



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN BRAND PROFILE BOOK INTERAKTIF
MARANGGI MANG UDDI**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
WENDAREZA MORRIS
2106421087

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Brand Profile Book* Interaktif Maranggi Mang Uddi
Penulis : Wendareza Morris
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir.

Depok, 1 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II


Drs. Ade Noor Riyadhi
NIP.5200000000000000323


Amalia Rizky Fatonah, M.I.Kom.
NIP. 199407302022032008



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BRAND PROFILE BOOK INTERAKTIF MARANGGI MANG UDDI

Oleh:

Wendareza Morris
2106421087

Disahkan:
Depok, 16 Juli 2025

Penguji I

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

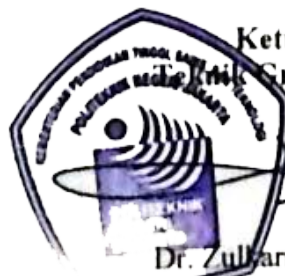
Penguji II

Sari Puspita Dewi, M.Pd.
NIP. 198208312015042001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Kepala Program Studi

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



Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan

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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan *Brand Profile Book* Interaktif Maranggi Mang Uddi adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 9 April 2025
Yang menyatakan,



Wendareza Morris
2106421087

POLITE
NEGER
JAKARTA



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur atas ke hadirat Allah SWT. karena berkat limpahan rahmat dan karunia-Nya, mampu menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul Perancangan *Brand Profile Book* Interaktif Maranggi Mang Uddi.

Dengan selesainya perancangan tugas akhir ini, ucapan terima kasih yang tak terhingga saya sampaikan kepada ibunda tercinta, yang selalu menjadi sumber kekuatan, doa, dan semangat dalam setiap langkah saya. Terima kasih atas cinta, kesabaran, dan dukungan yang tak pernah putus sejak awal hingga selesainya proses Tugas Akhir ini. Saya juga mengucapkan terima kasih kepada sejumlah pihak yang telah membantu selama proses pengerjaan laporan tugas akhir ini. Pada kesempatan ini, ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Drs. Ade Noor Riyadhi selaku dosen pembimbing materi tugas akhir yang telah sangat banyak membantu dalam perancangan tugas akhir, baik melalui dukungan semangat, arahan yang membangun, serta ilmu yang sangat berharga.
5. Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing teknis yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama perancangan tugas akhir.
6. Seluruh Dosen Desain Grafis yang telah memberikan banyak ilmu selama mengikuti pembelajaran di Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta.
7. Daffa Ardiansyah, yang selalu memberikan dukungan dan menemani selama proses pengerjaan tugas akhir ini.
8. Kak Faisal Fadilah, senior graphic design yang keren.
9. Cerry Al Qarana chinggudel BFF.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

10. Shafa Kayla, Raka Fadillah, Nurul Izzah, Gilang, Kalista terima kasih sudah selalu membantu dalam perancangan tugas akhir ini.

11. Bapak satpam shipper.

Dan seluruh pihak yang telah membantu, tidak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih banyak atas doa dan dukungannya untuk menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir ini. Laporan ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu penulis sangat menerima segala kritik dan saran yang bersifat membangun agar lebih baik lagi untuk ke depannya.

Jakarta, 9 April 2025

Wendareza Morris

NIM: 2106421087

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran penting dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia, khususnya di sektor kuliner yang terus berkembang. Namun, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat, banyak pelaku UMKM mengalami kesulitan dalam membangun citra usaha yang profesional. Maranggi Mang Uddi, sebuah UMKM kuliner yang berdiri sejak 2015, menghadapi tantangan serupa. Meskipun memiliki pengalaman yang panjang dan cita rasa khas, usaha ini masih kesulitan menarik perhatian mitra dan penyelenggara *event* berskala besar akibat minimnya media promosi yang kuat dan representatif. Untuk menjawab tantangan tersebut, dirancanglah sebuah *brand profile book* interaktif sebagai media promosi utama yang informatif, menarik secara visual, dan mencerminkan identitas lokal yang kuat. Proses perancangan dilakukan dengan pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi langsung, wawancara, dan studi literatur. *Brand profile book* ini menampilkan visual yang menggugah selera dan mencerminkan karakter produk secara autentik melalui penggunaan *food photography*. Hasil akhirnya berupa desain *brand profile book* yang mengangkat nilai etnik dan dikemas secara profesional. Menggunakan warna yang menggugah selera, tipografi *sans serif*, serta *food photography* dengan permainan gelap-terang. *Layout* simetris digunakan untuk menciptakan komposisi yang dinamis, sementara tipografi *sans serif* dipilih karena tampilannya yang modern, tegas, dan mudah dibaca. Media ini juga dilengkapi dengan turunan seperti kartu nama dan *flyer*. Diharapkan, media ini dapat meningkatkan kepercayaan mitra terhadap Maranggi Mang Uddi, memperkuat identitas merek, serta membuka peluang kerja sama dan ekspansi pasar yang lebih luas.

