* yang ramah lingkungan dan sarat nilai budaya lokal.

Media promosi yang dirancang, baik dalam bentuk cetak seperti katalog, brosur, dan *banner*, maupun dalam bentuk digital seperti desain *feed* Instagram dan poster iklan online, mampu menjangkau audiens yang lebih luas. Media tersebut disesuaikan dengan karakteristik Gen-Z sebagai target pasar utama, seperti penggunaan material art paper pada desain katalog untuk memperkuat kesan premium, dan juga penggunaan 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

albatros pada banner yang sangat cocok untuk *display* dalam ruangan untuk event-event yang akan di hadiri Craftote. Memanfaatkan kekuatan visual untuk menarik perhatian serta menyampaikan informasi secara efektif, baik di lingkungan fisik sekitar maupun di platform digital.

2. Perancangan ini diharapkan dapat memperkuat *brand image* Craftote sebagai tempat yang menggabungkan seni kerajinan tangan dan kedai kopi dengan konsep ramah lingkungan dan minimalis. Citra ini dibangun melalui pendekatan desain yang menggambarkan nilai estetika tradisional dalam tampilan modern, serta penyampaian pesan merek yang konsisten di seluruh media promosi. Untuk mencapai hal tersebut, desain ini menerapkan keseimbangan visual agar tampil harmonis, kesatuan melalui konsistensi elemen visual, kontras untuk menonjolkan informasi penting dan menciptakan dinamika, serta pemanfaatan *white space* untuk kesan elegan, minimalis, dan peningkatan keterbacaan. Dengan prinsip-prinsip ini, konsumen akan lebih mudah mengenali, mengingat, dan terhubung secara emosional dengan identitas Craftote.
3. Pengembangan media pendukung berupa *poster ads* online dan juga feeds instagram, secara konsisten mencerminkan konsep ramah lingkungan dan minimalis yang memadukan estetika tradisional dengan sentuhan modern. Media pendukung ini tidak hanya mempromosikan, tetapi juga menjadi ekstensi merek Craftote, memudahkan konsumen mengenali dan terhubung secara emosional dengan identitas Craftote di platform digital.

5.2 Saran

1. Diperlukan eksplorasi visual yang lebih mendalam dan berani untuk menghasilkan desain yang lebih unik serta orisinal. Hal ini harus didukung dengan peningkatan kemampuan teknis dalam penggunaan perangkat lunak dan teknik produksi, serta memastikan konsistensi visual yang optimal di seluruh 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 menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Penggunaan software desain dan teknik produksi bisa terus diasah agar hasil akhir lebih profesional dan efisien. Pengetahuan tambahan mengenai teknik cetak dan digital publishing juga akan sangat mendukung kualitas karya serta teliti dalam penggunaan aset-aset yang digunakan seperti font, foto, dan aset lainnya yang memiliki lisensi agar terhindar dari copyright
3. Manajemen waktu perlu ditingkatkan untuk jadwal yang lebih terstruktur, memberikan ruang lebih luas bagi eksplorasi ide dan revisi. Selain itu, proses uji coba desain harus dimaksimalkan dengan melibatkan langsung target audiens Gen-Z untuk menyesuaikan pendekatan visual agar lebih tepat sasaran, serta mendokumentasikan seluruh proses desain secara sistematis untuk refleksi dan pelaporan.



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, M., Tumbel, T. M., & Kalangi, J. A. F. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Oriflame Di Kota Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10. <https://doi.org/10.35797/jab.v10.i1.25-31>
- Aminah, S., & Ramadhani, M. M. (2021). Pengaruh Konten Media Brosur Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen di Kreditplus Cabang Banjarmasin. *Yudishtira Journal : Indonesian Journal of Finance and Strategy Inside*, 1. <https://doi.org/10.53363/yud.v1i3.14>
- Ammariah, H. (2023, March 8). Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar. *ruangguru.com*. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/66/>
- Ansori, S., Hendradi, P., & Nugroho, S. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Aplikasi Mobile Sipromawa. *Journal of Information System Research (JOSH)*, 4(4), 1072–1081. <https://doi.org/10.47065/josh.v4i4.3648>
- Aryani, I. D., & Murtiariyati, D. (2022). *Instagram Sebagai Media Promosi dalam Meningkatkan Jumlah Penjualan pada A.D.A Souvenir Project*.
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain Yang Konseptual*. PNJ PRESS. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#page=4>
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). *Penerapan Design Thinking Pada Perancangan Marketing Collateral Untuk Ristiant Catering*. 02(01).
- Ferdiana Fasha, A., Rezqi Robi, M., & Windasari, S. (2022). Determinasi Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli: Brand Ambassador dan Brand Image (Literature Review Manajemen Pemasaran). *JURNAL MANAJEMEN*



