



© 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* UNTUK MEDIA PROMOSI RM IBU EKA



**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 *Marketing Collateral* untuk Media Promosi
RM Ibu Eka

Penulis : Wafiyaa Ashma Qolbi Taqiyya

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Anggi Anggarini, M. Ds
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II

Saeful In'am, MT
NIP. 198607202010121004



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK MEDIA
PROMOSI RM IBU EKA**

Oleh:

WAFIYYA ASHMA QOLBI TAQIYYA
2106421034

Disahkan:
Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Sari Puspita Dewi, M.Pd
NIP. 198208312015042001

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi RM Ibu Eka

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.

Jakarta, 2 Juli 2025

Yang menyatakan,



Wafiyya Ashma Qolbi T.

2106421034

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

RM Ibu Eka merupakan rumah makan khas Sunda yang menyajikan hidangan autentik berbahan segar lokal, serta menawarkan suasana nyaman dan pelayanan hangat kepada pelanggan. Meskipun memiliki potensi daya tarik yang kuat, strategi promosi yang diterapkan masih terbatas pada media cetak sederhana dan mengandalkan rekomendasi pelanggan serta ulasan daring, sehingga penyampaian informasi dan citra usaha belum sepenuhnya efektif. Menanggapi hal ini, dilakukan perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi visual yang menyampaikan informasi secara terstruktur, konsisten, dan menarik. Proses perancangan mengikuti lima tahapan *design thinking*, yaitu *empathize* (observasi lapangan, wawancara informal, dan kuesioner daring untuk memahami preferensi audiens), *define* (analisis SWOT untuk merumuskan masalah dan peluang), *ideate* (pengembangan konsep melalui *mind map* dan *moodboard* yang menetapkan palet warna, tipografi, dan ornamen etnik), *prototype* dan *testing* (uji coba cetak dan desain kepada target audiens untuk memperoleh *feedback* konkret). Media utama yang dibuat berupa banner 2×1 m, didukung empat banner penunjuk arah (jarak 2 km, 1 km, 500 m, dan 200 m), menu A4 dua sisi, poster A3 informasi tentang edukasi lalat di Pangalengan, serta desain digital untuk *cover highlights* Instagram *Story*. Keseluruhan desain menekankan karakter tradisional dan kehangatan lokal melalui komposisi warna merah tua, kuning kunyit, dan coklat hangat yang membumi, dipadu ilustrasi daun pisang dan motif batik. Hasil uji coba menunjukkan tanggapan positif dari audiens, lengkap dengan masukan untuk penyesuaian ukuran teks, hingga peningkatan kontras warna. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat memperkuat kesan profesional rumah makan dan memberikan dukungan visual yang relevan, serta memberikan kerangka praktis bagi pelaku usaha kuliner lain dalam membangun citra merek melalui media promosi cetak dan digital.

Kata kunci: RM Ibu Eka, *Marketing Collateral*, Media promosi, *design thinking*, rumah makan Sunda



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

ABSTRACT

RM Ibu Eka is a Sundanese restaurant that serves authentic dishes made from fresh local ingredients, and offers a cozy atmosphere and warm service to customers. Despite its strong potential appeal, the promotional strategy applied is still limited to simple print media and relies on customer recommendations and online reviews, so the delivery of information and business image has not been fully effective. In response to this, marketing collateral was designed as a visual promotional medium that conveys information in a structured, consistent, and attractive manner. The design process followed the five stages of design thinking, namely empathize (field observations, informal interviews, and online questionnaires to understand audience preferences), define (SWOT analysis to formulate problems and opportunities), ideate (concept development through mind map and moodboard that define color palettes, typography, and ethnic ornaments), prototype and test (print and design trials to target audiences to obtain concrete feedback). The main media created is a 2×1 m banner, supported by four direction banners (2 km, 1 km, 500 m, and 200 m distance), A4 double-sided menu, A3 poster with information about fly education in Pangalengan, and digital design for Instagram Story highlights cover. The overall design emphasizes traditional character and local warmth through the color composition of dark red, turmeric yellow, and warm brown, combined with illustrations of banana leaves and batik motifs. The pilot test results showed positive feedback from the audience, complete with suggestions for adjusting the text size, to increasing color contrast. Thus, this design is expected to strengthen the professional impression of the restaurant and provide relevant visual support, as well as provide a practical framework for other culinary businesses in building brand image through print and digital promotional media.

Keywords: *RM Ibu Eka, Marketing Collateral, Promotional media, design thinking, Sundanese restaurant*



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

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi RM Ibu Eka” dapat diselesaikan dengan baik. Ucapan terima kasih disampaikan kepada orang tua dan keluarga tercinta atas doa dan dukungan yang terus mengiringi selama proses pengerjaan tugas akhir ini.

Laporan ini disusun sebagai bagian untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang mendalam kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama periode pengerjaan laporan ini. Terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta,
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S. T., M. Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan,
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis,
4. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds selaku Dosen Pembimbing Materi yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan waktu berharga selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini,
5. Bapak Saeful Imam, MT, selaku Dosen Pembimbing Teknis yang telah meluangkan waktu untuk memberikan masukan dan arahnya dalam menjaga sistematika penulisan dan aspek teknis dokumen Laporan Tugas Akhir ini,
6. Pak Kustiwa dan Ibu Eka selaku pemilik RM Ibu Eka atas izin dan keterbukaan yang diberikan selama proses riset dan perancangan, serta Teh Nida dan A Fisal yang turut membantu menyediakan informasi yang dibutuhkan,



© 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

7. Seluruh pegawai dan pelanggan RM Ibu Eka, serta responden lainnya yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner dan wawancara *testing* sebagai bagian dari proses pengumpulan data dalam Laporan Tugas Akhir ini,
8. Ansur, Isa, Salma, Ratu, Fita, Ebin, Dila, Arin, Dhean, Rere, seluruh teman-teman DG8B, dan teman-teman dari kelas lain yang turut berjuang dan membantu selama proses pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini,
9. Shalma, Salma, Dara, Atim, Marshu, Fitri, dan Bidun atas dukungan dan afirmasi positif yang diberikan selama pengerjaan Laporan Tugas Akhir ini,
10. Septy, Kila, Lula, Anna, Alin, Tiffany, dan Fara atas dukungan serta *insight* yang diberikan secara daring, baik dalam proses penyusunan laporan maupun pengembangan desain,
11. Semua pihak yang terlibat dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.

Dukungan dan motivasi yang diberikan sangat berarti dalam penyelesaian laporan ini. laporan ini mungkin masih terdapat kekurangan, baik dari segi isi maupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, penulis dengan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, diharapkan laporan ini dapat memberikan manfaat serta kontribusi positif bagi pembaca. Terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Jakarta, 2 Juli 2025

Wafiyya Ashma Qolbi Taqiyya



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	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan Perancangan	4
1.4.2 Manfaat Perancangan	5
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	8
2.1 Promosi	8
2.2 Media Promosi	9
2.2.1 Media Elektronik	10
2.2.2 Media Cetak	11
2.2.3 Media Luar Ruangan	12
2.3 <i>Marketing Collateral</i>	13
2.4 Komunikasi Visual	14
2.4.1 Warna	15
2.4.2 Tipografi	17
2.4.3 <i>Layout</i>	18
2.5 <i>Design Thinking</i>	18
BAB III METODE PERANCANGAN	22
3.1 Metode Penelitian	22
3.2 Data Analisis	27
3.2.1 Profil Klien	27
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	29
3.2.3 Kompetitor	31
3.2.4 <i>Consumer Insight</i>	38
3.2.5 Analisis SWOT	41
3.3 Arahkan Kreatif	43
BAB IV METODE PERANCANGAN	47
4.1 Konsep Visual	47
4.1.1 <i>Mind Map</i>	47
4.1.2 <i>Moodboard</i>	50



© 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

4.1.3 Alternatif Konsep Visual	53
4.2 Proses Desain	54
4.2.1 Sketsa Manual	54
4.2.2 Sketsa Digital.....	58
4.2.3 Desain Terpilih	61
4.2.4 <i>Testing</i>	64
4.2.5 Evaluasi	67
4.3 Media Pendukung	69
4.4 Pertimbangan Produksi	72
BAB V PENUTUP.....	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR REFERENSI	77
LAMPIRAN	80

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Televisi	10
Gambar 2. 2 Radio	11
Gambar 2. 3 Media Promosi (Banner) Luar Ruangan	12
Gambar 2. 4 Marketing Collateral Phò Lành Hanoi Cuisine	13
Gambar 2. 5 RGB dan CMYK	16
Gambar 2. 6 Desain <i>layout</i> Foodlover berbagai ukuran	18
Gambar 3. 1 Metode Penelitian.....	22
Gambar 3. 2 Interior depan RM Ibu Eka.....	23
Gambar 3. 3 Eksterior depan RM Ibu Eka	27
Gambar 3. 4 Interior RM Ibu Eka lantai atas, lantai depan, dan lantai bawah	28
Gambar 3. 5 Makanan paket RM Ibu Eka	30
Gambar 3. 6 Beberapa variasi makanan RM Ibu Eka	30
Gambar 3. 7 Eksterior depan RM Tangek	31
Gambar 3. 8 Beberapa media promosi eksterior dan interior RM Tangek	32
Gambar 3. 9 Menu depan dan belakang RM Tangek.....	33
Gambar 3. 10 Eksterior depan RM. Ma'Emeh	33
Gambar 3. 11 Media promosi RM. Ma'Emeh di pinggir jalan rumah makan terkait	34
Gambar 3. 12 Menu depan dan belakang RM. Ma'Emeh.....	34
Gambar 3. 13 Eksterior depan dan menu RM. Ma'Emeh.....	35
Gambar 3. 14 Interior dan poster klarifikasi tentang lalat di RM. Ma'Emeh	35
Gambar 3. 15 Eksterior depan RM Asti.....	36
Gambar 3. 16 Banner menu RM Asti.....	37
Gambar 3. 17 Menu A4 RM Asti.....	37
Gambar 4. 1 Mind Map RM Ibu Eka	48
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Visual Reference</i>	51
Gambar 4. 3 <i>Moodboard Layout Reference</i>	52
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1: Tradisional Lokal	54
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2: Tradisional Lokal	55
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 3: Tradisional Lokal	56
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 4: Autentik Dekoratif	57
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 5: Autentik Dekoratif	58
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 2: Tradisional Lokal	59
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 4: Autentik Dekoratif	60
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 5: Autentik Dekoratif	60
Gambar 4. 12 Desain Terpilih Komprehensif 5: Autentik Dekoratif.....	61
Gambar 4. 13 <i>h Pallette</i> yang digunakan	62
Gambar 4. 14 Dua tipografi yang digunakan	62
Gambar 4. 15 Elemen visual yang digunakan.....	63
Gambar 4. 16 <i>Testing</i> keterbacaan banner dari jarak 10-12 meter	64
Gambar 4. 17 Hasil desain evaluasi	67
Gambar 4. 18 <i>Mockup</i> digital banner utama ukuran 2x1 meter	69
Gambar 4. 19 <i>Mockup</i> digital empat banner penunjuk arah ukuran 1x1 meter	70



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 20 <i>Mockup</i> digital menu dua sisi ukuran A4.....	70
Gambar 4. 21 <i>Mockup</i> digital poster informasi tentang alat ukuran A3	71
Gambar 4. 22 <i>Mockup</i> digital <i>Cover Highlights</i> Instagram <i>Story</i>	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT.....	41
Tabel 3. 2 Arahana Kreatif.....	43
Tabel 4. 1 Turunan <i>Key Visual</i>	50
Tabel 4. 2 <i>Feedback Capture Matrix</i>	65





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	80
Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informal.....	82
Lampiran 3. Kuesioner Survey via Google Form.....	84
Lampiran 4. <i>Mind Map</i> RM Ibu Eka (Tampilan tiap Cabang)	92
Lampiran 5. Dokumentasi <i>Testing</i> dan Transkrip Wawancara 10 Responden	97
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	113
Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup.....	114





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Industri kuliner kini semakin berkembang pesat seiring meningkatnya kebiasaan makan di luar, baik di daerah perkotaan maupun kawasan wisata. Tidak hanya sebagai kebutuhan, aktivitas ini juga berperan dalam aspek sosial, seperti berkumpul bersama keluarga, rekan kerja, atau teman. Berdasarkan artikel Kompas, dari (Purwanto & Pancawati, 2024), pada tahun 2021, Kementerian Perdagangan RI menyebut bahwa sektor kuliner mendominasi bisnis waralaba di Indonesia dengan porsi sebesar 53 persen, diikuti oleh sektor ritel sebesar 15,3 persen. Tingginya persaingan ini membuat pelaku usaha tidak hanya berlomba dalam menghadirkan cita rasa yang lezat, tetapi juga dalam membangun strategi pemasaran yang efektif. Pelanggan kini tidak hanya mempertimbangkan faktor rasa, tetapi juga pengalaman menyeluruh yang ditawarkan oleh sebuah rumah makan, mulai dari kenyamanan tempat, kemudahan akses informasi, hingga daya tarik dalam materi promosi.