Kata kunci: *Brand Profile Book*, Media Promosi, UMKM.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs) play a crucial role in driving Indonesia's economic growth, particularly within the continuously growing culinary sector. However, amid increasingly tight market competition, many MSMEs struggle to establish a professional brand image. Maranggi Mang Uddi, a culinary MSME established in 2015, faces similar challenges. Despite its long-standing experience and distinctive flavors, the business has had difficulty capturing the attention of potential partners and large-scale event organizers due to the lack of strong and representative promotional media. To address this challenge, an interactive brand profile book was developed as the primary promotional tool—designed to be informative, visually engaging, and reflective of a strong local identity. The design process employed a descriptive qualitative approach, involving direct observation, interviews, and literature studies. The brand profile book features appetizing visuals that authentically represent the product's character through the use of high-quality food photography. The final design embraces ethnic visual values presented in a professional layout, utilizing a warm, appetizing color palette, modern sans serif typography, and dark-light contrast techniques in the photography. A symmetrical layout was applied to create a clean yet dynamic composition, while the choice of sans serif fonts supports a modern, bold, and readable appearance. The profile book is also complemented by supporting collateral such as business cards and flyers, ensuring a consistent brand identity across various platforms. It is expected that this promotional media will enhance partner confidence in Maranggi Mang Uddi, strengthen the brand identity, and open up broader opportunities for collaboration and market expansion.

Kata kunci: Brand Profile Book, Promotion Media, MSMEs.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
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	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan	3
1.4.2 Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	6
2.1 Promosi	6
2.1.1 Media Promosi	6
2.2 Buku Interaktif	7
2.3 <i>Brand Profile Book</i> atau <i>Company Profile</i>	7
2.3.1 Fungsi <i>Brand Profile Book</i> atau <i>Company Profile</i>	8
2.4 <i>Layout</i> Buku	8



© 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

2.4.1 Fungsi <i>Layout</i>	8
2.4.2 Elemen <i>Layout</i>	9
2.4.3 Margin dan <i>Grid</i>	10
2.4.4 Elemen Gambar.....	10
2.4.5 Prinsip <i>Layout</i>	12
2.5 <i>White Space</i>	14
2.5.1 Fungsi <i>White Space</i>	14
2.6 Tipografi.....	14
2.6.1 <i>Legibility</i>	14
2.6.2 <i>Readability</i>	15
2.7 Warna	16
2.7.1 Psikologi Warna	16
2.7.2 Skema Warna	17
2.8 Proses Desain	19
2.8.1 <i>Design Thinking</i>	19
BAB III METODE PERANCANGAN.....	21
3.1 Metode Riset Desain	21
3.1.1 <i>Empathize</i>	21
3.1.2 <i>Define</i>	21
3.1.3 <i>Ideate</i>	21
3.1.4 <i>Prototype</i>	22
3.1.5 <i>Testing</i>	23
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	23
3.2.1 Wawancara.....	23
3.2.2 Observasi.....	23
3.2.3 Studi Literatur	23
3.3 Data dan Analisis	24
3.3.1 Profil Maranggi Mang Uddi.....	24
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	25



© 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

3.2.3 <i>Competitor</i>	29
3.3.4 <i>Consumer Insight</i>	31
3.3.5 SWOT Matrix.....	32
3.4 <i>Creative Brief</i>	34
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	37
4.1 Konsep Visual	37
4.1.1 <i>Mindmap</i>	38
4.1.2 <i>Moodboard</i>	39
4.2 Proses Desain	40
4.2.1 Sketsa Imposisi.....	40
4.2.2 Sketsa Manual	40
4.2.3 Sketsa fotografi	42
4.2.4 Pengambilan Elemen Visual	43
4.2.5 Sketsa Digital	43
4.2.6 Desain Terpilih.....	45
4.2.7 <i>Prototype & Testing</i>	46
4.2.8 <i>Final Artwork</i>	49
4.3 Media Pendukung.....	53
4.3.1 <i>Business Card</i>	53
4.3.2 <i>Flyer</i>	53
4.4 Pertimbangan Produksi	54
BAB V PENUTUP.....	55
5.1 Simpulan	55
5.2 Saran.....	56
DAFTAR REFERENSI	57
LAMPIRAN	61



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 Contoh Legibility	15
Gambar 2. 2 Contoh Readability.....	16
Gambar 2. 3 Skema Warna Monokromatik	18
Gambar 2. 4 Skema Warna Analogus	18
Gambar 2. 5 Skema Warna Komplementer	19
Gambar 3. 1 Logo Maranggi Mang Uddi.....	24
Gambar 3. 2 Foto Maranggi Campur	26
Gambar 3. 3 Foto Maranggi Daging	26
Gambar 3. 4 Foto Maranggi Ayam	27
Gambar 3. 5 Foto Jando Goreng	27
Gambar 3. 6 Foto Sop Janda	28
Gambar 3. 7 Logo Sate Maranggi Bang Fadil	29
Gambar 3. 8 Logo Haote Sate Maranggi	30
Gambar 3. 9 Logo Sate Maranggi Amerta	30
Gambar 4. 1 Mindmap	38
Gambar 4. 2 Moodboard Visual.....	39
Gambar 4. 3 Moodboard Teknis	39
Gambar 4. 4 Sketsa Imposisi.....	40
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif Konsep Line Art.....	41
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif Konsep Minimalism	41
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif Konsep Vintage	42
Gambar 4. 8 Sketsa Fotografi Sumber: Dokumen Pribadi.....	42
Gambar 4. 9 Pengambilan Elemen Visual	43
Gambar 4. 10 Sketsa Digital Alternatif Konsep Line Art.....	44
Gambar 4. 11 Sketsa Digital Alternatif Konsep Minimalism	44
Gambar 4. 12 Sketsa Digital Alternatif Konsep Vintage	45