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

- PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL, 3(1), 30–42.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.840>
- Guslanda, R. (2022, September 28). Jenis jenis banner dan fungsinya. *Ciptagrafika.com*. <https://ciptagrafika.com/jenis-jenis-banner-dan-fungsinya/>
- Indrianawati, D. N., Putra, G. B. S., & Kharismawan, P. G. S. (n.d.). *Perancangan Katalog Produk “Nenek Moyang 69” Di Cv. Boreh Bali*.
- Jushermi, J., Novie, Dr. M., & Adinugroho, I. (2024). *Pemasaran di Era Digital: Strategi Ekonomi Baru*. Takaza Innovatix Labs.
- Khaerudin, D., & Kusumah, L. H. (n.d.). *Analisis Peluang, Masalah Dan Tantangan Yang Dihadapi Industri Kerajinan Dompot Kulit Pria Di Kawasan Industri Tas Dan Dompot Desa Kadugenep, Kabupaten Serang – Banten*.
- Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions, Sixth Edition*.
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272.
<https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). *Perancangan Company Profile Pt Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi*. 2(3), 97–110.
- Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen Z* (1st ed.). Wawasan Ilmu.
https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YO4CEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA38&dq=elemen+desain+grafis&ots=KNoYvpP0Ps&sig=74kuRb2h7mOqHowb1GxSz0sZMpY&redir_esc=y#v=onepage&q=elemen%20desain%20grafis&f=false
- 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), 471–484.
<https://doi.org/10.31933/jimt.v2i4.459>

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

- Purnama, I., Mardian, I., Syafitri, N., Khair, S., & Aulia, A. A. (2021). *Pelatihan Pemanfaatan Katalog Untuk Mempromosikan Tenunan Umkm Di Ntobo Kota Bima Dan Pengaplikasian Sosial Media*. 2.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Rahmalia, N. (2023, January 19). Masih Perlukah Kartu Nama di Era Digital? Ini Jawabannya. *glints.com*. <https://glints.com/id/lowongan/fungsi-kartu-nama-di-era-digital/#:~:text=Di%20era%20modern%2C%20kartu%20nama,menghubu ngimu%20tetapi%20juga%20tentang%20bisnismu>
- Rustan, S. (2008). *Layout, Dasar & Penerapannya*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rustiarini, N. W., Anggraini, N. P. N., & Satwam, I. K. S. B. (2021). Perancangan Katalog Produk Untuk Meningkatkan Penjualan Umkm. *Jurnal Masyarakat Mandiri*, 5, 2615–2624. <https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5842>
- Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature Review Keputusan Pembelian Dan Minat Beli Konsumen Pada Smartphone: Harga Dan Promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi, E. (2015). *Prinsip-Prinsip Pemasaran— Pengenalan Plus Tren Terkini Tentang Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Entrepreneurial Marketing Dan E-Marketing*. Penerbit ANDI.
- Siburian, S. A., Saragi, D., & Harahap, S. (2020). Tinjauan Tata Letak (layout) Poster Anti Narkoba Badan Narkotika Nasional Provinsi Sumatera Utara. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.16538>
- Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>
- Sumanto, S., & Sukamti, S. (2018). Keragaman Jenis dan Model Produk Home Industry Kerajinan Tangan sebagai Sumber Belajar di Sekolah Dasar.



© 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

Sekolah Dasar: Kajian Teori dan Praktik Pendidikan, 27(1), 49–58.

<https://doi.org/10.17977/um009v27i12018p049>

Sussanti, Veronica Krisni Damayanti, & Mulyadi Amin. (2024). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *CEMERLANG: Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 288–295.

<https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i4.3278>

Wardhana, A. (2024). *Brand Image* (pp. 186–22).