Persaingan rumah makan tidak hanya datang dari sesama restoran, tetapi juga dari ketersediaan variasi layanan makanan yang lebih fleksibel seperti katering keluarga serta berkembangnya pendekatan promosi yang semakin kreatif. Banyak rumah makan mulai merintis layanan katering sebagai strategi ekspansi, bukan untuk dijadikan fokus utama usaha, melainkan sebagai pelengkap guna menjangkau masyarakat lokal yang membutuhkan penyedia paket makanan untuk acara tertentu, sekaligus memperluas pasar tanpa bergantung pada kunjungan pelanggan yang terkadang bersifat musiman (Apriatni, 2022). Dalam menghadapi dinamika tersebut, strategi *branding* memegang peran penting dalam membentuk citra usaha serta memposisikan rumah makan secara tepat di benak pelanggan. *Branding* yang kuat mampu menciptakan persepsi positif mengenai kualitas layanan dan keunikan yang ditawarkan (Gersen & Steckel, 2023). Salah satu bentuk penerapan strategi tersebut adalah melalui penggunaan *marketing collateral*, yaitu media promosi



© 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

yang dirancang untuk menyampaikan informasi secara jelas sekaligus memperkuat daya tarik usaha dalam industri kuliner.

Menurut (Huawe et al., 2024) promosi bertujuan untuk menginformasikan pelanggan mengenai suatu produk atau layanan dengan harapan dapat memengaruhi keputusan pembelian. Di era digital saat ini, media promosi tidak hanya terbatas pada cetak, tetapi juga mencakup media digital untuk meningkatkan jangkauan dan daya tarik konsumen. Dalam konteks ini, perancangan *marketing collateral* difokuskan pada beberapa elemen utama yang mencerminkan karakter visual RM Ibu Eka. elemen-elemen visual yang mencerminkan karakter dan identitas RM Ibu Eka sebagai rumah makan khas Sunda. Media yang dirancang meliputi banner utama di depan rumah makan, empat banner penunjuk arah (2 km, 1 km, 500 m, dan 200 m), menu makanan dua sisi ukuran A4, poster informasi mengenai edukasi lalat di Pangalengan, serta desain digital untuk *cover highlights* Instagram *Story* sebagai bentuk media digital. Beberapa di antaranya akan disisipkan informasi tambahan terkait layanan katering seperti tulisan "terima pesanan nasi box" untuk memperluas jangkauan promosi tanpa mengubah fokus utama usaha sebagai rumah makan. Keseluruhan media promosi ini dirancang untuk menciptakan kesan visual yang konsisten, profesional, dan mudah dipahami oleh pelanggan.

RM Ibu Eka merupakan rumah makan yang berlokasi di Jl. Raya Pangalengan-Banjaran KM.32. Rumah makan ini mulai dibangun pada tahun 2014 dan resmi didirikan pada Desember 2015 dengan nama awal RM Punthil. Pada tahun 2018, rumah makan ini berganti nama menjadi RM Ibu Eka sebagai bagian dari penguatan identitas usaha, yaitu mengambil nama pemiliknya yang dikenal dengan keahliannya dalam memasak. Sebagai salah satu rumah makan terbesar di kawasan tersebut, RM Ibu Eka memiliki fasilitas pendukung seperti kolam ikan, area khusus rombongan, variasi tempat duduk, sehingga menawarkan pengalaman bersantap yang nyaman bagi pelanggan. Tidak hanya ingin dikenal sebagai destinasi wisata kuliner, rumah makan ini juga berupaya memperluas pasarnya dengan merintis layanan katering yang menyasar pelanggan keluarga maupun penyelenggara acara. Hingga kini, usaha ini terus berkembang dengan



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

mengutamakan penggunaan bahan segar dari hasil pertanian lokal serta menerapkan strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing di industri kuliner sekitar.

Berdasarkan observasi, terdapat beberapa tantangan utama dalam strategi promosi RM Ibu Eka. Pertama, citra *brand* yang belum sepenuhnya kuat menyebabkan daya ingat pelanggan terhadap rumah makan ini masih terbatas. Kedua, informasi dalam media promosi yang ada belum cukup menarik dan kurang merepresentasikan karakter rumah makan secara konsisten, terutama dalam memperkenalkan layanan katering sebagai salah satu bentuk ekspansi bisnis. Akibatnya, pelanggan potensial yang mencari penyedia layanan katering di sekitar Pangalengan mungkin tidak menyadari bahwa RM Ibu Eka menawarkan layanan tersebut. Ketiga, aksesibilitas informasi masih terbatas, baik bagi pelanggan yang ingin memahami menu secara lebih rinci maupun bagi calon pelanggan yang ingin menggunakan layanan katering.

Sebagai solusi, perancangan *marketing collateral* ini diarahkan untuk mendukung upaya penguatan citra dan *positioning* usaha yang kini mulai memperkenalkan layanan katering sebagai bagian dari pengembangan bisnis. Dengan pendekatan visual yang lebih konsisten, media promosi yang dirancang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara lebih terstruktur dan mudah dipahami, sekaligus merepresentasikan karakter rumah makan secara menyeluruh. Perancangan ini juga mencakup penambahan elemen informatif seperti keterangan pemesanan katering pada media promosi tertentu, tanpa mengubah fokus utama usaha sebagai rumah makan. Hal ini kemudian melatarbelakangi perancangan dengan judul “Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi RM Ibu Eka,” yang diharapkan dapat memperkuat kesan profesional rumah makan dan memberikan dukungan visual yang relevan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan secara lebih efektif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana merancang *marketing*

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

collateral yang mampu menyampaikan informasi layanan dan identitas usaha secara lebih efektif dan menarik kepada pelanggan RM Ibu Eka?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan dalam tugas akhir ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Proses perancangan *marketing collateral* untuk RM Ibu Eka guna meningkatkan efektivitas pemasaran.
2. Penerapan teori desain grafis dalam pembuatan materi promosi yang efektif dan sesuai dengan *brand positioning* RM Ibu Eka.
3. Penerapan desain pada media pendukung, seperti *redesign* banner utama, banner penunjuk arah, menu makanan, kertas informasi atau poster, serta *cover highlights* Instagram *Story*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Bagian ini menjelaskan tujuan utama dari proses perancangan, serta manfaat yang dapat diperoleh oleh berbagai pihak, baik klien, penulis, maupun masyarakat sebagai pembaca laporan ini. Adapun tujuan dan manfaat dari penulisan laporan tugas akhir ini meliputi:

1.4.1 Tujuan Perancangan

1. Merancang media promosi dalam bentuk *marketing collateral* yang mampu memperkuat *brand positioning* RM Ibu Eka dan menarik perhatian pelanggan secara lebih optimal.
2. Menerapkan teori desain grafis ke dalam media promosi agar tampil menarik secara visual, mudah dipahami, serta sesuai dengan karakter dan pesan yang ingin disampaikan oleh rumah makan.
3. Mengembangkan konsep visual yang selaras dengan strategi *branding* RM Ibu Eka dan mengaplikasikannya ke dalam media utama maupun media pendukung secara 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

1.4.2 Manfaat Perancangan

a. Manfaat untuk klien

Perancangan ini memberikan solusi visual yang memperkuat citra RM Ibu Eka melalui desain yang lebih terstruktur, informatif, dan mudah dikenali oleh pelanggan. Pelanggan dapat lebih mudah memahami layanan yang ditawarkan, termasuk informasi mengenai makanan dan ketersediaan layanan catering, sehingga kepercayaan dan loyalitas konsumen dapat meningkat.

b. Manfaat untuk penulis

Penulis memperoleh pemahaman mengenai praktik branding dalam usaha kuliner lokal serta bagaimana media promosi membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan. Proses ini sekaligus menjadi wadah untuk mengasah keterampilan dalam menerapkan teori desain dan komunikasi visual pada media cetak maupun digital yang disesuaikan dengan kebutuhan klien dan audiens.

c. Manfaat untuk masyarakat (pembaca)

Tulisan ini dapat menjadi referensi teoritis dan praktis bagi pembaca yang memiliki minat pada bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks promosi usaha kuliner. Hasil perancangan juga dapat dijadikan bahan pertimbangan atau studi awal bagi perancang visual, pelaku UMKM, maupun peneliti yang ingin memahami pendekatan dalam perancangan media promosi berbasis *branding* dan strategi visual yang terarah.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun berdasarkan struktur sistematika yang bertujuan untuk menyajikan pembahasan secara runtut, logis, dan mudah dipahami. Penyusunan dibagi ke dalam tiga bab utama, yang masing-masing membahas aspek berbeda sesuai dengan fokus dan lingkup perancangan. Adapun uraian dari tiap bab adalah 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang yang melandasi pentingnya media promosi cetak dalam memperkuat citra dan strategi branding sebuah usaha kuliner, khususnya pada RM Ibu Eka. Selain itu, bab ini menguraikan rumusan masalah, ruang lingkup perancangan, tujuan dan manfaat dari proyek tugas akhir, serta sistematika penulisan laporan secara menyeluruh. Penjelasan difokuskan pada bagaimana media promosi dapat dirancang untuk menjawab kebutuhan usaha dalam menyampaikan informasi secara lebih menarik, jelas, dan konsisten kepada pelanggan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi teori-teori dan referensi yang menjadi dasar dalam merancang media promosi untuk RM Ibu Eka. Pembahasan mencakup konsep *brand positioning*, strategi branding dalam bisnis kuliner, peran *marketing collateral*, serta prinsip dan elemen desain grafis. Teori tambahan seperti pendekatan *design thinking* juga digunakan untuk mendukung proses pengembangan visual yang komunikatif dan relevan dengan konteks usaha.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan-tahapan yang dilakukan dalam proses pengumpulan dan analisis data, mulai dari observasi langsung, penyebaran kuesioner, hingga studi kompetitor. Metode *design thinking* digunakan sebagai pendekatan utama dalam proses perancangan, yang terdiri dari lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil dari tahapan tersebut kemudian dirangkum ke dalam arahan kreatif yang menjadi dasar pengembangan konsep dan strategi visual pada bab selanjutnya.