© 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. 13 Desain Terpilih.....	45
Gambar 4. 14 Mockup Cover Brand Profile Book Maranggi Mang Uddi.....	46
Gambar 4. 15 Mockup Halaman Brand Profile Book Maranggi Mang Uddi.....	47
Gambar 4. 16 Final Artwork Cover Brand Profile Book Maranggi Mang Uddi ..	49
Gambar 4. 17 Final Artwork Halaman Brand Profile Book Maranggi Mang Uddi	49
Gambar 4. 18 Font Bebas Neue	50
Gambar 4. 19 Font Glacial Indifference	50
Gambar 4. 20 Warna Palet	50
Gambar 4. 21 Elemen Visual	52
Gambar 4. 22 Business Card.....	53
Gambar 4. 23 Flyer Mockup	53



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Psikologi Warna.....	16
Tabel 3. 1 Tabel SWOT	33
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	34
Tabel 4. 1 Key Visual.....	38
Tabel 4. 2 Hasil Testing	48
Tabel 4. 3 Pertimbangan Produksi	54





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan.....	61
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Klien.....	62
Lampiran 3 Hasil Turnitin.....	65
Lampiran 4 Dokumentasi Testing.....	65
Lampiran 5 Riwayat Hidup.....	66





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

Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran krusial dalam mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Sebagaimana disampaikan dalam siaran pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia tahun 2024, yang menyebutkan bahwa jumlah unit usaha UMKM mencapai 99% dari total unit usaha di Indonesia (Haryono, 2023). Hal ini menegaskan kontribusinya yang signifikan terhadap perekonomian nasional, menjadikannya sebagai tulang punggung perekonomian nasional. Data tahun 2024 dari Kementerian Koperasi dan UKM menunjukkan kontribusi UMKM sebesar 61% terhadap perekonomian nasional, atau senilai Rp9.850 triliun, dari lebih 65 juta unit usaha (Maharani et al., 2025). Salah satu sektor yang berkembang pesat dalam ekosistem UMKM adalah sektor kuliner. Menurut (Ariansyah *et al.*, 2020) dalam (Sari et al., 2023) permintaan terhadap usaha kuliner terus meningkat karena makanan merupakan kebutuhan utama manusia setiap hari. Faktor ini menjadi pendorong utama dalam pesatnya pertumbuhan UMKM kuliner.

Data dari Dinas Perindustrian Perdagangan Koperasi Usaha Kecil Dan Menengah (PPKUKM) menunjukkan bahwa pada tahun 2024, jumlah UMKM sektor kuliner di Jakarta Selatan mencapai 15.552 (Jakarta, 2025). Bertambahnya jumlah UMKM pada sektor kuliner di era digital ini membawa tantangan baru, seperti persaingan pasar yang semakin ketat. Berdasarkan situs Bank Indonesia, Perry Warjiyo selaku Gubernur Bank Indonesia mengatakan bahwa UMKM perlu bersaing dengan meningkatkan mutu serta keunggulan produk untuk memperkuat diferensiasi serta daya saing produk di pasar. Beliau menambahkan, guna mencapai target pertumbuhan, UMKM harus berinovasi dan menerapkan strategi pemasaran yang tepat. Selain itu, membangun citra yang kuat juga menjadi faktor penting agar lebih dikenal dan dipercaya oleh masyarakat serta calon mitra bisnis (Haryono, 2023). Namun, UMKM kuliner kerap menghadapi kendala dalam menarik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

perhatian penyelenggara acara besar dan menjalin kemitraan bisnis yang berkelanjutan.

Membangun citra profesional memerlukan media promosi yang terstruktur dan menarik agar lebih efektif. *Brand profile book* atau *company profile* merupakan salah satu media komunikasi yang dapat digunakan untuk memperkuat identitas bisnis. *Company profile* merupakan representasi yang mencakup perjalanan terbentuknya dan kondisi perusahaan saat ini serta berfungsi sebagai media untuk menampilkan profesionalisme dan membangun citra perusahaan (Rio & Maulana, 2022). Pada perspektif konsumen, *brand profile book* dapat membantu memahami nilai, misi, dan keunggulan *brand* untuk mempengaruhi keputusan pembelian (Eskiev, 2023). Maka, dapat dikatakan penggunaan *brand profile book* dapat meningkatkan kredibilitas di mata calon mitra bisnis dan pelanggan potensial.