LAMPIRAN

1. Lembar bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Syahru Haula Safitri	
NAMA PEMBIMBING		Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Terhadap Craftote	
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	24 Februari 2025	Outline masih belum jelas dan harus mengganti klien karena kurangnya data mengenai klien pertama	mencari klien baru dan membuat outline dengan materi dan klien baru
2	13 Maret 2025	Membahas outline dengan klien baru serta melanjutkan ke penyusunan BAB 1, revisi pada bab 1 pada bagian latar belakang yaitu masih kurangnya penjelasan mengenai permasalahan klien	Menggali lagi permasalahan dan kebutuhan klien kemudian menyusun ulang Latar belakang pada BAB 1
3	19 Maret 2025	Membahas BAB 1-2, revisi pada BAB 1 terdapat pada rumusan masalah yang masih terlalu general kemudian pada BAB 2 materi harus digali lebih dalam lagi mengenai marketing collateral	Mencari teori teori lagi dengan literasi untuk melengkapi teori yang di butuhkan pada BAB 2
4	10 April 2025	Melanjutkan BAB 3, dan mengirim progres melalui email	Merapikan penulisan pada BAB 1 2 & 3
5	19 Mei 2025	Pengarahan SEMNAS	Merapikan penulisan BAB 4 hingga desain terpilih untuk konten poster semnas
6	29 Mei 2025	Membahas abstrak untuk artikel	Merevisi susunan konten pada abstrak yaitu mulai dari fenomena kemudian dilanjutkan permasalahan dan pembahasan desain selanjutnya.
7	16 Juni 2025	Membahas konten poster semnas	Revisi isi konten dengan menambahkan penjelasan sketsa, moodboard, dan desain.
8	30 Juni 2025	Membahas desain katalog cetak dan laporan bab 4 & 5	Revisi desain dengan mengeksplor lagi referensi agar desain terlihat tidak flat, serta merevisi kalimat pada bab 4 yang masih pasif dan bab 5 yang belum menjawab tujuan dari laporan
9	1 Juli 2025	Asistensi desain dan laporan setelah revisi	merapikan penulisan dan crosscheck keseluruhan laporan
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Syalu Hauula Safitri	
NAMA PEMBIMBING		Sari Puspita Dewi, M.Pd.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konsumen Terhadap Craftote	
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	14 Maret 2025	Membahas BAB 1, revisi pada bagian penulisan sitasi dan beberapa bagian penulisan yang masih belum padu atau terbalik dalam menjelaskan latar belakang, kemudian pada rumusan masalah masih terlalu general.	Merapikan kembali penulisan sitasi serta kalimat yang belum padu pada latar belakang dan merevisi isi dari rumusan masalah.
2	26 Maret 2025	Membahas BAB 2, revisi pada bagian penulisan bahasa inggris yang masih belum di italic, kemudian penambahan kalimat penghubung pada tiap berganti pembahasan teori.	Merapikan penulisan dan menambahkan kalimat penghubung di akhir maupun awal setiap ingin memulai membahas teori baru.
3	10 April 2025	Membahas BAB 3, penulisan pada nomor sub bab sebaiknya lebih rata ke kiri dan konsisten, juga penjabaran pada bagian consumer insight lebih di detailkan kembali.	Merapikan penomoran proposal, merapikan sub bab yang masih berantakan, dan juga menjabarkan lebih rinci pada bagian consumer insight.
4	29 April 2025	Membahas revisi sempro dan kerangka konten BAB 4	Merevisi sesuai dengan komentar pada sempro dan melanjutkan pengerjaan BAB 4
5	30 Mei 2025	Mengirim email abstrak untuk artikel	Merevisi kata yang salah eja, dan tambahkan penjelasan mengenai target audiens.
6	1 Juli 2025	Membahas BAB 4 & 5 mengenai judul bab yang masih tidak sama rata dan beberapa typo pada penulisan	Merapikan penulisan yang typo dan sub bab yang masih berantakan serta crosscheck keseluruhan laporan
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

Lampiran 1 Logbook Bimbingan



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. Transkrip wawancara

Tanggal: 3 Maret 2025

Tempat: Craftote Gallery & Coffee, Rawa kepaNo.37 Tomang, Grogol Petamburan Jakarta Barat.