BAB IV PROSES PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan visual yang dilakukan selama proses perancangan media promosi RM Ibu Eka. Mulai dari penyusunan *mind map*, pembuatan *moodboard*, alternatif sketsa, hingga digitalisasi desain dan pemilihan *final artwork*. Tiap media seperti banner, menu, poster, dan *cover highlights* Instagram *Story* dijelaskan secara rinci, mencakup konsep visual, pertimbangan



© 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

desain, dan hasil akhir. Bab ini berperan sebagai dokumentasi proses kreatif dari hasil analisis dan arahan kreatif yang telah disusun pada bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan dari keseluruhan proses penulisan dan perancangan *marketing collateral* untuk RM Ibu Eka. Termasuk evaluasi dari hasil yang diperoleh, kendala yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan selama proses perancangan. Bab ini juga memuat saran yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu saran bagi masyarakat umum, bagi klien, serta untuk pengembangan penelitian atau perancangan 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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan proses yang telah dilakukan dalam penulisan dan perancangan media promosi untuk Rumah Makan Ibu Eka, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Perancangan dilakukan dengan pendekatan *design thinking* yang mencakup lima tahap, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Tahap *Empathize* diawali dengan observasi langsung ke lokasi rumah makan dan penyebaran kuesioner kepada target audiens untuk mengetahui kebutuhan serta persepsi mereka terhadap media promosi rumah makan Sunda. Kemudian pada tahap *Define* dilakukan dengan menganalisis data melalui pendekatan SWOT, yang kemudian dirumuskan menjadi arahan kreatif (*creative brief*) sebagai arah dasar perancangan. Lanjut pada tahap *Ideate*, arahan kreatif kemudian diwujudkan melalui eksplorasi kata kunci berupa *mind map* yang kemudian menghasilkan kata kunci utama yaitu, tradisional, ornamen etnik, dan daun pisang. Kemudian dilanjutkan menjadi pendekatan visual melalui *moodboard*. Dari hasil eksplorasi tersebut, dimulainya sketsa awal, kemudian terpilihnya komprehensif kelima dengan tema Autentik Dekoratif sebagai bentuk awal perwujudan konsep. Dari desain terpilih itulah, dilakukannya *prototype dan testing* guna melihat hasil cetak, dan mengumpulkan *feedback* dari target audiens terhadap desain yang telah dicetak. Hal ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas tampilan serta penyampaian pesan yang dihasilkan.
2. Proses perancangan visual merujuk pada teori desain grafis yang mencakup prinsip keseimbangan, kontras, hirarki visual, *white space*, serta keterbacaan. Pemilihan warna, tipografi, dan elemen visual dikembangkan dari konsep yang telah ditentukan, yaitu tradisional, autentik, dan hangat, untuk memperkuat identitas lokal dan suasana khas rumah makan Sunda. Hasil desain utama dituangkan dalam bentuk banner berukuran 2x1 meter, yang kemudian dikembangkan ke dalam media pendukung seperti banner penunjuk arah, menu,



© 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

poster informasi, dan *cover highlights* Instagram *Story*, dengan tetap menjaga konsistensi visual dan pesan yang ingin disampaikan.

3. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain utama dinilai mampu merepresentasikan citra rumah makan Sunda yang ramah, informatif, dan menggugah selera. Namun, beberapa revisi tetap perlu dilakukan berdasarkan saran audiens, diantaranya yaitu, penyesuaian ukuran huruf agar lebih terbaca dari kejauhan, penguatan visual elemen layanan dan kontak, serta pemilihan ulang foto makanan yang lebih representatif. Revisi ini telah dilakukan untuk menyempurnakan desain akhir sebelum diterapkan. Melalui proses perancangan ini, media promosi yang dihasilkan diharapkan mampu menjawab kebutuhan komunikasi visual RM Ibu Eka secara lebih efektif dan profesional, terutama dalam menjangkau calon pelanggan yang melintas di kawasan wisata seperti Pangalengan.

5.2 Saran

1. Tugas akhir ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam merancang media promosi usaha kuliner lokal, khususnya bagi pelaku desain yang ingin mengangkat potensi budaya melalui pendekatan visual yang kuat dan relevan. Pembaca juga dapat menggunakan proses perancangan ini sebagai acuan dalam mengembangkan karya serupa dengan pendekatan *design thinking* dan penggunaan teori desain yang tepat sasaran.
2. Media promosi yang telah dirancang dapat dimanfaatkan tidak hanya sebagai penunjuk arah atau pemanis visual, tetapi juga sebagai sarana komunikasi yang membangun citra dan daya tarik rumah makan secara lebih profesional. Pemanfaatan media cetak yang selaras dengan identitas visual akan membantu meningkatkan kepercayaan calon pelanggan dan memperluas jangkauan promosi, terutama di jalur wisata. Disarankan untuk terus mengembangkan media digital seperti media sosial agar strategi promosi lebih menyeluruh.
3. Perancangan ini masih berada pada tahap eksplorasi visual dan pengujian awal dalam lingkup skala kecil. Oleh karena itu, akan lebih baik apabila ke depannya dilakukan penelitian lanjutan untuk melihat sejauh mana efektivitas media promosi ini dalam membangun persepsi maupun memengaruhi perilaku



© 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

audiens, seperti peningkatan kunjungan atau ketertarikan terhadap layanan katering. Selain itu, pengembangan media promosi lain yang lebih interaktif atau berbasis digital juga dapat dipertimbangkan sebagai perluasan strategi promosi, sesuai dengan tren komunikasi visual yang terus berkembang.





Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Afrizal, Amin, M., Adisuputra, Firdaus, N. R., Wargianto, Radiansyah, A., Hidayati, N., Hamdan, Juhari, & Suhardi. (2022). *Pengantar Bisnis*. Publica Indonesia Utama. <https://books.google.co.id/books?id=MTSzeEAAQBAJ>
- Andhita, P. R. (2021). *Komunikasi Visual*. Zahira Media Publisher. <https://books.google.co.id/books?id=ico5EAAQBAJ>
- Apriatni, E. P. (2022). *Kewirausahaan Mempersiapkan Bisnis Katering*. FISIP Undip. <https://doc-pak.undip.ac.id/id/eprint/10596>
- Coffey, S. (2025). *What Is Typography? (Plus Its Purpose, Rules and Elements)*. <https://www.indeed.com/career-advice/career-development/typography>
- Ekanto, C. A. M., & Nababan, S. (2018). *STRATEGI PEMASARAN MELALUI BROSUR*. Volume 2 Nomor 1. <https://ojs.mmtc.ac.id/index.php/jimik/article/view/40>
- Fitriani, A. (2019). *Pengaruh Media Gambar terhadap Minat Baca Anak Usia Dini di TK Insan Cemerlang Mannuruki Makassar*. Universitas Muhammadiyah Makassar. <https://digilib.unismuh.ac.id/dokumen/detail/5956/>
- Gersen, J. E., & Steckel, J. H. (2023). *The Cambridge Handbook of Marketing and the Law*. Cambridge University Press. <https://books.google.co.id/books?id=06XKEAAQBAJ>
- Huawe, V. E., Latuconsina, Z., Siahainenia, S., & Tamher, E. R. (2024). *Implementasi Strategi Pemasaran Produk Dalam Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Di Dusun Hatusua Kabupaten Seram Bagian Barat*. Volume 5 Nomor 2, 487.
- Kahfi, A. Y. (2021). *Teori Warna*. anyflip. <https://anyflip.com/bpjzq/ahzv/>
- Khairullah, S. A., Harris, S., Hadi, H. J., Sandhu, R. A., Ahmad, N., & Alshara, M. A. (2025). Implementing artificial intelligence in academic and administrative processes through responsible strategic leadership in the higher education institutions. In *Frontiers in Education* (Vol. 10). Frontiers Media SA. <https://doi.org/10.3389/feduc.2025.1548104>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education. <https://books.google.co.id/books?id=i4pFzWEACAAJ>
- Kustiawan, W., Zidan, F. A., Loka, G. V., Kanz, S., Daulay, F. A., Nurfajaria, D., & Rahmawati, L. (2024). PERANAN RADIO SEBAGAI MEDIA PENYAMPAIAN DAKWAH. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran*, 7.



© 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

- Lupiyoadi, R. (2018). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi; Edisi 3* (3rd ed.).
- MEC. (2025). Panduan Lengkap untuk Memahami Warna RGB dan CMYK. *MEC*. <https://mec.or.id/blog/desain-grafis/warna-rgb-dan-cmyk/>
- Pahlephi, R. D. (2022). Jenis Media Promosi Ini Wajib Kamu Ketahui, Biar Usaha Makin Lancar. *Detikfinance*. https://finance.detik.com/solusiukm/d-6304468/jenis-media-promosi-ini-wajib-kamu-ketahui-biar-usaha-makin-lancar#google_vignette
- Pamungkas, A. T. (2022). Strategi Bersaing Stasiun Jaringan NET TV Yogyakarta di Era Digital. *Jurnal Komunikasi*, 17(1), 117–136. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol17.iss1.art8>
- Purwanto, A., & Pancawati, D. (2024). *Bagaimana Memahami Perkembangan, Tren, dan Lanskap Bisnis Kuliner Indonesia Kini?* <https://www.kompas.id/baca/riset/2024/08/26/bagaimana-memahami-perkembangan-tren-dan-lanskap-bisnis-kuliner-di-indonesia-saat-ini>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI (Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House). In *Jurnal Common* | (Vol. 3).
- Rahmiyati. (2015). *Media Cetak dan Elektronik dalam Bimbingan Penyuluhan*. <https://doi.org/10.18592/al-hiwar.v3i6.1210>
- Saleh, M. Y., & Said, M. (2019). *Konsep dan Strategi Pemasaran*. CV SAH MEDIA.
- Sampoerna University. (2022). Pengertian Tipografi adalah: Elemen, Fungsi, Tips Penyusunan. *Sampoerna University*. <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/news/tipografi-adalah>
- Saniscara, P. (2022). *MEDIA LUAR RUANG SERTA DAMPAKNYA TERHADAP KUALITAS DAN LINGKUNGAN HIDUP MASYARAKAT*. <https://radarsurabaya.jawapos.com/jatim/28/01/2020/komisi-a-videotron->
- Sari, M., Frendy, T., Pelleng, A. O., Punuindoong, A. Y., Studi, P., & Bisnis, A. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado). In *Productivity* (Vol. 2, Issue 5).
- Snapy. (2021). *Jangan Anggap Remeh, Inilah Pentingnya Kartu Nama Bisnis untuk Usaha*. <https://snapy.co.id/artikel/jangan-anggap-remeh-inilah-pentingnya-kartu-nama-bisnis-untuk-usaha>



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

- Soewardikoen, D. W. (2021). *Metodologi Penelitian Desain Komunikasi Visual Edisi Revisi*. Pt Kanisius.
https://books.google.co.id/books?id=n_IC0AEACAAJ
- Suryadi, A. (2020). *Teknologi dan Media Pembelajaran Jilid I*. CV Jejak (Jejak Publisher). <https://books.google.co.id/books?id=wf30DwAAQBAJ>
- Wicaksono, W. (2024). *Perancangan Konten Feed Instagram Brandup Studio untuk Meningkatkan Brand Awareness*. Universitas Dinamika.
- Yulianto. (2018). *Buku Sakti Kuasai Desain Grafis*. Anak Hebat Indonesia.
<https://books.google.co.id/books?id=GXRHEAAAQBAJ>
- Yulius, Y., & Putra, M. E. P. (2021). *BESAUNG JURNAL SENI DESAIN DAN BUDAYA VOLUME 6 No.2 SEPTEMBER 2021 Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual*.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

a. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Wafiyah Ashma Qolbi Taqiyah	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini M.Ds,	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral untuk Media Promosi RM Ibu Eka	
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	27 Februari	cari lebih dalam permasalahan/urgensinya apa, jangan berdasarkan pendapat sendiri	wawancara kepada klien terkait permasalahan yang bisa dijadikan solusi cocok untuk Tugas Akhir
2	6 Maret	- lengkapi perbaikan pembahasan dengan fokus fenomena makan diluar, restoran, dan adanya persaingan rumah makan, - cari-tentukan fiksasi permasalahannya apa, - identitas visual rubah jadi <i>branding</i> , - coba ganti identitas visual jadi seputar <i>marketing collateral</i>	- jika masalah sudah fix, lanjut memperbaiki paragraf yang tidak sesuai, merubahnya menjadi materi yang lebih sesuai sebagaimana arahan saat bimbingan, - fokus pada <i>brand position-marketing collateral-media</i> promosi karena kalau visual beda lagi denga proyek yang akan digarap,
3	13 Maret	- semua istilah <i>brand identity</i> hapus saja, ganti jadi <i>brand positioning</i> - perbaikan beberapa isian paragraf BAB I karena urutan/pembahasannya masih ada yng kurang sesuai - kerangka <i>preview</i> untuk pembahasan BAB II Landasan Teori hapus beberapa bagian-ubah urutan	- mengganti semua istilah <i>brand identity</i> , jadi <i>brand positioning</i> , - perbaikan paragraf bab 1 yang masih salah
4	25 Maret	Jenis marketing collateral diletakkannya di bawah marketing collateral ya. Coba dikasih kode mana yang sub bab, mana sub sub bab. Misalnya sub bab merah, sub sub bab putih.	perbaiki kerangka landasan teori, lanjut penulisan BAB II
5	29 Maret	karena kamu akan membuat media promosi tentang catering, jadi fokus pertanyaannya sebaiknya lebih spesifik ke bagaimana agar audience memahami informasi yang ada pada media promosi, bukan tentang apakah catering dianggap menarik bagi audience, sehingga pertanyaan tentang minat tentang catering menurut saya malah ga usah ditanyakan lagi	menghapus bagian "apakah catering dianggap menarik bagi audience", rubah beberapa dan perbaikan urutan pertanyaan
6	4 April	Oke wafiyah, boleh ditambahkan ttg preferensi masyarakat terhadap desain media promosi. Berikan pilihan2 jenis desain utk mereka pilih	mencari beberapa referensi desain sesuai jenis yang dibutuhkan, menggabungkan beberapa referensi sesuai kelompok jenis desain, membuat finalisasi draft pertanyaan menjadi dalam bentuk G-form
7	10 April	perbaiki urutan sub bab-sub sub bab di BAB II, beberapa sub sub bab yang ada hapus saja	- merubah 2.1- <i>Branding</i> , 2.2 <i>Brand Position</i> , jadi 2.1 Promosi, 2.2 Media Promosi - memperbaiki urutan penempatan sub sub bab
8	11 April	beberapa isian di bab 3 lebih <i>detail</i> lagi, intinya di metode penelitian itu ceritain bagaimana <i>step-step</i> yang dikerjakan. perbaikan bagian metode penelitian. lengkapi <i>consumer insight</i> , bikin SWOT	- memindahkan beberapa isian yang tidak sesuai tempat, - menulis lebih <i>detail</i> tentang bagaimana <i>step-step</i> yang dikerjakan, - melengkapi <i>consumer insight</i> - membuat SWOT dan arahan kreatif
9	24 April	pembahasan materi konsep visual, <i>re-check</i> revisi <i>sempro</i>	lanjut perbaikan penulisan dari revisi <i>sempro</i>
10	29 Mei	Bimbingan bersama secara keseluruhan di zoom terkait <i>semnas</i> dan <i>progress TA</i>	memperbaiki matriks SWOT, melanjutkan <i>mindmap</i>
11	30 Mei	Bimbingan <i>progress TA</i> dan abstrak untuk <i>semnas</i>	menambahkan manfaat penelitian di abstrak untuk <i>semnas</i>
12	16 Juni	- Bimbingan <i>progress TA</i> dan <i>semnas</i> - Asistensi rancangan desain media utama	ganti media utamanya yang lebih selinear dengan tujuan TA, yaitu banner utama depan rumah makan
13	24 Juni	Bimbingan perbaikan rancangan desain media utama	Revisi desain digital komprehensif menjadi lebih sesuai dengan <i>moodboard</i>

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

14	25 Juni	Preview 1 desain komprehensif awal	melanjutkan desain lainnya
15	26 Juni	Preview 3 final desain komprehensif, dan pertanyaan terkait bahan untuk <i>testing</i>	- lanjut untuk memilih desain terpilih, - mempertimbangkan cetak untuk <i>testing</i>
16	27 Juni	Bimbingan pertanyaan untuk <i>testing</i> , lebih baik pertanyaan terbuka, jangan terlalu fokus pada jawaban hanya "ya/tidak"	memperbaiki pertanyaan untuk wawancara <i>testing</i> agar lebih terbuka
17	30 Juni	Lengkapi pertimbangan produksi dan BAB 5	melanjutkan penulisan laporan
18	2 Juli	- Isi laporan masih ada bolongnya, belum rapi secara keseluruhan - perbaiki beberapa penulisan paragraf yang ada di BAB 4, perhatikan tidak perlu redundan dan terlalu puitis	perbaiki dan rapikan penulisan isi laporan

b. Lembar Bimbingan Tugas Akhir Dosen Pembimbing 2

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Wafiyya Ashma Qolbi Taqiyya	
NAMA PEMBIMBING		Saeful Imam, MT	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral untuk Media Promosi RM Ibu Eka	
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 Maret	- sub bab, sub sub bab tidak usah geser ke kanan, rata kiri saja. Nanti kalo kebanyakan jadi kanan banget, - spasi daftar isi = [isi-isi spasi (1)]. [isi-bab spasi (1,5)]	- memperbaiki sub bab, sub sub bab yang geser ke kanan jadi rata kiri, - membuat spasi daftar isi sesuai arahan
2	10 April	perhatikan spasi antara perpindahan paragraf/sub-bab	memperbaiki isian paragraf yang masih belum sesuai
3	30 Juni	Rapikan isian paragraf yang belum rapi, perhatikan penulisan daftar-daftar	- memperbaiki isian paragraf yang belum rapi, - menulis daftar setelah isian selesai

NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

Lampiran 2. Transkrip Wawancara Informal

Media: WhatsApp

Rentang Waktu: Februari – Maret 2025

Dihubungi oleh: Wafiyya Ashma Qolbi Taqiyya

Nama Responden: A Fisal & Teh Nida

Topik: Kebutuhan branding & media promosi RM Ibu Eka

---Februari

Wafiyya : “a, aku lagi nyusun TA soal branding RM Ibu Eka, boleh nanya-nanya sedikit ya?”

A Fisal : “boleh atuh, hayu aja”

Wafiyya : “jadi sekarang tuh media promosi yang dipakai masih banner lama itu ya?”

A Fisal : “iya, itu dari awal buka, udah pudar juga, udah lama banget gak diganti”

Wafiyya : “berarti belum pernah ada pamflet atau media cetak kayak brosur gitu?”

A Fisal : “belum, paling orang-orang dapet info dari mulut ke mulut, atau minta kiriman foto menu di WA”

---Februari

Wafiyya : “kalau untuk pembuatan banner baru, poster, terus menu yang rapi, aku jadiin buat TA aja gimana?”

A Fisal : “boleh banget, apalagi kita juga sekarang pengen ngenalin catering”

Wafiyya : “kateringnya udah jalan dari kapan?”

A Fisal : “baru-baru rencana tahun ini 2025), cuma gak pernah dipromosiin secara khusus, orang-orang yang taunya ya yang suka langganan aja”



© 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

--- Maret

Wafiyya : “aku lihat RM Ibu Eka tuh suasananya enak banget, kayak cocok buat branding yang hangat, tapi tetap bersih dan rapi. Nah, afis sama tenda lebih prefer gaya desain kayak gimana?

The Nida : “yang penting jelas, informatif, jangan rame. warnanya jangan terlalu ngejreng tapi juga jangan pucet.”

A Fisal : “iya, kelihatan Sunda-nya juga boleh, tapi tetep relate ke anak muda sekarang”

Wafiyya : “*noted*, nanti aku coba gabungin unsur tradisionalnya tapi dibikin tetap simple dan *friendly*. Nanti aku update lagi pas udah mulai visua ya”

The Nida : “boleh, kabarin aja kalo udah ada progresnya”

A Fisal : “sip, makasih udah bantuin sekalian jadiin TA, semangat yaa”

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 3. Kuesioner Survey via Google Form

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



Survei Preferensi Konsumen terhadap Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi RM Ibu Eka

59 responses

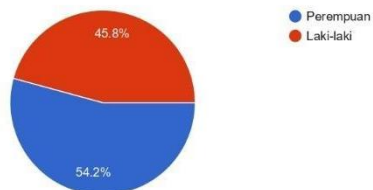
[Publish analytics](#)

Data Responden

Jenis Kelamin

59 responses

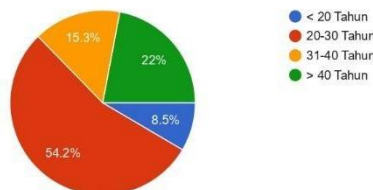
[Copy](#)



Usia

59 responses

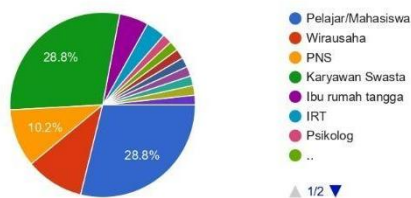
[Copy](#)



Pekerjaan

59 responses

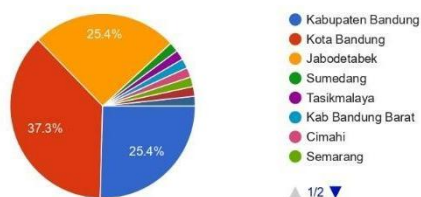
[Copy](#)



Domisili

59 responses

[Copy](#)





© 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

Kesadaran Merek dan Pendapat Efektivitas Promosi

Apakah Anda suka singgah ke rumah makan saat berwisata?

Copy

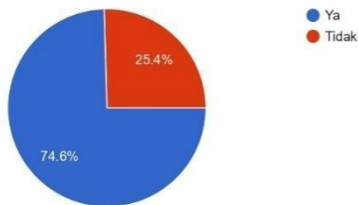
59 responses



Apakah Anda mengetahui atau pernah melihat promosi dari RM Ibu Eka?

Copy

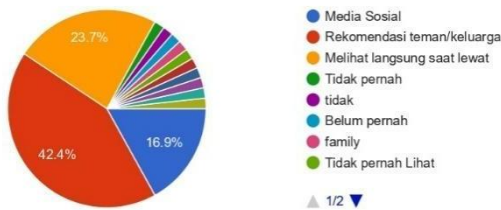
59 responses



Jika ya, dari mana Anda pertama kali mengetahui RM Ibu Eka?

Copy

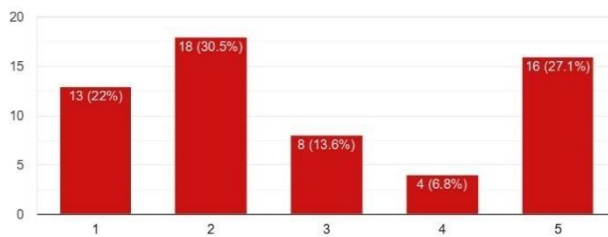
59 responses



Seberapa sering Anda melihat promosi dari RM Ibu Eka? (contohnya seperti iklan di media sosial, banner, poster, promosi mulut ke mulut, dsb)

Copy

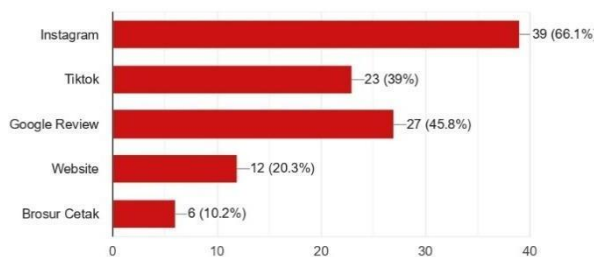
59 responses



Media promosi apa yang paling sering Anda gunakan untuk mencari informasi tentang rumah makan? (bisa pilih lebih dari satu)

Copy

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Menu2 tertentu bisa diberi tanda "chef recommendation"

Kurang minta didatangi

Ada

Harus lebih banyak promosinya

Kayaknya harus rebranding sedikit biar lebih fresh tampilannya

cukup

Lebih sering lagi untuk mengupload promosi RM Ibu Eka

Info udah lengkap tapi desainnya perlu dibikin kekinian

Tergantung target konsumennya. Jika targetnya adalah usia di atas 40, masih sesuai. Di lain pihak menu makanannya adalah makanan tradisional yang peminatnya kemungkinan besar adalah usia di atas 40. Jika RM Bu Eka mau memperluas target konsumennya menjadi di bawah 40tahun maka media promosinya masih kurang menarik.

Banner besar bagus, cuma fotonya gak terlalu menggoda

masih kurang menarik karna seperti tidak terlihat makanannya gurih

promosi dengan menggunakan tagline, dan foto menu sesuai dengan foto asli makanan agar

ekspektasi pembeli terpenuhi

Sudah informatif tp masih kurang di medsosnya

Promosi offline oke, online nya masih ketinggalan

ya perlu diperbaiki untuk menyesuaikan trend masa kini

Menurut saya sudah lebih dari cukup,dari media promosi RM Ibu Eka saat ini.

Perbarui banner lebih kekinian

Menu di banner kurang jelas, tulisannya kecil

-

Cukup sederhana dan jelas untuk dipahami

Info kontak udah ada, tinggal media sosialnya digarap lagi

Sudah baik

perlu redesign menunya biar gak kusut gitu

Visual grafis yg lebih dipahami dan menarik

Warna pas

Tidak tau

Promosi terkait, menu andalan yang paling laris dan favorit pengunjung dijadikan icon atau daya tarik semisal ayam goreng atau bebek goreng

Tambah konten video makanan di ig bakalan lebih menarik

Menurut saya promosi di sosmed nya lebih di tingkatkan karena lebih berpengaruh saat ini

Bagus?