Maranggi Mang Uddi, sebagai salah satu UMKM kuliner yang telah berdiri sejak 2015 dan aktif dalam berbagai *event* serta bazar, menghadapi tantangan besar dalam promosi bisnisnya. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik usaha, diketahui bahwa meskipun media sosial telah dimanfaatkan untuk meningkatkan visibilitas, analisis SWOT menunjukkan bahwa kelemahan utama Maranggi Mang Uddi terletak pada aspek media promosi yang belum terstruktur dan belum mencerminkan profesionalisme yang dibutuhkan untuk menarik minat calon mitra. Akibatnya, upaya menjalin kerja sama menjadi kurang optimal dan peluang untuk menarik mitra potensial pun semakin terbatas.

Situasi tersebut memerlukan solusi atas permasalahan tersebut, yaitu perancangan *brand profile book* interaktif yang berfungsi sebagai media utama promosi bagi Maranggi Mang Uddi. *Brand profile book* ini dirancang untuk menampilkan informasi bisnis secara profesional, menarik, serta mudah diakses oleh calon mitra dan pelanggan. Dengan adanya media promosi yang terstruktur ini, Maranggi Mang Uddi berpeluang lebih besar untuk meningkatkan kredibilitas usahanya, memperluas jaringan bisnis, serta memperkenalkan produk ke pasar yang lebih luas secara efektif dan berdaya saing tinggi.



© 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

1.2 Rumusan Masalah

Dalam merancang *brand profile book* Maranggi Mang Uddi, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai bagaimana perannya sebagai media promosi mampu membangun citra profesional serta meningkatkan daya tarik usaha. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana merancang *brand profile book* interaktif yang mampu merepresentasikan identitas bisnis Maranggi Mang Uddi secara profesional?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, ketentuan yang menjadi ruang lingkup dari pembahasan terfokus pada:

1. Proses perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi
2. Proses penerapan teori-teori desain grafis dalam perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi
3. Penerapan desain *brand profile book* interaktif pada media turunannya seperti kartu nama dan *flyer*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini yaitu untuk menjelaskan proses perancangan *brand profile book* interaktif untuk Maranggi Mang Uddi. Proses ini mencakup penerapan teori-teori desain grafis serta teori pendukung. Selain itu, untuk menjelaskan pengaplikasian desain *brand profile book* interaktif ke dalam media turunan.

1.4.2 Manfaat

Manfaat pada penulisan proses perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi untuk Tugas Akhir ialah sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Perancangan *brand profile book* interaktif ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dan peneliti dalam memahami proses perancangan media promosi interaktif yang efektif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan wawasan mengenai penerapan teori-teori desain grafis dalam praktik nyata, sehingga dapat



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

menjadi bahan pembelajaran dan inspirasi dalam pengembangan desain komunikasi visual.

2. Manfaat Praktis

Brand profile book interaktif ini membantu Maranggi Mang Uddi dalam menyajikan informasi usaha secara profesional sehingga lebih menarik bagi calon mitra dan pelanggan. Selain itu, penerapan desain pada media turunan seperti kartu nama dan *flyer* akan memperkuat identitas merek, meningkatkan kredibilitas bisnis, serta memperluas peluang kerja sama dan pemasaran di berbagai *event*.

1.5 Sistematika Penulisan

Adapun sistem penyusunan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan dasar-dasar laporan tugas akhir, meliputi latar belakang masalah yang melandasi penelitian, pemilihan judul yang spesifik, rumusan masalah yang menjadi fokus utama, batasan ruang lingkup pembahasan, tujuan yang ingin dicapai, manfaat yang diharapkan dari penelitian, serta sistematika penulisan laporan secara keseluruhan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan teori-teori desain grafis dan ilmu pendukung lainnya yang menjadi fondasi dalam perancangan ulang *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi. Teori-teori ini dipilih secara sistematis dan logis berdasarkan sumber-sumber kredibel seperti buku, jurnal, artikel ilmiah, serta pendapat para ahli. Relevansi teori-teori ini dikaji dengan cermat terhadap ruang lingkup proyek tugas akhir. Selain itu, bab ini juga memaparkan teori mengenai metode riset yang digunakan dalam proses perancangan ulang *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi, yang diselaraskan dengan tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menyajikan penjelasan detail mengenai pendekatan metodologi yang diterapkan dalam penelitian. Hal ini mencakup teknik pengumpulan data yang digunakan, metode analisis informasi yang relevan, serta garis besar tahapan riset



Hak Cipta :