Narasumber: Thio Siujinata

1. **Bisa tolong ceritakan bagaimana berdirinya usaha ini dan apa yang membuat bapak memutuskan untuk membangun usaha ini?**

Tanggapan: Usaha ini berawal dari ketertarikan saya terhadap lingkungan dan produk-produk *handmade* yang memiliki nilai seni dan budaya. Sejak kecil saya berada di lingkungan yang cukup dekat dengan seni, dan pada tahun 2021 saya melihat potensi dari tanaman enceng gondok yang biasanya tidak dimanfaatkan. Dari situ muncul ide untuk mengolahnya menjadi produk anyaman yang bernilai guna dan estetik. Didukung oleh keluarga dan lingkungan yang juga memiliki usaha kerajinan tangan serta perjalanan yang cukup panjang untuk membangun usaha saya sendiri dari 0, akhirnya saya resmi mendirikan Craftote Gallery & Coffee pada 21 Oktober 2021 di daerah Tomang, Jakarta Barat.

2. **Sejauh ini bagaimana perkembangan craftote, dan pencapaian apa saja yang sudah ada?**

Tanggapan: Kita udah beberapa kali ikut *event-event* yang berhubungan dengan kerajinan tangan, seperti Jakarta Fair dan lumayan ngebantu buat ngenalin Craftote ke audiens yang lebih luas, khususnya yang mungkin belum terlalu kenal sama produk *handmade* lokal. Selain itu, kita juga aktif ikut bazaar UMKM yang diadakan dari tingkat kota sampai provinsi, biasanya diselenggarakan sama instansi pemerintah atau komunitas kreatif gitu. Dari event-event itu, kita juga sering dapat sertifikat partisipasi dan lumayan jadi bukti juga kalau brand kita aktif dan dipercaya buat tampil di ruang publik.

Hak Cipta :

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

3. **Kalau boleh tahu, bagaimana kira-kira rata-rata pendapatan bulanan yang diperoleh Craftote sejauh ini?**

Tanggapan: sejauh ini perkembangan Craftote cukup baik. Kami sudah bisa menghasilkan omzet sekitar 70–80 juta per bulan untuk penjualan lokal. Bahkan produk kami sudah menembus pasar ekspor ke Kanada dan Jepang, dengan nilai ekspor sekitar 50–100 juta rupiah.

4. **Apa craftote memiliki kerja sama dengan klien atau usaha lain?**

Tanggapan: Ya, seperti yang sudah dibahas tadi sejauh ini kami sudah beberapa kali ikut serta dalam *event* dan pameran yang diselenggarakan oleh beberapa instansi dan komunitas kreatif. Selain itu, kami juga terbuka untuk kolaborasi, termasuk dengan pelaku usaha atau *brand* yang memiliki nilai yang sejalan dengan kami.

5. **Kemudian apakah ada usaha lain yang dirasa seperti kompetitor yang terget marketnya sama dengan craftote?**

Tanggapan: Ada. Salah satu kompetitor kami adalah Du'Anyam, yang juga bergerak di bidang kerajinan tangan berbahan alami dan punya nilai sosial yang kuat. Selain itu, ada juga Seken Living yang fokus pada dekorasi rumah dan furnitur berbahan natural dengan gaya minimalis modern. Mereka sama-sama menargetkan pasar muda dan konsumen yang peduli terhadap lingkungan, seperti yang juga kami targetkan. Selain itu saya juga mengambil kompetitor besar seperti mereka sebagai patokan agar dapat berkembang jauh.

6. **Lalu kesan seperti apa yang ingin di tampilkan atau ingin dikenal seperti apa?**

Tanggapan: Kami ingin Craftote dikenal sebagai brand lokal yang tidak hanya menjual produk, tapi juga menghadirkan pengalaman dan nilai. Kami ingin menampilkan kesan natural, minimalis, tradisional, dan ramah

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

lingkungan. Harapannya, orang mengenal kami bukan sekadar dari produknya, tapi juga dari cerita, nilai, dan gaya hidup yang kami usung.