Warna banner terlalu mencolok, bikin mata capek

Promosinya udah lumayan oke, tapi banner agak rame sih

bagus,

media promosi cukup dipahami, tetapi layout desain masih kurang oke. Kedepannya untuk rancangan baru bisa diperbaiki lagi agar lebih mudah dipahami dan untuk media sosial mungkin bisa gunakan cover serta untuk kontennya bisa di planning dengan konsisten dan variasi untuk menarik konsumen lebih luas



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

Harusnya IG nya dikasih highlight cover biar rapi dilihat

Di setiap menu menggunakan gambar biar lebih menarik

Menu perlu diperbaiki dengan menambahkan gambar2 makanan yang ditawarkan

Pemilihan warna yang kurang

Coba melalui food blogger or celebgram

Bagi saya sdh bagus, mengingat menu makannya sdh dicoba semua

idk it already looks good 4 me

Lebih banyak review dari pengunjung

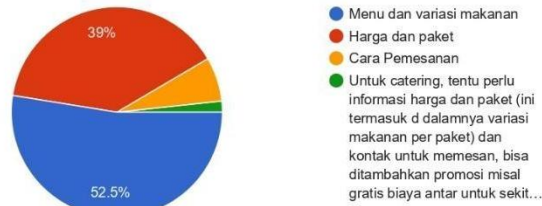
Sudah bagus, tinggal lebih diaktifkan lagi dengan konten konten yang di upload di media sosial seperti FB,Tiktok dan Instagram.

Bisa ditambah harga

Menurut Anda, jika informasi promosi catering dari RM Ibu Eka mulai ditambahkan, informasi apa yang paling penting?

Copy

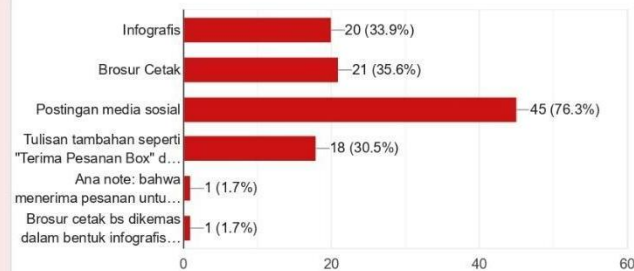
59 responses



Bagaimana media promosi catering sebaiknya disajikan agar lebih menarik bagi Anda? (bisa pilih lebih dari satu)

Copy

59 responses

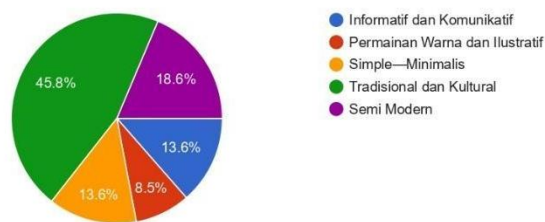


Preferensi Konsumen terhadap Jenis Desain yang akan Dirancang

Jenis kelompok desain mana yang Anda pilih?

Copy

59 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

Mengapa Anda memilih jenis kelompok desain tersebut?

59 responses

Eye catching

lebih cocok untuk RM yg memiliki variasi makanan dan menarik perhatian

Supaya makanan tradisional lebih banyak yg menikmati dan mengenalnya.

saya suka berwarna

Related aja sih

Simpel. Di industri rumah makan Ibu Eka pada waktu tertentu menerapkan pergerakan tamu yang cepat (sirkulasi) sehingga perlunya tamu untuk mengambil langkah yang cepat (1lembar) agar mudah dalam pengambilan keputusan

Biar unik dan beda dari resto biasa

Karena lebih eye catching, informasi cukup dan bisa fokus pada menu.

lebih menarik perhatian

Sesuai dengan tempat rumah makan bu eka yang memiliki khas saung makan sunda.

Karena dengan desinger yg tepat design tradisional dan kultural bisa menarik banyak kalangan anak muda yang ingin cinta budaya namun tidak mau terlihat tua. Yang biasanya merupakan mayoritas anak muda sekarang.

Saya suka gaya desain semi modern. Jadi walau RM Ibu Eka merupakan rumah makan tradisional, tetapi jika dikombinasikan dengan semi modern seperti ini oke juga

Biar pengunjung dapet feel lokal pas pertama liat

Lebih kekinian dan tetap estetik

menurut saya lebih cocok untuk rumah makan

Ciri khas daerahnya bisa lebih terasa lewat desain itu

Tampilan desain masih selaras dengan vibe rumah makan Bu Eka saat ini, informasi menu bisa dirinci, ada space untuk menu2 khas

Karna informatif

Agar bisa Lsg dpt memutuskan pilihannya dan disesuaikan dgn budgetnya

Biar mudah di mengerti

Supaya lebih rapi dan profesional kesannya

eye catching

Lebih menarik dan eyecatching

Biar lebih catchy buat promosi di sosmed

Lebih mudah untui melakukan pemesanan karena simple

Desain tradisional itu ngasih kesan hangat dan akrab

karna mengikuti jaman sekarang

menggunakan tema tradisi dan kultur agar pengaplikasian grafis bisa lebih bervariasi dari produk lain

Karna warung makan sunda

Biar lebih otentik, apalagi makanannya juga khas

karena menyesuaikan preferensi sekarang

Karena menurut saya,lebih mengidentikan dengan RM Ibu Ika yang klasik dan tradisional.



© 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

Biar gak terlalu kuno tapi tetep nyaman dilihat

Klasik

Cocok dengan konsep rm yang saat ini sedang berlangsung

Lebih cocok sama target pasarnya yang suka nuansa lokal

Suka dgn yg tradisional

Enak dilihat, gak terlalu rame

Lebih menarik dan informatif

Variasi warna dan gambarnya

Bagus

Lebih mudah dipahami

Yang penting jelas dan mudah dimengerti

Menu dan gambar terlihat lebih simple dan jg jelas

Mudah elegan

Biar suasana makan lebih berasa budaya lokalnya

Karena nuansanya cocok sama konsep rumah makan Sunda

lebih menarik

Saya prefer desain tradisional dan kultural, tp suka gaya informatif dan komunikatif juga

Lebih ngena aja buat tempat makan khas lokal gitu

Lebih cocok

lebih menarik dan terkesan spesial

Lebih terlihat, lebih eye catching

Saat dalam perjalanan selera makan bisa berubah sesuai kondisi rombongan kantor, keluarga, anak² kecil dewasa dsb

terasa cocok krn makanan sunda

Lebih mengikuti zaman

Lebih menarik

Gampang dicerna

Apakah ada saran terkait jenis kelompok desain yang dipilih untuk rancangan desain media promosi RM Ibu Eka?

45 responses

-

Tidak

Tidak ada

jangan terlalu banyak menambahkan element

Sudah cukup bagus desain promosinya

sudah bagus di gencarin lagi promosinya

think how to be the best version of RM Ibu Eka

Sarannya 1 lembar menu (bolak-balik)

Warna tegas nya sebagai akses, dominannya putih, dan ada pengklasifikasian seperti di contoh simple minimalis tsb di atas

Sentuhan tradisional dan alam



© 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

Jangan terlalu mainstream berani untuk memberikan kejutan dan pengalaman bagi para customer. Luapkan sebanyak banyaknya ide yang ada without hesitation. Dan tentunya jangan MALAS.

Jadi walau pemilihan semi modern, tetapi menurut saya tetap harus menyesuaikan dengan inage tumah makan tradisional itu sendiri, yaitu coba kombinasikan dengan gaya tradisional dan kultural, seperti menambahkan elemen tradisional/kuktural sunda gitu

Pemilihan warna bisa lebih selaras

Kalau bisa media promosinya nyambung sama vibes tempat makannya

tulisan nya lebih besar sedikit

Untuk desain bergantung pada target pasar. RM Bu Eka sepertinya banyak dikunjungi keluarga, lebih cocok desain yang simple atau semi modern, dan kombinasi warna yang tidak terlalu mencolok

Foto masakan kurang menggugah selera

tdk ada

Cocok

Font nya bisa disesuaikan biar lebih konsisten sama tema

Desain dapat menggambarkan rasa dari makanan yang akan disajikan dalam waktu maksimal 3menit karena waktu pesan yang terlalu lama akan menjadikan proses order yang tidak efektif

Banner luar bisa dikasih ilustrasi biar makin menarik

sudah cukup baik

tidak ada

Lebih baik tambahin elemen visual yang unik, misalnya ikon khas RM

Menurut saya tidak ada.

Mungkin bisa lebih dimodernin dikit tanpa ninggalin unsur budaya

semoga semakin maju dan terus berkembang

Tambahin aksen makanan khas Sunda di desainnya

Visual yg ditunjukan sudah cukup menarik

Semi modern dengan ukuran font besar, lebih mudah terlihat

tidak

Warna desain jangan terlalu terang, agak kalem biar enak dilihat

Bisa tambahin unsur lokal biar nuansa tradisionalnya lebih kuat

postingan video harus lebih menarik lgi

Jadi saran saya mungkin desainnya kelompok tradisional dan kultural (karena rumah makan sunda) tetapi sekalian kombinasikan dengan rancangan informatif dan komunikatif juga biar konsumen bisa dapat informasi penjelasan produk lebih jelas

Biar lebih eksklusif

bisa sebagian menggunakan bahasa daerah khas makanan yang ditawarkan

orang akan lbh aware

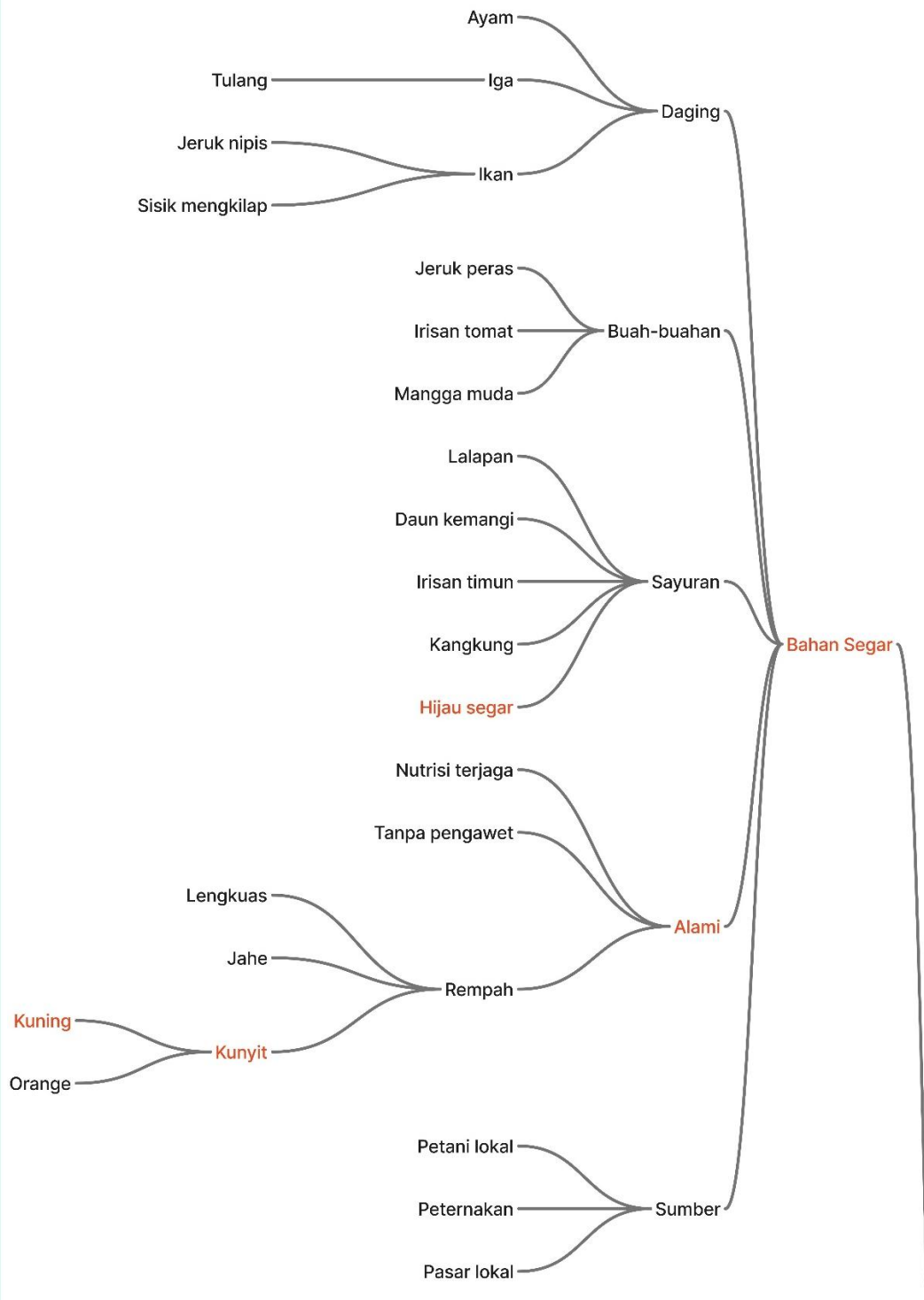
Permainan warna dan ilustratif

idk that looks good enough 4 me

Terlalu terang warnanya

Terima kasih atas partisipasi dan ketersediaan waktunya untuk mengisi survei ini 🙏

Lampiran 4. *Mind Map* RM Ibu Eka (Tampilan tiap Cabang)



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

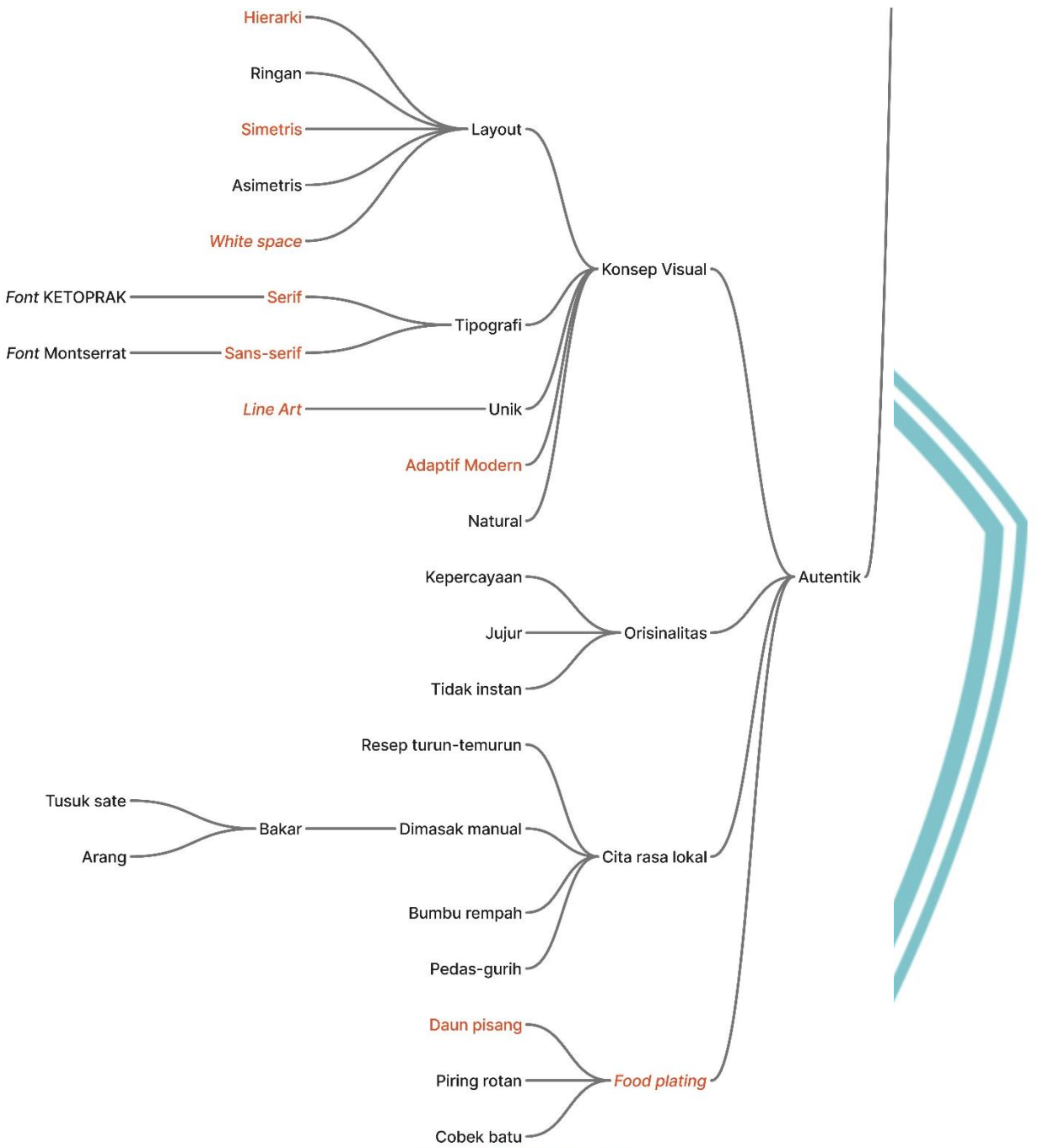




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

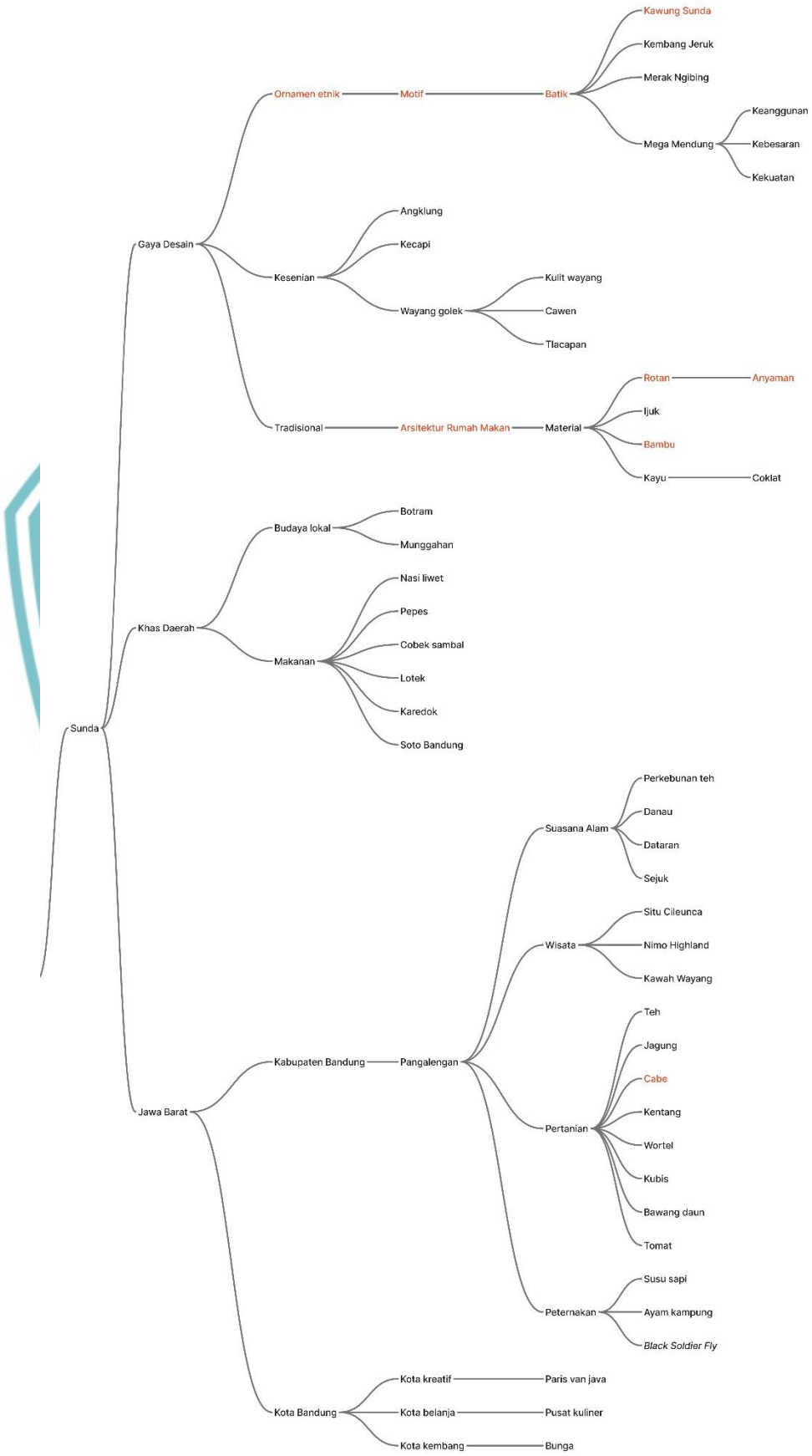
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



© 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

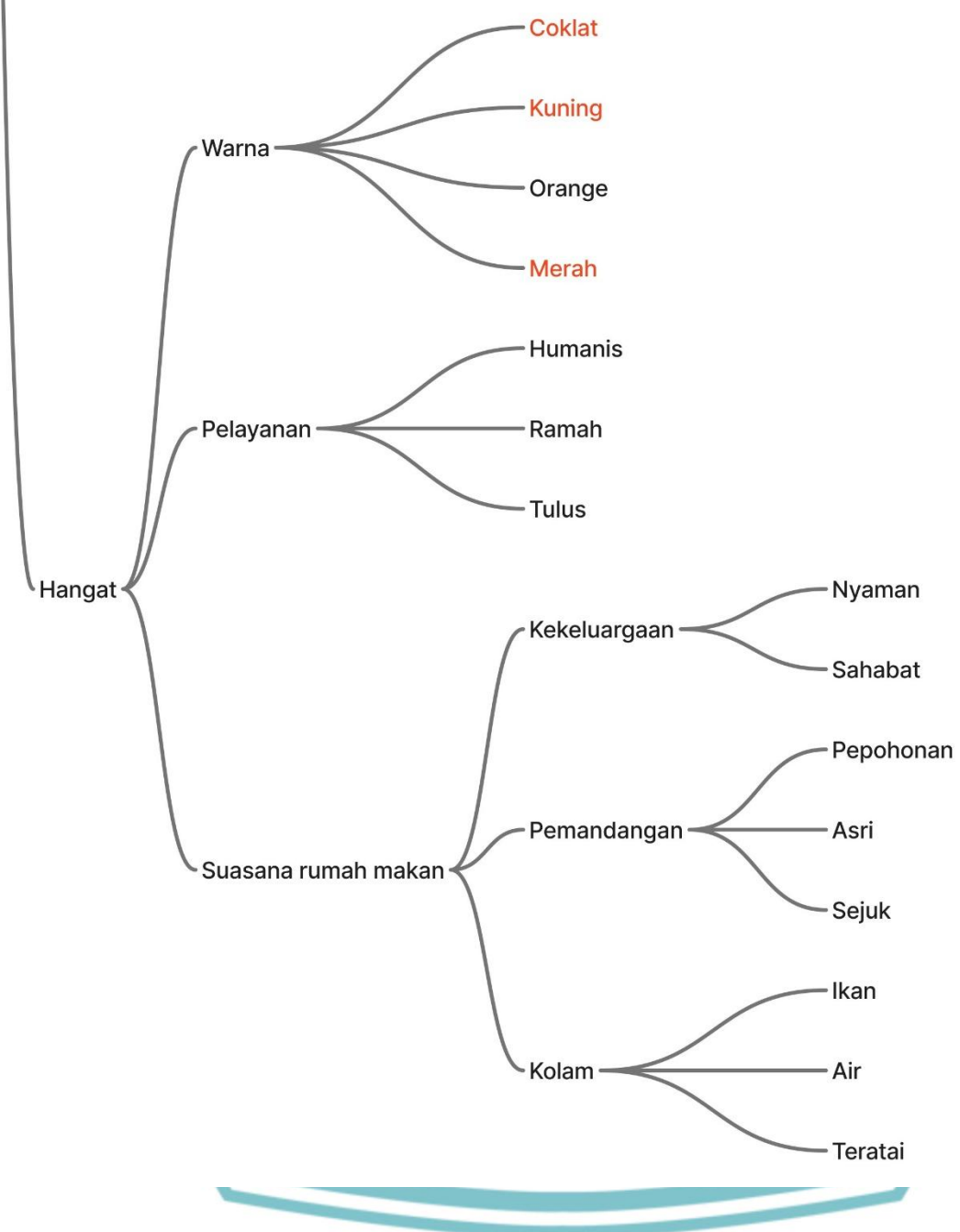




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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





Hak Cipta :

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

Lampiran 5. Dokumentasi *Testing* dan Transkrip Wawancara 10 Responden

Tanggal: 27-29 Juni 2025

Lokasi: Bandung dan Jakarta

Topik: Penilaian hasil cetak dari mata *target audience*



Responden 1

Nama: Arif

Golongan *target audience*: Anak muda yang sesekali suka jalan-jalan ke daerah wisata.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

A: “Seperti rumah makan sederhana yang menyediakan makanan sunda”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

A: “Cukup jelas, itu banner rumah makan.”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

A: “Sangat menarik, tidak ramai tapi sempit.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

A: “RM IBU EKA sangat jelas, itu yang pertama kali bisa dibaca.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

A: “Ya, mudah dipahami. Bisa ditangkap masakan sunda yang dijual di situ masakan keluarga. “



© 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

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

A: “Kurang menonjol karena tulisannya kecil. Mungkin bisa diperjelas icon-iconnya saja seperti diperbesar, lalu kata "BOX" nya sebesar icon-icon itu, dengan detail-detail icon tsb tetap sama.”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

A: “Tidak yakin, karena saya jarang mengunjungi banyak tempat rm sunda. Tapi, karena makanannya dominan sayuran saya pikir cocok hijau kuning. Namun, kenyataannya tiap rm punya ciri khas warnanya sendiri, jadi saya pikir itu cocok² saja. Ditambah, sebenarnya dengan warna dominan merah tsb itu sudah bisa sangat menarik perhatian orang-orang.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

A: “Ya, tetapi rasanya makanan² tsb sedikit kosong, kurang penuh. Tapi untuk orang yang lapar, gambar makanan seperti itu sudah cukup.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

A: “Nama RM, vision makanan, Alamat, cara dan jenis pesan makanan mudah ditangkap dengan jelas.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

A: “Ya, dari warna mencoloknya, lalu dari penjelasan ttg makanan yg dijual dan foto² makanan tsb bisa membuat orang² yg lapar jadi tambah kelaparan.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

A: “Ya, karena menurut saya yang orang² pentingkan di situ adalah makan. Banner ini sudah cukup membuat orang notice dan belok ke rumah makan.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: “Ya, itu cukup menggambarkan suasana makan di rumah sendiri, bersama² dengan keluarga.”

Responden 2 dan 3

Inisial: A dan B

Golongan *target audience*: Orang Tua kalo lagi ada waktu pergi bersama keluarga berlibur ke tempat wisata.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

A: “Seperti rumah makan Sunda.”

B: “Seperti rumah makan Sunda tradisional, bukan yang modern, karena tetap mempertahankan keasliannya.”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

A: “Masakannya terlihat menarik karena terlihat seperti masakan rumahan khas Sunda.”

B: “Saya langsung tertarik karena teringat suasana zaman dulu. Desainnya seperti rumah makan Sunda yang masih mempertahankan keaslian tradisionalnya.”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

A: “Kalau dilihat dari komposisi tulisan dan gambarnya, menurut saya sudah cukup tertata dan tidak terlihat berlebihan.”

B: “Tulisan nama rumah makannya jelas, besar, dan mudah dilihat. Kalau orang naik mobil sambil lewat pun masih bisa terlihat jelas.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

A: “Dari jarak sekitar 10 meter masih cukup jelas terbaca.”

B: “Tulisan nama rumah makannya jelas, besar, dan mudah dilihat. Kalau orang naik mobil sambil lewat pun masih bisa terlihat jelas.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

A: “Tulisannya masih terlalu kecil, jadi kalau orang lewat sambil jalan atau naik kendaraan, background belakang kalau dari jauh kurang terlihat, jadi saran agak diterangin lagi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

B: “Tulisan penjelasannya memang agak panjang, tapi kalau orang memang tertarik datang, kemungkinan besar tetap akan dibaca.”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

A: “Kalau mau lebih jelas, ukuran hurufnya bisa sedikit diperbesar agar mudah dicatat.”

B: “Sudah cukup jelas. Informasi tambahan ini memang penting untuk orang yang benar-benar tertarik memesan. Jadi kalau orang tersebut ada minat, pasti dia akan mendekati karena butuh.”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

A: “Sudah cocok, warna oranye-merahnya menarik dan tetap ada unsur hijau, jadi warnanya khas tapi tetap unik.”

B: “Warna rumah makan Sunda biasanya hijau atau merah, tapi kombinasi di banner ini tetap terlihat menarik karena berbeda dari yang lain.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

A: “Foto makanannya kalau bisa ditambah ciri khas menu mereka, misalnya gurame bakar yang besar, supaya lebih istimewa. Tapi secara keseluruhan, foto yang sekarang sudah cukup menggugah karena menunjukkan makanan tradisional.”

B: “Menurut saya, sebagai ibu-ibu yang senang masakan khas Sunda pasti suka karena ada elemen tradisional seperti cobek. Sayur asemnya juga terlihat menarik dan menggugah selera.”

W: “Wah itu bukan sayur asem haha, itu sop iga”

B: “Oh iya? Hahaha, yasudah next untuk perbaikannya sop iganya diganti jadi sayur asem aja.”

W: “Oke baik, pertanyaan selanjutnya, setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

A: “Informasi bahwa rumah makan ini adalah rumah makan khas Sunda.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

B: “Informasi tentang menu makanan khas Sunda langsung terasa.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

A: “Tertarik atau tidaknya bergantung pada posisi penempatan banner. Kalau posisinya strategis, orang akan lebih mudah melihat.”

B: “Untuk catering saya kurang tahu, tapi kalau untuk makan di tempat sepertinya bisa menarik perhatian kalau penempatan bannernya tepat.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

A: “Cocok, karena orang yang berwisata ke Pangalengan biasanya mencari makanan tradisional khas daerah tersebut.”

B: “Cocok, karena komposisinya enak dilihat, menggugah selera, dan menonjolkan nuansa tradisional melalui ornamen batik, cobek, dan background rumah makan tradisional.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

A: “Ya, dari tampilan makanannya sudah terbayang makanan rumahan yang cocok untuk keluarga. Akan lebih menarik jika ada sedikit foto suasana rumah makannya.”

B: “Sudah cukup terasa hangat dan nyaman. Mungkin bisa ditambahkan gambar saung atau elemen tradisional lainnya agar nuansa kekeluargaannya lebih jelas.”

Responden 4

Nama: Arya

Golongan *target audience*: Anak muda yang sesekali *Sunday morning ride* atau liburan bersama keluarga ke daerah Pangalengan, Lembang, dsb.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

A: “Rumah Makan Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan khas Sunda yang ramah dan sederhana. Tampilannya membuat saya yakin ini tempat yang cocok untuk makan bersama keluarga.”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: “Kesan pertama saya, menarik dan informatif. Warna dan gambar langsung memberitahu bahwa ini rumah makan yang menyajikan makanan khas.”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

A: “sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai. Semua elemennya tertata rapi dan tidak membingungkan mata.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

A: “Tulisan “RM. Ibu Eka” terbaca dengan jelas dan mudah dikenali. Ukurannya cukup besar dan kontras warnanya bagus.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

A: “Penjelasan di bawah nama rumah makan sangat mudah dipahami. Saya langsung tahu bahwa tempat ini menyediakan layanan makan di tempat dan katering.”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

A: “Tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat sudah cukup jelas dan mudah ditemukan. Kalau ingin lebih menonjol, bisa dibuat dengan warna lebih kontras atau diberi bingkai agar terlihat lebih menarik”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

A: “Warna-warna dalam banner ini sudah cocok sebagai warna hangat dan alami memberi kesan tradisional dan sederhana.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

A: “Foto makanan yang digunakan terlihat menggugah selera. Gambarnya segar, porsinya pas, dan menggambarkan hidangan yang lezat.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: “Informasi yang paling mudah ditangkap itu nama rumah makan, layanan pesanan nasi box, dan kontak pemesanan.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

A: “Banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka. Desainnya meyakinkan, makanan terlihat enak, dan informasinya sangat lengkap.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

A: “Banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga di daerah wisata seperti Pangalengan. Desainnya sesuai dengan wisatawan yang mencari tempat makan yang nyaman.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

A: “Suasana yang ditampilkan di banner terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga. Warna, gambar, dan susunan teksnya mendukung suasana kekeluargaan.”

Responden 5

Nama: Salma

Golongan *target audience*: Anak muda yang pernah liburan bersama keluarga ke daerah Pangalengan, Lembang, dsb.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

S: “Tampak seperti rumah makan tradisional Sunda yang hangat. Desain bannernya membuat saya percaya ini adalah tempat yang ideal untuk berkumpul bersama keluarga.”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

S: “Kesan awalnya cukup mencuri perhatian. Paduan warna merah dan kuning hangat, ditambah foto makanannya, jadi terlintas kalau ini tempat makan dengan cita rasa tradisional.”



© 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 kritis 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

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

S: “Secara keseluruhan cukup menarik dan informatif. Elemen-elemen visualnya tersusun rapi, jadi mudah dibaca tanpa terasa penuh atau berantakan.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

S: “Tulisan RM Ibu Eka sudah menonjol dan mudah dikenali. Ukurannya besar, dan warna putih di atas latar merahnya memberikan kontras yang jelas.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

S: “Penjelasan singkat tersebut dapat saya pahami kalau tulisan itu menggambarkan identitas rumah makan ini. Kalimatnya ringan tapi jelas menyampaikan kalau tempat ini mengusung cita rasa masakan Sunda rumahan.”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

S: “Informasinya sudah cukup terlihat dan mudah ditemukan di bagian bawah. Tapi kalau ingin lebih menonjol, mungkin bisa ditambahkan sedikit elemen visual seperti ikon atau warna pembeda supaya lebih cepat terbaca.”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

S: “Warna yang digunakan terasa hangat dan akrab. Nuansa merah-oranye yang dominan cocok untuk rumah makan Sunda yang ingin menunjukkan kehangatan dan suasana kekeluargaan.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

S: “Foto makanannya kelihatan segar dan menggoda. Tampilannya autentik, porsi terlihat pas, dan terlihat seperti masakan rumahan yang enak.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

S: “Yang paling cepat tertangkap itu nama rumah makannya, layanan pesanan nasi box, dan kontak WhatsApp-nya. Semuanya langsung kelihatan begitu lihat sekilas.”



© 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

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan katering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

S: “Banner ini cukup efektif menarik perhatian. Foto makanannya menggugah, dan informasinya jelas, jadi bikin yakin buat mampir atau pesan.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

S: “Cocok, apalagi Pangalengan terkenal sebagai salah satu tempat wisata keluarga. Banner ini tampilannya ramah dan nyaman, pas untuk menarik wisatawan yang cari tempat makan yang cocok untuk ramai-ramai.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

S: “Suasana dalam bannernya terasa hangat dan bersahabat. Dari warna, foto makanan, sampai susunan teksnya, semua mendukung kesan kekeluargaan yang akrab.”

Responden 6

Nama: Shasya

Golongan *target audience*: Anak muda pecinta alam dan pernah berwisata bersama keluarga.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

S: “RM yang menyediakan makanan berat, berkuah.”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

S: “Karena visual makanan lumayan besar, jadi lumayan menarik mata”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

S: “Tidak terlalu ramai iya, tapi cukup menarik masih perlu dipertimbangkan.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

S: “Ya, tulisan RM Ibu Eka paling terbaca, highlight makanannya juga jelas, tapi tulisan-tulisan lain kalo dari jarak yang agak lebih jauh, kurang terbaca atau terlihat. Apalagi kalau dipinggir jalan, mungkin orang bisanya baca yang sekali lewat aja gitu.”



© 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

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

S: “Mungkin karena ini jatohnya kaya lebih slogan, bisa dipersingkat atau intinya biar bisa digedein lagi biar lebih kebaca, jadi pembaca bisa langsung tahu kalau itu sebenarnya rumah makan apa gitu.”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

S: “Lebih terlihat cukup jelas karena backgroundnya warna putih, jadi lebih terlihat dibanding tulisan pendek yang seperti slogan itu. Paling sama untuk logo, ini warnanya kan merah, dan background-nya juga merah, jadi membuat sedikit nyaru. Jadi nanti bisa dikasih outline aja ya atau glow gitu biar ga nyaru.”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

S: “Mungkin cocok, karena seingat saya RM khas sunda itu biasanya warna hijau/merah/kuning, biasanya identiknya dengan itu.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

S: “Terlihat menggugah selera karena gambarnya besar dan menarik.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

S: “Tulisan RM Ibu Eka, dan gambar makanannya. Jadi kita bisa melihat sekilas apa saja makanan yang disajikan. Walaupun mungkin bagi sebagian target belum tahu ini sebenarnya makanan khas apa, karna gambar makanan khas Sundanya kurang terhighlight”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan katering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

S: “Ya, cukup membuat orang tertarik.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

S: “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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

S: “Cukup terlihat humble, dan keluarga-friendly”

Responden 7

Nama: Bila

Golongan *target audience*: Anak muda yang kalau ada waktu, memiliki hobi *healing* ke alam saat *weekend*.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

B: “Seperti rumah makan keluarga pada umumnya”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

B: “Desain banner cukup unik, tidak seperti biasanya. Jadi dapat menarik orang untuk kepo ingin melihat/datang gitu”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

B: “Cukup menarik, dan jelas dengan isi banner tersebut.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

B: “Tulisannya sudah cukup jelas untuk orang yang lewat jalan tersebut.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

B: “Cukup jelas dan mudah dipahami”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

B: “Sudah cukup jelas dan detail.”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda? Dan bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

B: “Sudah cocok karena mungkin dari pemilihan warnanya itu jadi terasa hangat, dan foto-foto yang ada juga dapat menggugah selera.”



© 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

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

B: “Tentang rumah makan dengan pelayanan yang hangat.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

B: “Menurut aku lebih tertarik untuk makan, karena penempatannya pun orang yang lewat disitu biasanya wisatawan yang butuh makan untuk mengisi perut.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

B: “Cocok untuk menarik wisatawan atau pelanggan yang penasaran karena belum pernah coba.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

B: “Cukup hangat, karena terasa nyaman dan jelas maksud dari tujuan rumah makan tersebut.”

Responden 8

Nama: Teh Muti

Golongan *target audience*: Pernah beberapa kali wisata bersama keluarga dan memiliki keluarga suami yang tinggal di daerah Lembang.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

M: “RM khas Sunda, tradisional cita rasa sunda, homey”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

M: “Bold, eyecatching”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

M: “Ya, sudah cukup menarik dan tdk terlalu ramai”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

M: “Terbaca dengan jelas”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”



© 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

M: “Mudah dipahami, tapi sulit dibaca dari jauh”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

M: “Kurang menonjol, kayaknya terima pesanan nasi box coba kasi icon”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda? Dan bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

M: “Cocok, ya fotonya bagus dan dapat menggugah selera.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

M: “Makanannya, gambar yang digunakan.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

M: “Ya, karena gambar makanannya menggugah selera”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

M: “Iya, karna sudah cocok saja”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

M: “Ya, tapi background belakang kalau dari jauh kurang terlihat, jadi saran agak diterangin lagi.”

Responden 9

Nama: Ka Axel

Golongan *target audience*: Suami teh Muti yang semasa tinggal sama orang tua, tinggal di daerah Lembang, jadi cukup sering berwisata atau mampir ke rumah makan tradisional.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

A: “RM Sunda”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: “Menarik karna gambar jelas, warna mencolok, jadi eye catching”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

A: “Ya cukup menarik, tapi mungkin fontnya agak lebih dibesarin sedikit. Terutama utk alamat”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

A: “Ya, pemilihan jenis fontnya masih bisa bikin terbaca, tetapi ukuran agak dibesarin”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

A: “Ya mudah dipahami, cukup menjelaskan.”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

A: “Alamat agak lebih dibesarin, biar nnti kalo orang nyari gampang”

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

A: “Warna-warna dalam banner ini sudah cocok sebagai warna hangat dan alami memberi kesan tradisional dan sederhana.”

A: “Mungkin terlalu dominan merah, jadi kesannya seperti agak ke padang. Karena biasanya RM Sunda identik/khas sama awi/bambu”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

A: “Ya, menggugah selera, gambarnya jelas.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

A: “Informasi tulisan RM Ibu Eka, dimana dari visualnya juga terlihat kalau RM ini tempat singgah yang enak untuk istirahat makan.”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: “Ya, karna kalau sekilas melihat bannernya, tampilam visualnya itu melihatkan hidangnya (focus lingkup jenis rumah makannya apa), menggugah selera, dan tempatnya bersih

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

A: “Ya, cocok saja.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

A: “Ya.”

Responden 10

Nama: Alma

Golongan *target audience*: Anak muda yang sesekali pernah jalan-jalan ke daerah alam atau wisata.

W: “Menurut Anda, RM Ibu Eka ini terlihat seperti rumah makan seperti apa?”

A: “Rumah makan keluarga”

W: “Bagaimana kesan pertama Anda saat melihat desain banner ini?”

A: “Warnanya vibrant, makanannya juga terlihat baik, tulisannya jelas”

W: “Menurut Anda, apakah desain banner ini sudah cukup menarik dan tidak terlalu ramai?”

A: “Sudah.”

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang keterbacaan tulisan “RM. Ibu Eka”?”

A: “Sudah terlihat dengan baik.”

W: “Apakah penjelasan di bawah nama rumah makan mudah dipahami menurut Anda? Jelaskan.”

A: “Sudah baik namun kalau dilihat dari jarak sekitar 5 meter sudah sedikit blur”

W: “Menurut Anda, apakah tulisan “Terima Pesanan Nasi Box”, informasi kontak, dan alamat terlihat cukup jelas atau masih kurang menonjol? Jika masih kurang, apakah ada saran?”

A: “Sudah.”



© 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

W: “Menurut Anda, apakah warna-warna dalam banner ini sudah cocok dengan rumah makan khas Sunda?”

A: “Sudah

W: “Bagaimana pendapat Anda tentang foto makanan yang digunakan? Apakah terlihat menggugah selera?”

A: “Ya terlihat sangat enak dan menggugah selera.”

W: “Setelah melihat banner ini, menurut Anda, informasi apa yang paling mudah ditangkap?”

A: “Makanan yang dijual dan nama dari rumah makannya”

W: “Apakah menurut Anda banner ini bisa membuat orang tertarik untuk makan atau memesan catering di RM Ibu Eka? Jelaskan alasannya.”

A: “Iya karena dari informasi yang disampaikan sudah jelas serta foto makananya yang terlihat menarik.”

W: “Menurut Anda, apakah banner ini cocok digunakan untuk rumah makan keluarga yang berada di daerah wisata seperti Pangalengan? Mengapa?”

A: “Ya, karena biasanya banyak keluarga yang berwisata di daerah Pangalengan, jadi banner ini bisa menjadi sumber informasi terkait rumah makan yang hendak dikunjungi.”

W: “Menurut Anda, apakah suasana yang ditampilkan di banner ini terasa hangat dan nyaman untuk makan bersama keluarga?”

A: “Iya.”

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

Lampiran 6. Hasil Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103114411

PAPER NAME

DG8B_Wafiyya Ashma Qolbi Taqiyya_Per
ancangan Marketing Collateral untuk Me
dia Promosi RM Ibu Eka.pdf

AUTHOR

Wafiyya Ashma Qolbi Taqiyya

WORD COUNT

14495 Words

CHARACTER COUNT

91445 Characters

PAGE COUNT

78 Pages

FILE SIZE

4.2MB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2025 2:23 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2025 2:26 PM GMT+7

● 4% Overall Similarity

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

- 4% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



Hak Cipta :

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

Lampiran 7. Daftar Riwayat Hidup



WAFIYYA ASHMA QOLBI TAQIYYA

081537413714 | wafiyyaashma@gmail.com | www.linkedin.com/in/wafiyya-ashma-qolbi-taqiyya

A Creative Graphic Design student with a talent for innovative designs and experience in team creative marketing. Interested in identifying emerging trends, creating visually appealing digital designs for social media and print, conducting user research, and developing creative branding. Actively seeking opportunities to further enhance my skills and contribute to the creative industry.

Work Experiences

Pt. Multi Indocitra - Jakarta Barat, Indonesia

Mar 2024 - Aug 2024

Creative Design Internship

Established in 1990, PT. Multi Indocitra Tbk. specializes in baby products, maternity and nursing supplies, cosmetics, healthcare, and household items. The company is dedicated to quality, customer satisfaction, and continuous improvement through its core values of Responsibility, Initiative, Cooperation, Ethics, and Discipline (TIKED), fostering a supportive and innovative work environment.

- Designed visual communication assets for digital and print media, including social media, e-commerce, posters, brochures, flyers, and POP displays.
- Demonstrated flexibility in responding to spontaneous design requests, ensuring timely delivery of materials while maintaining consistency with brand guidelines.
- Created compelling video content for Reels and TikTok, aligning with established briefs and occasionally contributing self-generated concepts. Additionally, served as a talent and provided support in both filming and editing capacities.

Education

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, Indonesia

Aug 2021 - Jul 2025 (Expected)

Bachelor Degree in Graphic Design, 4.00/4.00

- Majoring in Graphic Engineering and Publishing Department with Graphic Design Study Program (Design Management, Project-Based Learning, Digital Marketing, Entrepreneurship, and Creative Economy)
- Second Semester: Completed Project-Based Learning by creating a packaging design for a soap product as part of a team of three.
- Third Semester: Completed Project-Based Learning by designing food packaging and a calendar as part of a team of four.
- Fourth Semester: Completed Project-Based Learning by developing a company profile for the Business Unit of Politeknik Negeri Jakarta as part of a team of four.
- Fifth Semester: IISMA Awardee 2023 at Rubika, Valenciennes, France for one semester (5 months).

Rubika - Valenciennes, France

Sep 2023 - Jan 2024

First Year in Design Numérique, 12.24/20

- Placed in classes alongside Transport Design students, primarily focusing on assignments related to transport design. Developed skills in independent and critical thinking, conducted user research, and honed abilities in creative branding and innovative problem-solving.
- Achieved a score of 18 out of 20 for comprehensive research and creative problem-solving by modifying a fire alarm in a digital design concept to improve accessibility for deaf individuals as a personal task.

Politeknik Negeri Media Kreatif - Jakarta Selatan, Indonesia

Sep 2024 - Dec 2024

Participant of Wirausaha Merdeka, 87.33/100 (A)

- Pre-Immersion (Sep-Oct 2024): Participate in a series of entrepreneurship workshops that focus on developing soft skills and forming an entrepreneurial mindset.
- Immersion (Oct-Dec 2024): Collaborate in a team of five, conduct a survey of related MSMEs, and design product/service prototype ideas in groups.
- Post-Immersion (December 2024): Present business results in Demoday activities.
- Jobdesk/Personal Role: Responsible as the person in charge of documentation (PDD), including documenting daily activities, content editor and managing the team's Instagram Story content through the @antarafashion.id account, and designing visual frame templates for Instagram Story needs.

Organizational Experience

Mars Project - Politeknik Negeri Jakarta

Dec 2022 - Sep 2023

Staff of the Information and Communication Technology (ICT) Department

Mars Project (Mars and Research School Project) is a student organization focused on research and entrepreneurship. The organization prepares its members to become outstanding students (MaPres).

- Become part of the Expasign work program as a Design and Documentation staff who is responsible for digital design and video documentation for the required publication media.
- Become part of the M-Podcast work program as a Documentation staff who is responsible for handling video documentation of the Podcast.

Skills & Certifications

- **Soft Skills:** Creativity, Critical Thinking
- **Hard Skills:** Graphic Design, Illustration, Layout Design, Typography, Digital Imaging, Video Editing
- **Certifications**
 - (2023): Certificate of Accomplishment as IISMA Awardee at Rubika, Valenciennes, France
 - (2024): Certificate of contribution as a participant in the Wirausaha Merdeka "Creativepreneur" Program – Politeknik Negeri Media Kreatif