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

berbasis fakta yang menjadi landasan bagi arahan kreatif yang akan diterapkan dalam perancangan ulang *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini memaparkan hasil konkret dari proses perancangan karya desain berdasarkan arahan kreatif yang telah disusun sebelumnya. Pembahasan dalam bab ini mencakup tahapan pengembangan konsep visual, proses perancangan karya mulai dari pembuatan sketsa alternatif hingga pemilihan desain final, serta penerapan desain terpilih pada berbagai media utama dan pendukung. Selain itu, bab ini juga menyajikan rincian perhitungan biaya produksi sebagai pertimbangan dalam implementasi media desain yang telah dihasilkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi rangkuman singkat, jelas, dan sistematis dari keseluruhan laporan tugas akhir. Kesimpulan yang ditarik didasarkan pada hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, serta saran-saran yang diberikan sebagai rekomendasi dalam menyelesaikan permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil dari proses perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi, dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses kreatif dalam perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan *design thinking*, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype* dan *testing*. Proses dimulai dengan melakukan observasi langsung ke lokasi usaha serta melalui *Instagram*. Wawancara juga dilakukan langsung bersama pemilik usaha untuk dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk desain seperti profil usaha, kompetitor, serta kendala. Hasil observasi dan wawancara kemudian akan dianalisis menggunakan metode SWOT dan hasilnya dirumuskan menjadi *creative brief* sebagai pedoman atau *guide* desain. Penentuan konsep visual didasari melalui pembuatan *mindmap* dan *moodboard* yang mengangkat *tone and manner* etnis, profesional, dan lokal. Ide visual dikembangkan menjadi alternatif-alternatif desain yang dimulai dari sketsa imposisi, sketsa manual, dan sketsa digital. Desain yang terpilih langsung masuk ke tahap *prototype* dan *testing* untuk mengevaluasi kesesuaian desain mulai dari penggunaan warna sampai ke tata letak. Setelah itu baru memasuki tahap finalisasi sebagai tahapan akhir dari proses kreatif.
2. Penerapan teori desain grafis ke dalam perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi antara lain adalah layout buku yang mencakup fungsi, elemen, margin dan *grid*, elemen gambar dan prinsip *layout*. Proses penyusunan *layout* mengacu pada teori tata letak, margin, dan *grid* untuk memastikan keteraturan visual, sementara prinsip desain seperti *sequence*, *emphasis*, *unity*, dan *balance* digunakan agar informasi tersampaikan dengan jelas dan menarik. Fotografi makanan (*food photography*) dipilih sebagai pendekatan visual utama, mengingat produk yang ditawarkan adalah makanan, dengan mempertimbangkan sudut pengambilan gambar (*eye level*, *45° angle*, dan *flat lay*) yang sesuai untuk menampilkan daya tarik produk secara maksimal.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tipografi dan warna juga menjadi elemen penting dalam pemilihan jenis huruf memperhatikan aspek keterbacaan (*legibility*) dan kenyamanan membaca (*readability*), sedangkan skema warna dipilih berdasarkan psikologi warna yang sesuai dengan karakter merek Maranggi Mang Uddi. Selain itu, penggunaan *white space* dimanfaatkan untuk menciptakan kesan profesional dan mempermudah navigasi visual.

3. Desain *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi diaplikasikan ke dalam media pendukung berupa *flyer* dan kartu nama dengan tetap mengadaptasi elemen visual utama seperti warna, tipografi, *line art*, serta *tone and manner* etnis, lokal dan profesional. Konsistensi visual ini bertujuan untuk memperkuat identitas merek dan menciptakan kesan yang kohesif di berbagai media komunikasi usaha.

5.2 Saran

Setelah melalui proses perancangan *brand profile book* interaktif Maranggi Mang Uddi, terdapat beberapa masukan yang dapat dipertimbangkan untuk pengembangan di masa mendatang, yaitu:

1. Penulis berikutnya disarankan untuk mengkaji sejauh mana efektivitas *brand profile book* interaktif ini dalam mendukung strategi promosi dan menarik perhatian mitra bisnis potensial.
2. Agar hasil perancangan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna, penting bagi peneliti selanjutnya untuk memahami karakteristik target audiens secara lebih mendalam sehingga desain yang dihasilkan lebih relevan dan komunikatif.
3. Dianjurkan juga untuk mengembangkan media promosi lain sebagai pelengkap *brand profile book interaktif*, seperti *flyer* dan kartu nama.

Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *Barik - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 112–122.
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi Unibook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (Snati)*. <https://journal.uui.ac.id/Snati/Article/View/8457>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Pnj Press. <https://press.pnj.ac.id/Book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/>
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain Yang Konseptual (1st Ed.)*. Pnj Press. <https://press.pnj.ac.id/Book/2023/2/Dwiagnes-Bukudasar-Dasardesaingrafis2023/#Page=66>
- Bhaskaran, L. (2006). *What Is Publication Design?* Rotovision.
- Dewo, K. K., & Dewi, A. O. P. (2019). *School Library Video Company Profile Berbasis Multimedia Dalam Upaya Konstruksi Citra Perpustakaan (Studi Action Research Perpustakaan Smpn 21 Semarang)*.
- Eskiev, M. A. (2023). Brand-Book In The Brand Management System: Its Structure, Meaning And Role. *Shs Web Of Conferences*, 172, 05025. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317205025>
- Fahril, M. F., & Farhan, M. F. (2021). Rancang Bangun Sistem Informasi Company Profile Berbasis Web Pada Pt. Gotrans Logistics: Web-Based Company



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Profile Information System Design At Pt. Gotrans Logistics. *Indonesian Journal Of Informatic Research And Software Engineering (Ijirse)*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.57152/Ijirse.V1i1.54>

Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *Imaji: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/I.V12i2.49>

Goodman, A. (2001). *The 7 Essentials Of Graphic Design*. How Design Books, An Imprint Of F&W Publication.

Haryono, E. (2023). *Karya Kreatif Indonesia 2023: Kebaruan Dan Inovasi Kunci Kebangkitan Umkm*. https://www.bi.go.id/id/publikasi/ruang-media/news-release/pages/sp_2520123.aspx

Jakarta, B. D. Dan S. (2025). *Jumlah Usaha Mikro, Kecil Dan Menengah (Umkm) Binaan Pemerintah Provinsi Dki Jakarta* |. Satudata Jakarta. https://satudata.jakarta.go.id/open-data/detail?kategori=dataset&page_url=jumlah-usaha-mikro-kecil-dan-menengah-umkm-binaan-pemerintah-provinsi-dki-jakarta&data_no=1

Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada Pt. Mayora Dalam Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.33096/Respon.V2i2.44>



© 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

- Karim, M. A. (2018). *Lkp: Perancangan Desain Website Company Profile Pada Cv. Surya Sari Teknik* [Undergraduate, Institut Bisnis Dan Informatika Stikom Surabaya]. <https://Repository.Dinamika.Ac.Id/Id/Eprint/3259/>
- Kartika, R. (2015). Memilih Dan Memanfaatkan Tipografi. *Humaniora*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.21512/Humaniora.V6i3.3352>
- Kimmons, R. (2020). Color Theory In Experience Design. In M. Schmidt, A. Tawfik, I. Jahnke, & Y. Earnshaw, *Learner And User Experience Research* (1st Ed., Pp. 103–125). Edtech Books. <https://doi.org/10.59668/36.3243>
- Maharani, A., Mala, I. K., & Sutantri. (2025). Analisa Urgensi Digitalisasi Dan Laporan Keuangan Bagi Umkm. *Multilingual: Journal Of Universal Studies*, 5(1), Article 1.
- Muzhaffar, F. R. H., Sari, M. P., Fathonia, B. Z., & Arsi, N. A. (2024). Menganalisa Teknik Dan Komposisi Foto Dalam Food Photography. *Retina Jurnal Fotografi*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.59997/Rjf.V4i1.3017>
- Oktaviani, F., & Marsudi, M. (2023). Perancangan Guidebook Pemilihan Warna Pakaian Berdasarkan Skin Tone Menggunakan Seasonal Color Theory. *Barik - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(2), 225–237.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.34010/Common.V3i1.1950>
- Rio, M., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company Profile Arh Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 51–56. <https://doi.org/10.35134/Judikatif.V4i2.56>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Ruhimat, & Ripjan, M. (2024). *Analisis Komposisi Fotografi Dalam Foto Makanan Sebagai Media Komunikasi Visual* | Karimah Tauhid.

<https://Ojs.Unida.Ac.Id/Karimahtauhid/Article/View/15757>

Sany, E. (2020). Sistem Informasi Sebagai Media Promosi Dan Pemasaran Pada Cv. Anugrah Sinar Abadi: Internet, Information Systems, Promotion, Marketing. *Fortech (Journal Of Information Technology)*, 4(1), Article 1.

Sari, D. M., Trisnanto, T. B., Anggraini, N., & Saty, F. M. (2023). Analisis Pendapatan Dan Faktor Yang Mempengaruhi Usaha Mikro Kecil Menengah Kuliner Pengguna Layanan Online Food Delivery Di Kota Bandar Lampung. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Agroinfo Galuh*, 10(3), Article 3. <https://doi.org/10.25157/jimag.v10i3.8985>

Suci, A. W., & Anggapuspa, M. L. (2021). Perancangan Buku Interaktif Self-Compassion Bagi Remaja Usia 17-18 Tahun. *Barik - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 2(2), 96–107.

Wahyuni, S., Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). Media Company Profile Sebagai Penunjang Informasi Dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran Pada Hotel Narita Tangerang. *Semnasteknomedia Online*, 5(1), Article 1.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 1 Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Wendareza Morris	
NAMA PEMBIMBING		Drs. Ade Noor Riyadhi	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Brand Profile Book Interaktif Maranggi Mang Uddi	
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 2025	Arahan terkait desain nya yang cocok dengan brand Maranggi Mang Uddi, sebelum mengerjakan proposal tugas akhir	Melakukan riset online melalui google, pinterest dan freepik mengenai desain-desain yang sekiranya cocok untuk Maranggi Mang Uddi
2	12 Maret 2025	Arahan terkait konten dari brand profile book untuk Maranggi Mang Uddi, Pak Ade menyarankan untuk memaksimalkan di fotografi dengan desain yang mengutamakan fungsional dan clean.	Melakukan riset online melalui google, pinterest dan freepik mengenai food photography yang sekiranya akan cocok untuk Maranggi Mang Uddi, disini saya mencoba mengumpulkan beberapa gambar sebagai referensi
3	5 April 2025	Tambahkan data terkait brand profile book, tambahkan data pada	Sudah ditambah ke dalam proposal tugas akhir pad bab 1 latar belakang dan pada bab 2 teori
4	9 April 2025	Harus konsisten dalam menuliskan nama tempat Maranggi Mang Uddi, Untuk media pendukung bisa tambahkan sticker karena cocok dengan gen z	Menghapus kata "sate" sebelum menuliskan Maranggi Mang Uddi agar konsisten
5	10 April 2025	Penggunaan design tone and manner nya yang harus sesuai dengan Maranggi Mang Uddi dan apa yang dituliskan pada tone & manner harus diaplikasikan dalam desain.	Setelah membuat creative brief, akhirnya mendapatkan design tone & manner dan dimasukkan ke dalam proposal tugas akhir
6	19 Juni 2025	Perlu mengganti penggunaan kata dramatis pada tone and manner.	Mengganti tone and manner menjadi profesional, etnis dan line art
7	23 Juni 2025	Asistensi desain alternatif yang terpilih perlu adanya perbaikan pada ukuran elemen visual, ukuran font, tata letak tipografi dan selanjutnya perlu test print untuk mengetahui apakah sudah benar.	Membenarkan layout, mengecilkan beberapa elemen visual, merubah ukuran font, dan melakukan test print untuk mendapatkan preview ukuran asli.
8	1 Juli 2025	Benarkan beberapa penulisan pada laporan tugas akhir	Membenarkan penulisan laporan tugas akhir.
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Wendareza Morris	
NAMA PEMBIMBING		Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Brand Profile Book Interaktif Maranggi Mang Uddi	
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	11 April 2025	Daftar isi, spasi tunggal, bold hanya digunakan pada judul halaman dan BAB, subbab tidak perlu bold. Menjorok satu tab dan letakkan di halaman selanjutnya.	Membenarkan penulisan mulai dari tebal tipisnya penulisan, tabulasi, merapikan penulisan bab, subbab, dan subsubbab serta merapikan peletakkan gambar.
2	30 Juni 2025	Untuk penulisan subab selanjutnya jangan denter tapi diberi add space pada akhir kalimat. Untuk penulisan dalam tabel disarankan menggunakan ukuran 11 dan untuk penulisan caption gambar menggunakan ukuran 10 italic.	Membenarkan penulisan dengan menggunakan add space, membenarkan ukuran font untuk caption dan tabel.
3	1 Juli 2025	Tanda tangan persetujuan tugas akhir	-
4			
5			
6			
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Klien

Wenda: Bisa diceritakan sedikit tentang sejarah berdirinya Maranggi Mang Uddi?

Daffa: Maranggi Mang Uddi berdiri sejak tahun 2014, bermula dari usaha rumahan dan terus berkembang hingga saat ini, pemilik sendiri adalah orang asli purwakarta dan resep yang disajikan adalah resep autentik turun temurun

Wenda: Ada berapa karyawan?

Daffa: 5 karyawan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Klien

Wenda: Bisa diceritakan sedikit tentang sejarah berdirinya Maranggi Mang Uddi?

Daffa: Maranggi Mang Uddi berdiri sejak tahun 2014, bermula dari usaha rumahan dan terus berkembang hingga saat ini, pemilik sendiri adalah orang asli purwakarta dan resep yang disajikan adalah resep autentik turun temurun

Wenda: Ada berapa karyawan?

Daffa: 5 karyawan

Wenda: Siapa target pelanggan utama Mang Uddi?

Daffa: Seluruh kalangan sih

Wenda: Apa yang membuat Mang Uddi beda dari sate maranggi lainnya?

Daffa: Rasa nya yang autentik, bahan-bahan premium

Wenda: Menu andalan apa yang paling ingin ditonjolkan dalam promosi ini?

Daffa: Menu yang paling ditonjolkan pastinya menu terlaris sate maranggi campur

Wenda: Apa keunikan rasa, bahan, atau penyajian yang khas dari Maranggi Mang Uddi?

Daffa: Kita menyajikan makanan dengan resep autentik turun temurun asli khas Purwakarta, mulai dari daging empuk pilihan, hingga bumbu dan kecap asli dari Purwakarta, pembakaran dagingnya pun harus ada tekniknya, pemotongan daging sebenarnya kita punya tekniknya sendiri kak, tapi rahasia hehe.

Wenda: Apa cerita menarik atau filosofi di balik produk Mang Uddi?

Daffa: Kita berusaha menyajikan dan membawakan budaya asli sunda kepada para *customer*

Wenda: Apakah ada rencana penambahan menu baru, varian produk, atau paket spesial?

Daffa: Banyak sekali menu baru yang sudah kita rencanakan untuk ditambahkan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Wenda: Bagaimana proses pelayanan kepada pelanggan di lapak/event?

daffa: Sama seperti di *outlet*, namun kekurangan membeli di *event* adalah antrian pembeli yang terkadang panjang

Wenda: Apakah ada elemen brand yang wajib ditampilkan (logo, slogan, warna, font, dsb)?

Daffa: Logo, slogan, dan warna ciri khas Maranggi Mang Uddi

Wenda: Kalau boleh tahu untuk slogannya apa ya mas?

Daffa: Slogan kita itu “Ingat Purwakarta, Ingat Maranggi Mang Uddi?”

Wenda: Apakah ada batasan desain yang harus dihindari? (misal: warna tertentu, gaya tertentu)

Daffa: Tidak ada, hanya saja warna dan tema harus sewarna dengan ciri khas sunda

Wenda: Apa pesan utama yang ingin disampaikan kepada audiens?

Daffa: Tujuan/pesan dari promosi ini sebenarnya untuk menginformasikan bahwa tidak perlu jauh-jauh ke Purwakarta untuk menikmati sate maranggi

Wenda: Kesan seperti apa yang ingin ditimbulkan lewat materi promosi? (misal: menggugah selera, hangat & kekeluargaan, modern tapi tetap tradisional)

Daffa: Modern tetapi tetap menjaga kesan sunda

Wenda: Brand Mang Uddi pengennya dikenal sebagai *brand* yang seperti apa? (misal: merakyat, kekinian, premium, dll)

Daffa: Kekinian namun tetap autentik tradisional, makanan/resto untuk keluarga dan anak muda



© 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

Wenda: Ada referensi desain atau *brand* lain yang cocok dengan selera Mang Uddi?

Daffa: Nasgero kak

Wenda: Apa saja media yang pernah digunakan untuk mempromosikan (misal: instagram, facebook, tiktok)

Daffa: *Instagram, Tiktok, Facebook, Whatsapp*





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Hasil Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085391

PAPER NAME

DG8D_Wendareza Morris_Perancangan Brand Profile Book Interaktif Maranggi Mang Uddi.pdf

AUTHOR

Wendareza Morris

WORD COUNT

9557 Words

CHARACTER COUNT

60645 Characters

PAGE COUNT

50 Pages

FILE SIZE

11.3MB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2025 8:55 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2025 8:55 AM GMT+7

13% Overall Similarity

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

- 13% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Dokumentasi Testing



Hak Cipta :

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Riwayat Hidup

Hak Cipta :

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



Wendareza Morris

Jakarta Selatan, DKI Jakarta, Indonesia | wendarezaa@gmail.com | +62-811-100-428
<https://tinyurl.com/wendarezas-portfolio>

An enthusiastic and creative graphic design student at Politeknik Negeri Jakarta. Eager to contribute fresh ideas and love to learn new things. I am committed to developing my skills and making a meaningful impact through design.

EDUCATION LEVEL

Jakarta State Polytechnic : Undergraduate, Graphic Design Studies.
 Current GPA : 3.55/4.00

2021 - Present

WORK & PROJECT EXPERIENCE

LPP TVRI Stasiun Jakarta

April 2024 - Jul 2024

Graphic Designer Intern

- Assisted senior designers in creating designs such as posters, flyers, and social media graphics.
- Received positive feedback from supervisors and peers for creativity, attention to detail, and ability to work effectively in a collaborative team environment.
- Strong attention to detail and committed to creating designs that match the brief given by senior designers.

SpiceLab -Project Based Learning: How to build a brand

Sept 2023 - Jan 2024

Social Media Specialist & Graphic Designer of SpiceLab

- Developed and executed social media strategies to increase brand awareness, engagement, and follower growth on Instagram and TikTok.
- Managed social media accounts, including content scheduling, posting, monitoring, and responding to comments and messages in a timely and professional manner.
- Responsible for creating designs that build a strong brand image.

Business Unit PNJ Company Profile -Project Based Learning: Rebranding

Mar 2023 - Jul 2023

Account Executive

- Build and maintain strong relationships with clients, serving as the primary point of contact for inquiries and requests.
- Create a well-organized client brief after conducting an interview with the client.

Caffe Q -Project Based Learning: Redesign label for SMEs Brand

Jan 2022 - Jul 2022

Graphic Designer

- Contributed in solving brand problems through brainstorming, mind mapping, and mood boarding.
- Successfully created a label design that represents the brand identity.
- Gained skills in public speaking and earned an A in the Presentation Techniques course.

ORGANIZATION EXPERIENCE

UKM Radio Poros FM PNJ

Aug 2022 - Present

Public Relations Staff, Social Media Division

- Create engaging content on the Porshion (Poros Fashion) segment that aims to inspire audiences through the TikTok social media platform.
- Contribute in the idea and design making for the filter feature on the Instagram platform
- Design posters, digital invitation cards, and create decorations for events that are held by Poros FM.

SKILLS

Personal Skills
 Technical Skills
 Language

:Communicator, Teamwork, Adaptable, Problem Solving.
 :Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Microsoft Office, Canva, Notion, Trello,
 Branding, Social Media Planner, Marketer
 :English