7. Permasalahan apa yang dialami craftote, dan desain apa yang di butuhkan saat ini??

Tanggapan: Kalau bicara soal permasalahan yang dihadapi Craftote saat ini, bisa dibilang fokus utamanya ada di komunikasi visual dan bagaimana brand kami dikenali oleh pasar, khususnya generasi muda seperti Gen-Z. Selama ini kami sudah punya produk dengan konsep yang kuat—ramah lingkungan, dibuat secara manual, dan mengangkat nilai-nilai kearifan lokal. Tapi sayangnya, hal itu belum sepenuhnya tersampaikan lewat media promosi yang kami punya. Kalau soal media apa aja yang mau dibuat, sebenarnya saya pribadi cukup fleksibel dan menyerahkan itu ke desainer. Selama media yang dirancang bisa menyampaikan citra Craftote sebagai brand yang ramah lingkungan, mengangkat kearifan lokal, dan punya nilai estetika tradisional-modern, saya sangat terbuka. Buat saya, media promosi itu bukan soal banyaknya, tapi bagaimana pesan dari *brand* ini bisa sampai dengan cara yang tepat ke target audiens, terutama Gen-Z yang sekarang lebih responsif terhadap visual dan *storytelling* yang kuat. Jadi, mau itu dalam bentuk cetak seperti brosur atau *banner*, atau digital seperti feed Instagram dan poster *online* silakan saja. Selama desainnya konsisten, punya arah visual yang jelas, dan benar-benar mewakili siapa kami, saya sangat mendukung.

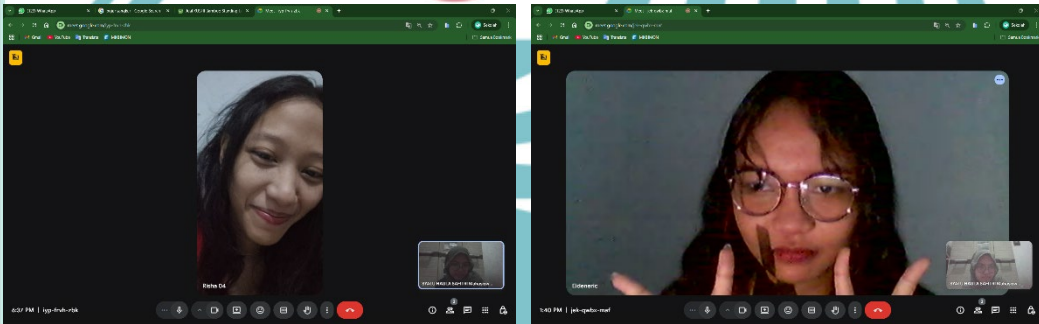
8. Saat ini apakah craftote memiliki *brand guideline* atau aturan desain yang harus saya ikuti?

Tanggapan: Untuk saat ini kami belum memiliki *brand guideline* yang lengkap. Tapi kami sudah punya logo, dan contoh brosur serta beberapa foto yang dapat digunakan untuk keperluan konten desain nantinya. Kami terbuka untuk masukan dan pengembangan jika memang dibutuhkan untuk keperluan desain yang lebih konsisten.

Hak Cipta :

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

3. Dokumentasi



Lampiran 2 Dokumentasi



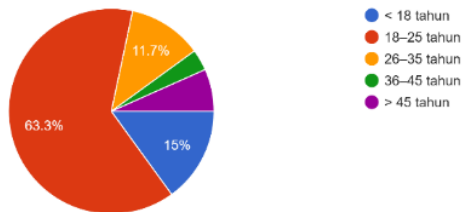
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

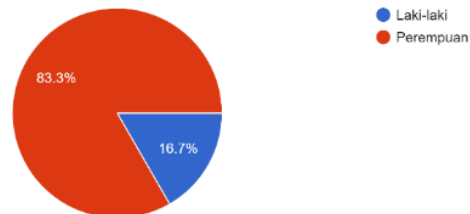
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

4. Kuesioner

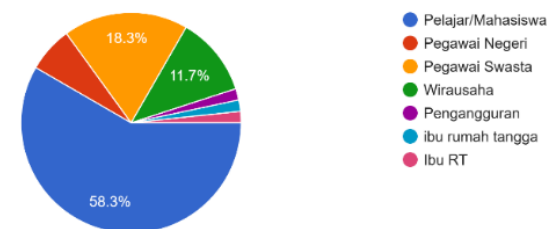
Berapa Usia Anda?
60 responses



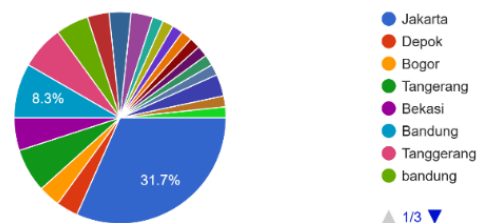
Jenis Kelamin
60 responses



Apa Pekerjaan Anda
60 responses



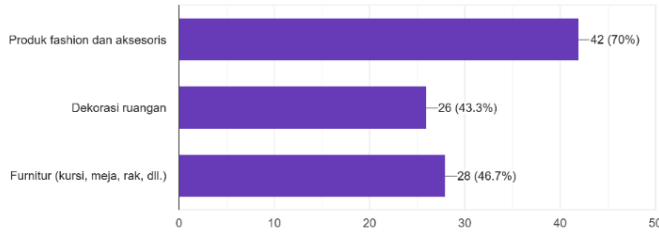
Domisili
60 responses



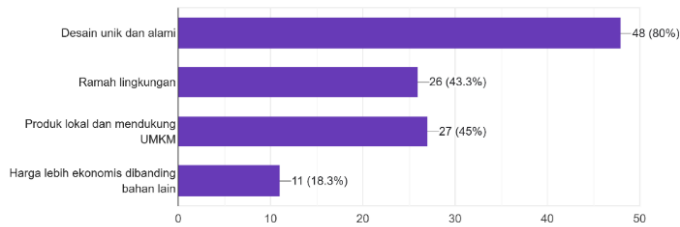
Hak Cipta :

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

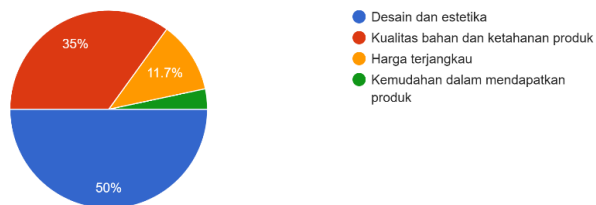
Produk apa yang pernah Anda beli? (Boleh pilih lebih dari satu)
60 responses



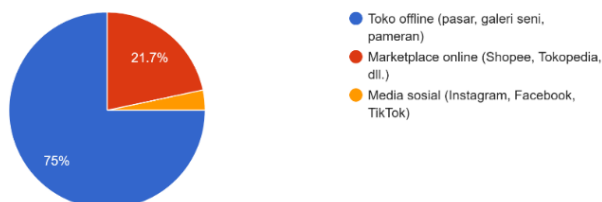
Apa yang paling menarik dari produk kerajinan tangan tradisional bagi Anda? (Boleh pilih lebih dari satu)
60 responses



Apa yang paling mempengaruhi keputusan Anda dalam membeli produk kerajinan tangan tradisional?
60 responses



Dimana biasanya Anda membeli produk kerajinan tangan tradisional?
60 responses





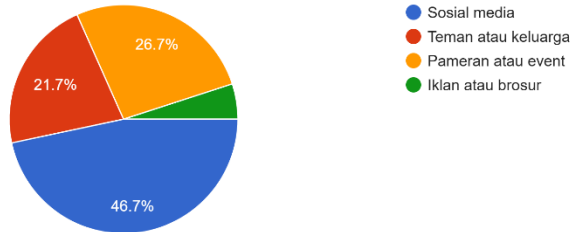
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

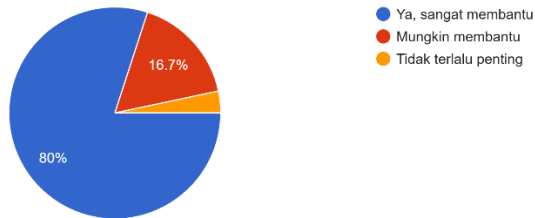
Bagaimana biasanya Anda mengetahui produk kerajinan seperti Craftote?

60 responses



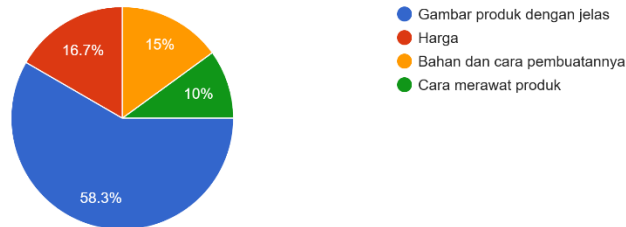
Apakah menurut Anda informasi produk seperti katalog, brosur, atau media promosi (marketing collateral) akan membantu Anda lebih tertarik membeli produk?

60 responses



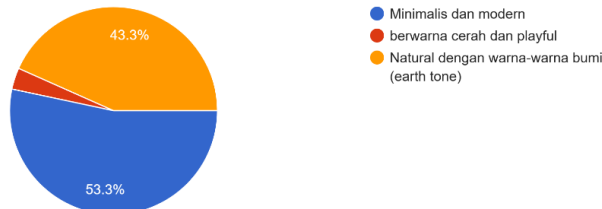
Jika ada brosur atau katalog, informasi apa yang ingin Anda lihat di dalamnya?

60 responses



Menurut Anda, seperti apa desain promosi untuk Craftote yang menarik dan Anda sukai?

60 responses



Lampiran 3 Kuesioner Consumer Insight



© 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

5. Bukti cek plagiarisme

Similarity Report ID: oid:3618:102986799

PAPER NAME
DG8B_Syalu Haula Safitri_Perancangan Marketing Collateral Dalam Membangun Brand Image Craftote.pdf

AUTHOR
Syalu Haula Safitri

WORD COUNT
11620 Words

PAGE COUNT
66 Pages

SUBMISSION DATE
Jun 30, 2025 11:06 AM GMT+7

CHARACTER COUNT
74811 Characters

FILE SIZE
3.3MB

REPORT DATE
Jun 30, 2025 11:07 AM GMT+7

9% Overall Similarity

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

- 8% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

Similarity Report ID: oid:3618:102986799

9% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 8% 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	kc.umn.ac.id	Internet	2%
2	repository.pnj.ac.id	Internet	<1%
3	123dok.com	Internet	<1%
4	forestinsights.id	Internet	<1%
5	artikelpendidikan.id	Internet	<1%
6	scribd.com	Internet	<1%
7	heriosusanto.blogspot.com	Internet	<1%
8	, Arianto. "Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Dakwah Pendidik...	Publication	<1%

Sources overview

Similarity Report ID: oid:3618:102986799

9	docplayer.info	Internet	<1%
10	toffedev.com	Internet	<1%
11	eprints.unram.ac.id	Internet	<1%
12	omp.lspr.edu	Internet	<1%
13	media.netti.com	Internet	<1%
14	repository.trisakti.ac.id	Internet	<1%
15	repository.uin-suska.ac.id	Internet	<1%
16	e-journal.uajy.ac.id	Internet	<1%
17	johannessimatupang.wordpress.com	Internet	<1%
18	ejournal.unsrat.ac.id	Internet	<1%
19	repository.upnvj.ac.id	Internet	<1%
20	vddocuments.net	Internet	<1%

Sources overview

Similarity Report ID: oid:3618:102986799

33	repository.uinjkt.ac.id	Internet	<1%
34	Jalesita Putri Pramitha, Mohamad Syahrir Sugandi, Asaas Putra. "Stra...	Crossref	<1%
35	id.scribd.com	Internet	<1%
36	papadeshop.com	Internet	<1%
37	perpustakaan.com	Internet	<1%
38	repository.maranatha.edu	Internet	<1%
39	repository.unpas.ac.id	Internet	<1%
40	repository.untag-sby.ac.id	Internet	<1%
41	Andi Muhammad Luthfi Akram, Valentino Aris, Marhawati Marhawati. "...	Crossref	<1%
42	clara-indonesia.com	Internet	<1%
43	dergipark.org.tr	Internet	<1%
44	digilib.repository.unusida.ac.id	Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

iThenticate®			Similarity Report ID: oid:3618:102986799
45	ejournal.stipram.ac.id	Internet	<1%
46	eprints.unpam.ac.id	Internet	<1%
47	harian7.com	Internet	<1%
48	id.123dok.com	Internet	<1%
49	journal.ubm.ac.id	Internet	<1%
50	turk-internet.com	Internet	<1%
51	Ferizka Tiara Devani, Marti Utari. "STRATEGI PENGEMBANGAN E-COM...	Crossref	<1%
52	Putri Balkis, Nia Oktaviani. "Re-Design User Interface Website PT. Gozc...	Crossref	<1%
53	zombiedoc.com	Internet	<1%
54	repository.dinamika.ac.id	Internet	<1%
55	infocetak.com	Internet	<1%

Sources overview

Lampiran 4 Bukti cek plagiarisme

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. Daftar Riwayat Hidup

Syalu Haula Safitri

Jakarta Utara, DKI Jakarta | +6285893649544 | syaluhaulasafitri31@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/syalu-haula-safitri>

An Undergraduate Graphic Design Student at Politeknik Negeri Jakarta who is team and goal-oriented, having bright ideas, skilled in creating creative concepts that can be applied into visual designs, focused on design developments, appropriate technologies and software for visual works. With growing portfolio and expertise, I can contribute and dedicate myself to the growth of company's successful journey.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta

Graphics and Printing Engineering

Depok, Indonesia
September 2021 – present

- GPA 3.80/4.00– Field: Graphic Design
- Relevant Coursework: Typography, Illustration, Design Branding, Printing & Digital Production, Marketing Communication, Consumer Behavior, and Design Packaging.

Studi Independen Bersertifikat Kampus Merdeka Kemendikbud x MyEduSolve UI/UX Design Pathway

Jakarta, Indonesia
September 2021 – present

Studi Independen Bersertifikat (SIB) is part of Kampus Merdeka Kemendikbud Program which aims to provide opportunities for students to learn and develop through activities outside the lecture class, but are still recognized as part of the lecture and can be converted to campus credits.

- I was chosen as one of UI/UX Design Mentee, selected from 4000+ applicants from universities across Indonesia. I got the chance to learn directly from the experts during this 4 months intensive program.
- Learning objectives; 1) Adobe Illustartor; 2) Intuit Design for Delight; 3) UX Research: Competitive Analysis & Usability Testing; 4) Figma Design

WORK EXPERIENCE

Graphic Designer Assistant (MSIB)

PT. Hacktivate Teknologi Indonesia

Jakarta, Indonesia
February 2024 - June 2024

- Designed instagram feeds and istagram stories following the direction of the brief
- Designed event poster focusing on concept and massaging to attract the audience's attention
- Redesigned promotion flyer for Hacktiv8
- Editing content and synchronizing videos reels and youtube ads to be processed into quality content
- Editing motion reels and youtube ads videos for Hacktiv8
- Adjusted Copywriting for instagram ads Hacktiv8

Freelance

2023 - Present

- Creating several digital illustration projects according to client requests

EVENT EXPERIENCE

Head of Design Division | LPEC PNJ Competition

February 2023 - April 2023

- Collaborated with other departments and design team members
- Responsible for supervising and providing direction to team members
- Organizing and distributing the entire agenda to the members
- Created Instagram feed designs, Instagram stories, and publish designs to social media
- Documenting photos and videos during events for social media content

ORGANIZATIONAL EXPERIENCE

Design Division Staff | Polytechnic English Club PNJ

January 2023 - present

- Creating an Instagram feed and publish designs on social media so that people know the information and are interested in following it
- Documenting organizational activities for social media content
- Submitting design ideas to plan projects with team members.

PROJECTS & PORTFOLIO

Website 321.id Re-design (UI/UX Design)

- Collaborated with a team to design an intuitive and user-friendly interface for <https://321.id/>
- Conducted user research and prototyping to ensure alignment with user needs and preferences.
- Designed seamless navigation flows and appealing visuals to enhance the overall user experience.
- Made 10+ screen UI in Figma to connecting flows from login to home screen.



© 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

Tripy App Design (UI/UX Design)

- Collaborated with a team to design an intuitive and user-friendly interface for Tripy, a travel planning application. *Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup*
- Conducted user research and prototyping to ensure alignment with user needs and preferences.
- Designed seamless navigation flows and appealing visuals to enhance the overall user experience.
- Made 10+ screen UI in Figma to connecting flows from login to home screen.

Final Project (2 nd - 5 th Semester)

March 2022 - Januari 2024

- Made 4 items promotional media for the Diridara brand, namely totebags, posters, along with graphic elements
- Designed 2 items food packaging for the PNJ canteen according to the brief provided by the client.
- Executed and collaborated 50+ pages a company profile in team with Unit Bisnis PNJ as a client.
- Transformed ideation to a brand identity "Creepsy", production, promoting, and marketing to created 10+ items.

CERTIFICATION

Intuit Design for Delight Innovator

October 2024

Certiport- A Pearson VUE Business | Total Score 888 out of 1000, Credential ID: wbQ8a-FaQs

Graphic Design & Illustration Using Adobe Illustrator

September 2024

Certiport- A Pearson VUE Business | Total Score 841 out of 1000, Credential ID: dEBJ-uTaY

SKILLS

- Creative
- Ability to operate Adobe Creative (Photoshop, Illustrator, InDesign), Canva, VN, also 3ds max
- Visual Communication Skills
- Team Working skill
- Design problem solving

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA