



© 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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL*
SEBAGAI MEDIA PROMOSI RAJUT CLASS**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
LASKA ANDINI PUTRI
2206421077

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi Rajut Class
Penulis : Laska Andini Putri
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 7 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ardyta Praviasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

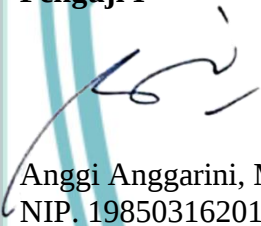
LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI RAJUT CLASS**

Oleh:
LASKA ANDINI PUTRI
2206421077

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji I


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II


MRR Tiya Maheni DK, S.H., M.H
NIP. 197608241999032002

Kepala Program Studi


Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

**Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi
Rajut Class**

adalah karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 7 Juli 2026


Laska Andini Putri

2206421077



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

Bisnis *workshop* kreatif di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap kegiatan produktif. Di tengah persaingan pasar yang kompetitif, diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk mendorong kesuksesan *brand*. Rajut Class, sebagai sebuah bisnis *workshop* kreatif yang menawarkan kelas merajut bagi pemula, memiliki permasalahan pada media promosinya yang terbatas dan sangat minim, hingga belum dapat menarik minat audiens. Dengan desain media promosi yang tidak konsisten dan juga terlihat *mainstream* karena hanya dibuat dengan *template*, hal ini membuat desainnya belum mampu mencerminkan citra *brand* yang diinginkan. Oleh karena itu dibutuhkan perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi yang mampu merepresentasikan citra *brand* yang sesuai sekaligus meningkatkan daya tarik audiens terhadap *workshop* Rajut Class. Perancangan ini dilakukan menggunakan *mix method* (campuran metode penelitian kualitatif dan kuantitatif) dengan pendekatan *Design Thinking*. Awal proses perancangan dimulai dengan tahap *emphatize*, yaitu mengumpulkan data melalui proses wawancara, observasi, kuisioner, dan studi literatur. Kemudian tahap kedua yaitu *define* dilakukan dengan mengolah data yang diperoleh melalui analisis SWOT hingga mendapatkan rumusan arahan kreatif. Tahap *ideate* dilanjutkan dengan melakukan eksplorasi ide dan konsep visual melalui *mind map* dan *moodboard* hingga diwujudkan dengan membuat sketsa yang sesuai dengan visual karakter *brand* yang ingin diwujudkan. Tahap *prototype* menghasilkan serangkaian desain komprehensif media *tripod banner*, *table tent card*, *loyalty card*, *hang tag*, *welcoming card*, hingga *feeds* Instagram. Lalu pada tahap *testing*, dilakukan evaluasi desain dengan keterlibatan audiens agar menghasilkan desain akhir yang lebih sempurna sebelum dilakukannya proses produksi cetak. Perancangan ini menghasilkan serangkaian *marketing collateral* yang sesuai dengan karakter *brand* dengan mengusung konsep visual yang *playful*, *casual*, dan rajut *pemula* yang diwujudkan melalui penggunaan *style fun whimsy crochet textured stitch*. Perancangan *marketing collateral* dengan penerapan konsistensi visual diharapkan mampu merepresentasikan citra *brand* Rajut Class sebagai *workshop* merajut yang menyenangkan dan ramah bagi pemula, hingga meningkatkan ketertarikan audiens terhadap produk.

Kata Kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, *Workshop* Kreatif, Rajut.



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

Creative workshop businesses in Indonesia have experienced rapid growth alongside increasing public interest in productive activities. In a competitive market, effective marketing strategies are essential to support brand success. Rajut Class, a creative workshop business that offers crochet classes for beginners, faces challenges due to its limited promotional media, which are insufficient to attract audience interest. In addition, its promotional materials feature inconsistent and generic template-based designs that fail to reflect the ideal brand image. Therefore, this study focuses on designing marketing collateral as promotional media capable of representing the desired brand image while enhancing audience interest in Rajut Class workshops. This design project employed a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative research methods, and adopted the Design Thinking approach. The process began with the Empathize stage, during which data were collected through interviews, observations, questionnaire surveys, and a literature review. In the Define stage, the collected data were analyzed using SWOT analysis to formulate the creative brief. The Ideate stage involved exploring ideas and visual concepts through mind maps and mood boards, which were then translated into alternative sketches that reflected the intended brand character. The Prototype stage resulted in a comprehensive series of promotional media designs, including a tripod banner, table tent card, loyalty card, hang tag, welcoming card, and Instagram feeds. Subsequently, the Testing stage involved evaluating the designs with the participation of the target audience to refine and improve the final designs before the printing production process. This project produced a series of marketing collateral that aligns with the brand's character by adopting a playful, casual, and beginner-friendly visual concept, expressed through the application of a fun and whimsical crochet-textured stitch style. Through the consistent application of visual elements across the marketing collateral, the design is expected to effectively represent Rajut Class's brand image as an enjoyable and beginner-friendly crochet workshop while increasing audience interest.

Keywords: Marketing Collateral, Promotional Media, Creative Workshop, Crochet.



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 dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat merampungkan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Rajut Class” dengan baik dalam kurun waktu yang telah ditentukan. Dan tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat, dan dukungan hingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Penyusunan Tugas Akhir pun ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan tulus dan penuh rasa hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya 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 Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ardyta Praviyasari, M.Ds., selaku dosen pembimbing yang senantiasa meluangkan waktunya untuk memberikan arahan, masukan, dan dukungan berharga selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik DG C 2022, atas segala bimbingan dan dukungan yang diberikan kepada penulis sejak awal hingga akhir masa perkuliahan.
6. Seluruh dosen Desain Grafis yang telah memberikan banyak ilmu dan pengalaman selama mengikuti perkuliahan di Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
7. Sindi Nadira, selaku *owner* Rajut Class yang telah bersedia untuk menjadi klien dalam proses perancangan Tugas Akhir 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Seluruh keluarga, khususnya kedua orang tua yang senantiasa memberikan semangat, dukungan moral serta material, dan selalu menyertai penulis dengan seluruh doa-doanya.
9. Sahabat terdekat penulis, yaitu Raissa dan Ello yang selalu memberikan motivasi, bantuan, serta dukungan di kala suka maupun duka. Terima kasih karena selalu kebersamai penulis dari awal hingga akhir perkuliahan ini dengan segala perhatian yang telah diberikan.
10. Teman-teman Program Studi Desain Grafis khususnya rekan DG C, serta sahabat baik penulis lainnya dari berbagai lingkungan yang namanya tak dapat disebutkan satu persatu. Terima kasih atas segala doa, semangat, dan dukungan yang telah diberikan dari jauh hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan tugas akhir ini masih memiliki keterbatasan, baik dari segi penyajian maupun isi. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi referensi yang berguna dan memberikan manfaat bagi pembacanya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Bogor, 18 Juli 2026

Laska Andini Putri

2206421077



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	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.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Fungsi Promosi	8
2.1.2 Jenis Media Promosi	8
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	12
2.2.1 Fungsi <i>Marketing Collateral</i>	13
2.3 Desain Grafis	14
2.3.1 Elemen Desain Grafis	14
2.3.2 Prinsip Desain Grafis	27
2.4 <i>Design Thinking</i>	30
BAB III METODE PERANCANGAN	33
3.1 Metode Perancangan	33
3.2 Data dan Analisis	36
3.2.1 Profil Klien.....	36
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	39
3.2.3 Target Audiens.....	40
3.2.4 Kompetitor	41
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	44
3.2.6 Analisis SWOT	49
3.3 Arahana Kreatif	52



Hak Cipta :

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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	55
4.1 Konsep Visual	55
4.1.1 <i>Mind Map</i>	55
4.1.2 <i>Moodboard</i>	57
4.1.3 Sketsa Manual	58
4.2 Proses Desain	61
4.2.1 Desain Komprehensif	61
4.2.2 Desain Terpilih	64
4.2.3 <i>Prototype</i>	69
4.2.4 <i>Testing</i>	70
4.2.5 <i>Final Artwork</i>	72
4.3 Pertimbangan Produksi	80
BAB V PENUTUP	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Saran	83
DAFTAR REFERENSI	
LAMPIRAN	

**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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori Perancangan	7
Gambar 2.2 Variasi <i>Banner</i>	9
Gambar 2.3 <i>Tent Card</i>	10
Gambar 2.4 <i>Hang Tag</i>	11
Gambar 2.5 <i>Loyalty Card</i>	11
Gambar 2.5 <i>Feeds</i> Instagram	12
Gambar 2.6 Warna Aditif.....	16
Gambar 2.7 Warna Substraktif	16
Gambar 2.8 Warna Primer, Sekunder, dan Tersier.....	17
Gambar 2.9 Skema Warna Monokrom	18
Gambar 2.10 Skema Warna Analog	19
Gambar 2.11 Skema Warna Komplementer	19
Gambar 2.12 Skema Warna Triadik	20
Gambar 2.13 Skema Warna Split Komplementer.....	20
Gambar 2.14 Skema Warna Tetradik.....	21
Gambar 2.15 <i>Display Type</i> dan <i>Text Type</i>	22
Gambar 2.16 Gambar Fotografi	24
Gambar 2.17 Gambar Ilustrasi	25
Gambar 2.18 <i>Sequence</i> pada <i>Layout</i>	27
Gambar 2.19 <i>Emphasis</i> pada <i>Layout</i>	27
Gambar 2.20 Keseimbangan Simetris dan Asimetris	28
Gambar 2.21 <i>Unity</i>	28
Gambar 2.22 Prinsip Kesatuan	29
Gambar 2.23 Prinsip Keseimbangan.....	30
Gambar 2.24 Prinsip Proporsi.....	30
Gambar 2.25 Prinsip Irama	31
Gambar 2.26 Prinsip Kontras.....	31
Gambar 2.27 Prinsip Penekanan.....	32
Gambar 2.28 <i>Design Thinking</i>	32
Gambar 3.2 Logo Rajut Class	39
Gambar 3.3 Media Promosi Cetak dan Digital Rajut Class.....	40
Gambar 3.4 Dokumentasi Produk dan Peserta <i>Workshop</i>	43
Gambar 3.5 Instagram Craft Tive Pieces	45
Gambar 3.6 Instagram Rajut Indonesia	46
Gambar 3.7 Instagram Waktu Luang	47
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	59
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	60
Gambar 4.3 Alternatif Sketsa <i>Banner</i>	61
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	62
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	63
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	64
Gambar 4.7 Desain Komprehensif 1.....	65
Gambar 4.8 Desain Komprehensif 2.....	66
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 3.....	67



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.10 Desain Terpilih.....	69
Gambar 4.11 Palet Warna	69
Gambar 4.12 Tipografi.....	70
Gambar 4.13 Gambar	71
Gambar 4.14 <i>Mock Up</i> Digital.....	73
Gambar 4.15 <i>Mock Up</i> Cetak.....	74
Gambar 4.16 Proses <i>Testing</i>	75
Gambar 4.17 <i>Final</i> Desain Tripod <i>Banner</i>	78
Gambar 4.18 <i>Final</i> Desain <i>Table Tent Card</i>	80
Gambar 4.19 <i>Final</i> Desain <i>Loyalty Card</i>	81
Gambar 4.20 <i>Final</i> Desain <i>Welcoming Card</i>	82
Gambar 4.21 <i>Final</i> Desain <i>Hang Tag</i> Depan dan Belakang.....	82
Gambar 4.22 <i>Final</i> Desain <i>Feeds</i> Instagram	83





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 Kesimpulan <i>Consumer Insight</i>	51
Tabel 3.2 Matriks SWOT.....	52
Tabel 3.3 <i>Creative Brief</i>	55
Tabel 4.1 Tabel <i>Keywords Key Visual</i>	59
Tabel 4.2 <i>Feedback Testing</i>	76
Tabel 4.3 Estimasi Biaya Produksi.....	86





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 Tugas Akhir
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Survey Kuesioner
- Lampiran 4 Transkrip *Testing*
- Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme
- Lampiran 6 Daftar 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Ekonomi kreatif di Indonesia merupakan salah satu sektor yang dalam beberapa tahun terakhir terus memberikan kontribusi positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Sub sektor kriya merupakan salah satu dari total 17 sub sektor lain yang merupakan penyumbang terbesar struktur PDB karena memiliki potensi nilai tambah yang tinggi berbasis ide, kreativitas, dan inovasi (Khuamir & Yazid, 2025). *Workshop* kreatif sebagai bagian dari sub-sektor kriya itu juga turut mengalami peningkatan minat dari masyarakat yang signifikan, terutama dalam beberapa tahun ini. *Workshop* kreatif merupakan kelas pelatihan dimana seorang pakar dari bidang tertentu memberi pengajaran dan pelatihan kepada mereka yang ingin mempelajari suatu bidang (Maulidah dkk., 2023). Salah satu jenis *workshop* kreatif yang paling digandrungi di masyarakat adalah *workshop* merajut. Fenomena ini juga dipengaruhi oleh berkembangnya tren *productive lifestyle* di kalangan masyarakat yang lebih memilih memanfaatkan waktu luang untuk aktivitas yang tak hanya menghibur tapi juga mengembangkan skill dan kreatifitas, serta sebagai sarana *healing* (Adrian, 2026).

Di tengah persaingan yang ketat antar kompetitor penyelenggara *workshop* kreatif, strategi pemasaran yang dilakukan secara efektif memegang kontribusi yang besar bagi kesuksesan dan pertumbuhan brand. *Marketing collateral* merupakan salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran, yang terdiri dari serangkaian media promosi seperti *banner*, poster, media cetak lain, dan konten media sosial yang dapat menarik minat audiens dan meningkatkan daya saing produk (Syahputra & Subandrio, 2023). *Marketing collateral* sebagai media promosi juga dapat membantu dalam membangun citra *brand* yang kuat sekaligus mendorong penjualan suatu produk atau jasa (Pasla, 2024). Oleh karena itu *marketing collateral* memerlukan desain yang dirancang dengan menerapkan



© 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

prinsip konsistensi visual agar dapat mencerminkan dan memperkuat citra *brand* yang ideal hingga terlihat menarik di kalangan audiens (Anugrafianto, 2025).

Rajut Class merupakan sebuah *workshop* rajut bagi para pemula di Indonesia yang menawarkan kelas belajar merajut dari nol. Meski berdiri sejak 2024, Rajut Class memiliki permasalahan pada media promosi yang sangat minim dan terbatas. Media promosi cetaknya memiliki desain yang tidak konsisten dan cenderung terlihat *mainstream*, karena dalam pembuatannya hanya menggunakan *template* Canva. Menurut Firdaus dkk. (2026), penggunaan *template* desain Canva yang sudah sering digunakan oleh banyak orang cenderung memberikan kesan yang tidak profesional dan kurang terpercaya. Hal ini membuat Rajut Class belum mampu mempromosikan produknya secara efektif sehingga angka penjualan cenderung stagnan. Media promosi yang digunakan saat ini juga belum berhasil mencerminkan citra *playful* dengan desain visual khas seperti yang diinginkan, akibatnya *brand* masih belum menonjol di antara kompetitor dan belum berhasil menarik minat target audiens untuk mengikuti *workshop* Rajut Class.

Minimnya media yang dapat ditemui saat *workshop* berlangsung membuat citra Rajut Class belum terlihat hingga tidak berpengaruh pada daya ingat audiens terhadap *brand* (Sari dkk., 2024). Selain itu, kurangnya jumlah dan jenis media promosi yang dimiliki, membuat audiens tidak merasa terdorong untuk mengikuti *workshop* yang ditawarkan (Nuryani dkk., 2022). Berdasarkan hasil perancangan terdahulu yang mengkaji perancangan *marketing collateral* untuk bisnis pada sektor kerajinan yang menjual produk fisik, perancangan media promosi dengan aplikasi identitas visual Gege Rajut Brebes berfokus akan upaya menyasar segmentasi pasar yang lebih luas (Mardiana, 2020). Sementara itu berdasarkan perancangan lain, citra *brand* akan semakin kuat dan visibilitas produk juga ikut meningkat setelah dilakukan perancangan *marketing collateral* untuk mempromosikan *brand* dan produk (Putra dkk., 2021). Namun masih belum ada perancangan *marketing collateral* pada bisnis jasa di sektor kerajinan yang menerapkan konsistensi visual pada desainnya, sehingga perancangan ini memberikan kontribusi baru berupa rancangan media promosi yang tidak hanya membantu meningkatkan penjualan dan daya tarik produk, tetapi juga sebagai alat



© 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

untuk merepresentasikan citra *brand* secara konsisten. Oleh karena itu, perancangan ini diharapkan dapat berkontribusi dalam meningkatkan minat audiens terhadap *workshop* yang ditawarkan Rajut Class, sekaligus membangun citra ideal di benak audiens hingga Rajut Class dapat bersaing dengan kompetitor dan meningkatkan angka penjualannya. Dengan merancang media *banner*, *table tent card*, *welcoming card*, *loyalty card*, serta *hang tag* dengan memperhatikan aplikasi elemen visual secara konsisten, hal ini dapat mendukung fungsi promosi pada rangkaian *marketing collateral* (Salam dkk., 2026).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan beberapa permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk Rajut Class?
2. Bagaimana penerapan prinsip teori desain grafis yang mendukung proses perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam proses penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, diperlukan batasan pembahasan agar memastikan fokus tetap terjaga pada tujuan yang ingin dicapai. Maka ditentukan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk Rajut Class.
2. Proses penerapan prinsip teori desain grafis yang mendukung proses perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tugas Akhir ini memiliki beberapa tujuan dan manfaat yang dapat diperoleh selama pengerjaannya, antara lain:

a. Tujuan

Berikut merupakan tujuan dari pembahasan Laporan Tugas Akhir proyek perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class:



© 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. Menjelaskan proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk Rajut Class.
2. Menjelaskan penerapan prinsip teori desain grafis pendukung yang digunakan dalam proses perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class.

b. Manfaat

Adapun manfaat yang ingin diperoleh dari penulisan Laporan Tugas Akhir proyek perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penulisan sampai perancangan desain *marketing collateral* pada Rajut Class sebagai media promosi, nantinya bisa bermanfaat sebagai referensi pada penulisan serta perancangan *marketing collateral* sejenis berikutnya agar peneliti lain dapat melanjutkan dan memperbaiki kekurangan pada perancangan ini sehingga selanjutnya dapat menjadi perancangan yang lebih baik lagi.

2. Manfaat Praktis

a) Manfaat bagi Klien (Rajut Class)

Perancangan *marketing collateral* Rajut Class sebagai media promosi ini diharapkan dapat membuat branding Rajut Class lebih kuat, konsisten, dan lebih *stand out* di antara kompetitornya sehingga mudah diingat dan dikenali, serta bisa mendapatkan lebih banyak peserta hingga dapat mengadakan lebih banyak jadwal kelas merajut.

b) Manfaat bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan Desain Grafis

Perancangan serta penulisan Tugas Akhir ini diharapkan dapat menjadi suatu acuan yang berguna untuk membantu menjawab permasalahan mengenai kebutuhan desain media promosi yang khususnya berjenis *marketing collateral*. Selain itu dapat menjadi referensi dalam aspek desain visual, pemilihan tipografi, pembuatan elemen visual, pemilihan warna, serta penerapannya pada berbagai media yang dibutuhkan.



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

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, pembahasan disusun secara sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami penulisan dengan jelas. Adapun sistematika penulisan “Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi Rajut Class” terdiri dari 5 (lima) bab, di mana setiap bab dibagi menjadi subbab sesuai dengan kebutuhan materi. Penjelasan dari masing-masing bab adalah sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini memberikan gambaran tentang fenomena, fakta lapangan, serta permasalahan yang dihadapi klien yang menjadi latar belakang perancangan *marketing collateral*. Selain latar belakang, bab ini juga memuat rumusan masalah berupa belum tersedianya media promosi dengan desain visual yang konsisten dan menunjukkan citra *brand* yang kuat di masyarakat. Bab ini juga menjabarkan ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class, serta penjelasan sistematika penyusunan yang berkaitan dalam penulisan tugas akhir.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang kajian teoritis mengenai ilmu desain grafis serta teori umum pendukung lainnya yang akan digunakan sebagai dasar pijakan selama proses perancangan *marketing collateral* untuk Rajut Class ini berlangsung. Kajian teori dalam perancangan ini meliputi konsep media promosi, *marketing collateral*, dan metode penelitian sebagai dasar penyusunan. Referensi yang digunakan berasal dari buku, jurnal, artikel ilmiah, serta pendapat para ahli yang memiliki kompetensi pada bidang terkait.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas tahapan yang digunakan dalam proses perancangan, termasuk metode riset desain serta teknik pengumpulan data. Selain itu, bab ini memuat profil klien, hasil riset



Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan tahapan yang telah dilalui dalam proses Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi Rajut Class, didapatkan beberapa simpulan:

1. Dalam proses Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi Rajut Class, metode yang digunakan adalah *mix method*, yang merupakan gabungan dari metode kualitatif dan metode kuantitatif. Pada metode kualitatif, pengumpulan data dilakukan dengan melakukan wawancara dengan owner Rajut Class, observasi kegiatan *workshop* dan media sosial kompetitor, serta melakukan studi literatur pada buku, artikel jurnal, dan teori-teori yang relevan hingga mendapatkan data profil klien, *product knowledge*, data kompetitor, dan teori landasan perancangan. Sedangkan pengumpulan data pada metode kuantitatif dilakukan dengan survey melalui penyebaran kuisioner *online* hingga mendapat data *consumer insight*. Pendekatan *design thinking* juga digunakan dalam menunjang proses perancangan ini, yang terdiri dari 5 tahapan yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap *empathize* dilakukan 4 cara pengumpulan data seperti yang sudah disebutkan diatas. Tahap ini menghasilkan data profil klien, *product knowledge*, target audiens, kompetitor, hingga data *consumer insight* yang kemudian diolah melalui analisis SWOT untuk mendapatkan rumusan arahan kreatif sebagai dasar pengembangan konsep visual. Tahap *ideate* dimulai dengan melakukan eksplorasi *mind map*, menyusun *moodboard*, dan membuat alternatif sketsa manual desainnya. Dilanjut pada tahap *prototype*, dibuatlah desain komprehensif dari sketsa manual sebelumnya, hingga akhirnya dipilihlah satu desain yang paling sesuai. Desain ini diaplikasikan secara konsisten pada seluruh rangkaian media *marketing collateral* meliputi *tripod banner*, *table tent card*, *loyalty card*, *hang tag*, *welcoming card*, hingga *feeds* Instagram. Setelah itu dibuatlah *mock up*



© 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

digital dan *mock up* cetak, dan dilanjutkan pada tahapan *testing*. Pada tahap ini, desain diuji oleh para target audiens dan mendapatkan hasil bahwa desain dinilai sudah sesuai dengan citra dan karakter Rajut Class, sudah menarik secara visual dan sudah konsisten aplikasi desainnya.

2. Perancangan *marketing collateral* Rajut Class menerapkan berbagai prinsip desain grafis sebagai dasar dalam membangun tampilan visual yang *playful*, *casual*, khas rajut dan ramah untuk pemula. Elemen visual dibuat dengan tekstur *crochet* dan dipadukan dengan *cross stitch pattern* pada ilustrasinya yang berbentuk produk rajut seperti amigurumi. Selain itu elemen lace atau pita renda juga banyak digunakan, dengan aplikasi warna *pink*, krem, dan hijau untuk menghadirkan kesan yang menyenangkan. Prinsip *emphasis* diterapkan melalui penggunaan warna *bright pink* yang kontras dengan krem, sekaligus sebagai identitas *brand*. Prinsip kesatuan diwujudkan melalui penggunaan warna, ilustrasi, dan tipografi yang konsisten, sedangkan keseimbangan asimetris menciptakan tampilan yang lebih dinamis dan mendukung citra *brand* yang ramah dan menyenangkan. Kesan *fun* dan kreatif ditampilkan pula dengan penggunaan *typeface* Melt Swashes yang berjenis *display text* pada *headline* dan dikombinasikan dengan Poppins pada *body text* agar dapat menarik perhatian audiens namun juga tetap mudah dibaca. Hal ini sesuai dengan citra *brand* yang ingin ditampilkan, yaitu *playful*, *casual*, dan ramah untuk pemula.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan Rajut Class maupun penelitian selanjutnya.

1. *Marketing collateral* yang telah dirancang sebaiknya diterapkan secara maksimal pada berbagai kegiatan promosi Rajut Class, baik saat *workshop* berlangsung maupun melalui media sosial. Penggunaan media secara konsisten dapat membantu membangun citra *brand*, mempermudah audiens dalam mengenali dan mengingat Rajut Class, hingga dapat menarik minat lebih banyak audiens untuk mengikuti *workshop* Rajut Class.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Penelitian berikutnya dapat melakukan evaluasi terhadap efektivitas media yang telah dirancang melalui pengukuran respons audiens. Hasil evaluasi tersebut diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai pengaruh *marketing collateral* terhadap ketertarikan audiens untuk mengikuti *workshop*, peningkatan angka penjualan, serta loyalitas audiens.





Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Adrian, T. D. (2026). *Perancangan Museum Komik Action Figure Indonesia Dengan Konsep Interaktif Visual Di BSD City*. 10(9).
- Anggraini, A. (2021). *Desain Layout*. <https://Press.Pnj.Ac.Id/Book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/26/>
- Anugrafianto, T. R. (2025). *Desain Komunikasi Visual dalam Strategi Branding di Era Digital: Pendekatan Media dan Komunikasi*. 1(1).
- Azizah, N., & Pribadi, J. D. (2024). Pembuatan Desain Banner Sebagai Media Iklan Menggunakan Aplikasi CorelDraw Pada UMKM Katiga Singosari Kabupaten Malang . *Jurnal Administrasi dan Bisnis*, 18, 77–78.
- Budiarta, I. G. M., Witari, N. N. S., & Sutrisno, L. B. (2023). Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha*, 13(1), 60–69. <https://doi.org/10.23887/jjpsp.v13i1.60973>
- Chumaidi, A. R., & Patria, A. S. (2023). *Perancangan Ilustrasi Sebagai Identitas Visual Acara Mahakarya Bonek Campus #4*. 1(2).
- Farid, M., Sridamayanti, S., A'yun, A. Q., Fadhil K, M., Rusli, D. I., & Irwan, M. Z. M. (2023). Desain Grafis untuk Memaksimalkan Konten di Media Sosial dan Kekreativitasan Siswa SMAN 2 Barru. *Jurnal Lepa-lepa Open*, 3(5). <https://ojs.unm.ac.id/JLLO/index>
- Firdaus, W., Nurutsani, M., Rukmantara, M. K. F., Sitorus, N. H., & Hakim, I. A. (2026). Analisis Peran Desain Visual dalam Membentuk Kepercayaan Konsumen terhadap Brand: Literature Review. *Jurnal Penelitian Ilmiah Multidisipliner*, 03(01).
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Hasni, I., Kencana, M., Yanuarmi, D., & Aryadi, M. (2025). Feminin Romantic Style Kombinasi Kain Sarung Silungkang. *Jurnal Pendidikan, Penciptaan Seni dan Budaya*, 1(2), 117–150. <https://doi.org/10.62710/jppsb.d597an64>
- Ismail, I. (2024). Loyalty Card: Pengertian, Jenis dan Berbagai Manfaatnya. *Bliss*. <https://bliss.id/blog/customer-loyalty/pengertian-loyalty-card/>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>



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

- Jayanti, G. (2020). *Jasa Cetak Hangtag di PT Galtys Jayanti Mandiri*. <https://galtyslabelsticker.com/jasa-cetak-hangtag/>
- Khuamir, M., & Yazid, M. (2025). *Analisis Peran Ekonomi Kreatif Dalam Pemberdayaan Masyarakat Lokal: Studi Literatur Kualitatif Terhadap Perkembangan Industri Kreatif Di Indonesia*. 3(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.61896/jeki.v3i3.115>
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Marcom, M. (2025). *Understanding Marketing Collateral in Brand Management & Distributed Marketing*. <https://marcom.com/understanding-marketing-collateral-in-brand-management-distributed-marketing/>
- Mardiana, K. A. U. (2020). *Perancangan Identitas Visual Dan Aplikasinya Pada Media Promosi Gege Rajut Brebes*. (1).
- Maulidah, M., Soedewi, S., & Kadarisman, asep. (2023). *Perancangan Prototipe Aplikasi Workshop Kreatif Untuk Remaja Akhir Hingga Dewasa Awal Di Kota Bandung*. 10.
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). The Effect Of Online Customer Review, Quality Product, And Promotion On Purchasing Decision Through Shopee Marketplace (A Case Study Of UBSI College Student). *Procuratio: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 9(4). <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/PROCURATIO/index>
- Oktaviani. (2020). *Mengenal Lebih Dalam “Gambar” Pada Desain Grafis. Creative, Desain & Multimedia*. <https://www.gamelab.id/news/342-mengenal-lebih-dalam-gambar-pada-desain-grafis>
- Paksi, D. N. F. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>



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

- Pasla, N. B. (2024). *Marketing Collateral: Pengertian, Manfaat, dan Jenis*. <https://bams.blog/bisnis-industri/marketing-collateral-pengertian-manfaat-dan-jenis/>
- Pranata, H., Ilham, M., & Malik, H. (2025). Tipografi Sebagai Bentuk Ekspresi Visual Dalam Media Cetak Dan Digital. *J-TECH : Journal Technology of Computer*, 2(1).
- Putra, I. D. G. A., Udayana, A. A. G. B., & Artha, I. G. A. I. B. (2021). Desain Komunikasi Visual sebagai Media Promosi Kerajinan Koran “Linting Paper” dari Narapidana di Rutan Gianyar. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 2(01), 104–118. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v2i01.82>
- Putri, N., Simandjuntak, L., & Proyanto, P. (2017). Strategi Partnership Dalam Upaya Membangun Brand Value Citilink (Studi Kasus: Program Boarding Pass True Value) (BPTV). *Journal of Indonesia Tourism and Policy Studies*, 2(2). <https://doi.org/10.7454/jitps.v2i2.124>
- Qothrunnada, K. (2021). *7 Prinsip Dasar Desain Grafis Lengkap dengan Unsur-Unsurnya*. https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5838921/7-prinsip-dasar-desain-grafis-lengkap-dengan-unsur-unsurnya#google_vignette
- Ramadhani, I., John, & Septiani, T. (2022). Sosialisasi Pengaruh Warna Pada Ruangan Interior Terhadap Mood Individu Pada SMA Swasta Asuhan Daya Kayu Putih Medan. *CORAL (Community Service Journal)*, 1(2), 217–232.
- Salam, K. N., Pratiwi Ar, D., & Rifai, M. (2026). Member Card and Social Media Promotion Strategies on Customer Loyalty. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 13(1), 402–417. <https://doi.org/10.33096/jmb.v13i1.1621>
- Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. (2024). Fungsi, Tujuan Dan Bentuk-bentuk Promosi. *Dar El-Falah; Jurnal Ilmu-ilmu Sosial, Keagamaan, dan humaniora*, 03(02), 41–46.
- Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2023). Analisis Perkembangan Dan Pengaruh Tipografi Pada Sampul Majalah Bobo Terhadap Ketertarikan Anak. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2024.15.1.1>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Sussanti, (Ismail, 2024), Damayanti, V. K., & Amin, M. (2024). Penerapan Pemasaran Digital Sebagai Media Promosi. *CEMERLANG : Jurnal Manajemen dan Ekonomi Bisnis*, 4(4), 288–295. <https://doi.org/10.55606/cemerlang.v4i4.3278>



© 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

Syahputra, E. R., & Subandrio, S. R. (2023). Pengaruh Promosi Menggunakan Iklan Media Cetak dan Sosial Media terhadap Minat Wisatawan Tubing River. *BUDGETING : Journal of Business, Management and Accounting*, 4(2), 282–292. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i2.6605>

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Tri Nuryani, F., Nurkesuma Nurkesuma, & Baruna Hadibrata. (2022a). Korelasi Keputusan Pembelian: Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi (Literature Review Manajemen Pemasaran) . *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, 3(4), 452–462. <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4.977>

Tsabitah, E. R. A., & Kusumandyoko, T. C. (2024). Analisis Prinsip Layout Tom Lichy Pada Feed Instagram Wardah. *Jurnal Barik*, 6(2). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>

Wicaksono, S. R. (2024). *Design Thinking untuk Inovasi Digital: Strategi dan Penerapan Praktis*. https://www.seribubintang.web.id/index.php?p=show_detail&id=187

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN 1

LEMBAR BIMBINGAN

TUGAS AKHIR



© 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

Link Notion Logbook Bimbingan:

https://www.notion.so/Tugas-Akhir-Laska-A-79ab9202fbe982fa92c3010f414e241c?source=copy_link

Logbook Bimbingan						
Tabel Feed						
No	Name	Tahap P...	Materi yang dibahas	Tanggal B...	Progress	Catatan Pembimbing
1	Bimbingan ke-1	Bab 1	Latar Belakang	20 Februari 2026	Briefing & menentukan project laporan, menyicil latar belakang	Bahasan latar belakang dari cakupan luas ke detail dengan contoh data lapangan
2	Bimbingan ke-2	Bab 1	Latar Belakang Tujuan penelitian	26 Februari 2026	Asistensi latar belakang dan menulis tujuan penelitian	Tambahkan halaman judul, tambah data dengan angka, ubah bentuk tujuan dari bentuk narasi menjadi poin
3	Bimbingan ke-3	Bab 1	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan	3 Maret 2026	Revisi latar belakang, rumusan masalah, dan ruang lingkup	Tambahkan urgensi terkait kompetitor rajut class, spill inti latbel tujuan dan masalah di sistematika Bab 1, mengubah rumusan masalah menjadi poin pertanyaan
4	Bimbingan ke-4	Bab 1	Latar Belakang	6 Maret 2026	Menambahkan state of the art	Persingkat latar belakang, tambahkan state of the art di paragraf terakhir latar belakang
5	Bimbingan ke-5	Bab 1 Bab 2	Latar Belakang Penulisan Bab 2	19 Maret 2026	Revisi state of the art, mulai mencari dan menulis kerangka teori	Perjelas paragraf state of the art dengan menambahkan kata berbeda dari penelitian sebelumnya, penelitian ini belum ada.
6	Bimbingan ke-6	Bab 2	Kerangka teori	5 April 2026	Melengkapi kerangka teori dengan referensi buku yang diberikan	Tambahkan kutipan di penulisan teori
7	Bimbingan ke-7	Bab 3	Metode Penelitian Profil Klien Target Audience Product Knowledge	7 April 2026	Asistensi penulisan metode penelitian, hingga profil bisnis klien	Penulisan metode pengumpulan data disatukan dimasukkan saja dalam empathize design thinking
8	Bimbingan ke-8	Bab 3	Analisis kompetitor Mencari data consumer insight	8 April 2026	Asistensi list pertanyaan dan draft kuisiomer yang akan dibagikan	Tambahkan hingga 3 kompetitor, tambahkan pertanyaan terbuka di akhir kuisiomer
9	Bimbingan ke-9	Bab 3	Analisis consumer insight Analisis SWOT Creative Brief	13 April 2026	Asistensi hasil analisis berdasarkan data survey yang telah dilakukan, revisi matriks swot, review lampiran	Tambahkan detail info lampiran wawancara & kuisiomer, pada SWOT lebih ditekankan poin media promosinya, tambahkan detail product knowledge di brief
10	Bimbingan ke-10	BAB 4		28 April 2026	Arahan pembahasan konsep visual dan update hasil sempro	
11	Bimbingan ke-11	BAB 4		5 Mei 2026	Asistensi mindmap dan pemilihan keyword key visual	
12	Bimbingan ke-12	BAB 4		12 Mei 2026	Asistensi moodboard dan revisi keyword	
13	Bimbingan ke-13	BAB 4		19 Mei 2026	Update revisi moodboard	
14	Bimbingan ke-14	BAB 4		29 Mei 2026	Asistensi 6 alternatif sketsa manual dan pemilihan 3 untuk digitalisasi	
15	Bimbingan ke-15	BAB 4		2 Juni 2026	Update pembuatan digitalisasi desain komprehensif dan asistensi abstrak semnas	
16	Bimbingan ke-16	BAB 4		12 Juni 2026	Asistensi revisi desain komprehensif dan diskusi pemilihan satu desain terpilih	
17	Bimbingan ke-17	BAB 4		19 Juni 2026	Asistensi desain terpilih dan diskusi pertanyaan testing dan mock up cetak	
18	Bimbingan ke-19	BAB 4		29 Juni 2026	Asistensi hasil testing	
19	Bimbingan ke-20	BAB 4		1 Juli 2026	Asistensi revisi penyempurnaan FAW setelah testing, last check sebelum submit turnitin	
20	Bimbingan ke-22	BAB 4 Bab 5		4 Juli 2026	Pengecekan keseluruhan bab 1-5	

LAMPIRAN 2

TRANSKRIP WAWANCARA



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

Tanggal : 16 Februari 2026
Waktu : 13.00 - 13.45
Lokasi : dilakukan secara Online via Google Meet
Narasumber : Sindi Nadira (owner Rajut Class)
Hasil : Informasi mengenai profil Rajut Class, serta kendala, kebutuhan, dan preferensi media promosi Rajut Class.

Boleh memperkenalkan diri kak?

Halo perkenalkan saya Sindi Nadira sebagai owner dari Rajut Class. Aku lulusan UI tahun kemarin. Pekerjaanku sekarang fokus full-time di Rajut Class aja.

Bolehkah diceritakan sejarah tentang Rajut Class?

Jadi, awalnya Rajut Class ini berdiri di bulan Maret 2024. Sebenarnya itu ada cerita juga sih. Awalnya itu aku nggak buka kelas kayak gini, aku jualan produk buketnya, buket bunga rajut kayak gitu. Terus akhirnya malah lebih fokus di ngajar-ngajar kayak gini. Jadi itu awalnya waktu aku semester 7, itu kan ada kayak program MBKM ya, sekarang nggak tahu masih ada apa nggak. Jadi itu kan kita bisa pilih ya mau ikut kegiatan apa. Boleh magang, boleh pertukaran pelajar, boleh asistensi sama dosen, boleh wirausaha, kayak gitu.

Nah, karena aku dari kecil kayaknya emang aku minat di wirausaha, jadi aku ambil program Wirausaha Merdeka ini. Di situ aku kepikiran bikin bisnis. Sebenarnya ada KPI-nya sih, kayak harus punya karyawan dua orang, harus apa lagi ya... tapi itu bisa dijustifikasi di laporan akhirnya karena kan jatuhnya kita tuh kayak belajar ngebangun *brand*, ngebangun bisnis gitu kan. Ya udah, jalan aja dulu. Nah, kebetulan waktu itu di angkatan aku cuma dua orang nih yang ambil program kegiatan ini, cuma aku dan teman aku satu. Terus ya udah, akhirnya kita coba aja jalanin ini, dan aku bisnisnya waktu itu buket bunga rajut. Karena aku bisa ngerajut, dan *skill* ngerajut ini juga aku dapetin dari kegiatan kampus sebenarnya.

Terus mulai dari situ, aku kepikiran "Oh ya udah, aku jualan aja deh buket bunga rajut," karena *crochet* tuh lagi *happening* banget waktu itu. Jadi kayaknya cocok nih gitu aku ngikutin tren. Akhirnya aku jual buket bunga rajut. Nah, tapi kan di situ aku sambil kuliah juga, walaupun *full time* kegiatan magang ini, tapi tetep harus ada laporan dan sebagainya gitu kan. Sedangkan ngerajut itu butuh waktu banget. Ngerjain satu bunga aja itu bisa 2 sampai 3 jam. Jadi aku waktu itu sempat ada karyawan tuh. Terus karena aku kayak belum terlalu siap kali ya, modalnya juga belum seberapa gitu, kayak uang jajan simpenan anak mahasiswa lah gitu, nggak seberapa buat modal bisnis. Jadi akhirnya karena karyawan aku berhenti, dan aku ngerjain sendiri tuh kayak nggak sanggup.

Karena ngerjain satu bunga aja tuh butuh waktu lama, sedangkan *demand*-nya tuh cukup banyak gitu. Sedangkan kalau aku punya karyawan, karyawan aku tuh harus kerja terus gitu. Sedangkan kalau yang ngerjainnya banyak, kadang nggak keluar gitu stoknya. Walaupun *demand*-nya banyak, tapi kalau dikerjain sama karyawan gitu, terlalu banyak juga sih buat aku. Jadi belum masuk ke sama *demand* yang ada, karena masih baru juga kan waktu itu. Sedangkan kalau aku bikin sendiri, akunya nggak bisa menyesuaikan *demand*.



© 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

Akhirnya, ya udah deh, aku coba-coba buka kelas. Karena dapet ide juga dari temen aku yang ikut program wirausaha ini. Kata dia, "Eh, lu kayaknya bisa deh, Sin, bikin *workshop* juga." Karena dulu aku lagi sering lihat banyak *workshop beads* gitu, kayak manik-manik gitu. Terus kata temen aku, "Kayaknya lu bisa juga deh bikin *workshop* ngerajut gitu." Terus akhirnya, oh iya bener juga ya, kalau *workshop* kayaknya nggak butuh waktu lama nih buat bikin satu proyek gitu. Terus ya udah, dari situ aku coba approach-approach kayak event organizer yang suka ngadain *workshop*. Banyak deh sekarang gitu. Aku coba approach kan, cuman sedihnya mungkin karena aku nggak ada portofolio kali ya, jadi nggak ada yang bales. Ada sih satu-dua gitu, tapi dari sebanyak itu yang aku chat, yang bales satu-dua doang. Aku kayak sedih banget. Sempat nge-down juga tuh, kayak "Yah, gimana nih, nggak ditanggapi chat-chat aku sama mereka."

Akhirnya aku kayak nekat in ajalah bikin kelas sendiri gitu. "Coba bikin sendiri kali ya," gitu. Akhirnya aku bikin tuh akun Rajut Class. Tadinya yang waktu jualan produk itu namanya Rajut Florist. Tapi sekarang udah jadi Rajut Flo, karena aku nggak cuma fokus di bunga aja, aku ada tas juga, ada pouch gitu-gitu. Jadi aku singkat namanya jadi Rajut Flo biar nggak spesifik florist gitu kan. Terus aku bikin akun baru buat khusus *workshop*, buat khusus jasa ngajarlah gitu, namanya Rajut Class. Dan seiring berjalannya waktu tuh malah Rajut Class ini yang lebih... karena kalau dari sisi bisnis kali ya, itu yang lebih menguntungkan gitu karena kita kerjanya nggak yang makan waktu banget, tapi profitnya tuh kelihatan, cepet perputaran uangnya gitu dibanding kalau jualan produk. Kalau jualan produk kan paling kalau aku jual satu produk itu... nggak sebanyak kalau jasa lah gitu. Nah, ya udah akhirnya aku fokus di jasa, dan Rajut Flo-nya tuh yang produknya malah kurang aku fokusin. Jadi sekarang aku lebih fokusnya di Rajut Class sih, karena emang aku melihat potensinya tuh juga gede banget. Gitu sih awal mulanya, jadi emang dari program kampus.

Lalu sekarang Rajut Class sendiri apakah mempunyai tim kak? atau hanya kakak sendiri?

Awalnya aku sendiri aja, cuma akhirnya aku hire admin satu orang buat bantu aku handle urusan administrasi sama balas balasin peserta gitu.

Kalau sosial medianya diurus sama siapa kak?

Kalo sosmed itu aku yang pegang. Aku yang suka upload upload konten, di Tiktok juga.

Pada awal berdiri, kelas pertamanya dipromosikan lewat mana?

Instagram, dipakaikan ads lalau lewat Tiktok

Cakupan lokasi kegiatan Rajut Class dimana aja ya kak?

Awalnya sering dilakukan di daerah Jakarta Selatan karena dekat sama domisiliku. Terus karena banyak yang minat kita sekarang jangkauannya di Jabodetabek menyesuaikan demand.



© 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

Rajut Class ini kan jatuhnya menyediakan jasa ya kak, jenis kelasnya ada apa aja?

Proyek yang gak terlalu rumit, yang paling banyak diminati itu shoulder bag yang pakai benang besar. Benang ini juga dipikirin matang-matang lewat riset 10 bulan sampai nemu bahan ini karena ukurannya besar gak sering nyangkut jadi cepet selesai dan gak susah bikinnya. Ada juga amigurumi kayak boneka kecil, mini bouquet blanket, pouch kecil, sama bag charm.

Range harga kelasnya berapa ya kak?

Di awal kelas tuh sengaja dimurahin dari harga 130.000, kalo buat tas 275.000 untuk daerah Jakarta. Kalo di luar Jakarta itu 295.000.

Target audiens nya siapa aja ya kak? Kayak menargetkan konsumen dengan usianya berapa, pekerjaannya apa?

Target kita Gen Z sama Millennial sih. Oh iya aku sebenarnya punya file branding profile gitu, disitu tertulis jelas sih target marketnya sama ada informasi lain, nanti aku kirim ya.

Boleh kak, terima kasih. Nah terus aku mau tanya untuk meedia promosi Rajut Class sekarang menggunakan apa aja kak?

So far sih masih online aja ya, konten feeds poster kelasnya, terus konten reel sama tiktok dama Instagram terus diiklanin. Sempat kepikiran untuk bikin carousel cuma kita belum kepegang.

Untuk sekarang menurut kakak kekurangan atau kebutuhan media promosi Raut Class apa aja?

Feeds poster kelas punya kita tuh gak sesuai banget sama tema kita. Karna aku gabisa desain jadi aku cuma bikin lewat template canva yang udah ada gitu, cuma keliatan aneh kadang kadang. Logo kita kan pink gitu ya, cuma di poster malah lebih dominan coklat, krem, gitu gitu. Cuma karena aku gak ngerti desain jadi aku gatau caranya biar keliatan nyambung. Oiya aku ada banner juga sebenarnya tapi desainnya itu cuma tulisan doang gitu. Tapi karena dia udah rusak, jadi sekarang udah ngga dipakai. Mungkin aku butuh banner yang lebih kecil kali ya biar gampang dibawa gitu.

Ada preferensi media lainnya gak kak yang pengen kakak buat?

Aku pengen bikin kartu yang dipakaikan stamp gitu buat peserta yang sering ikut kelas, kayaknya seru dan menarik.

Selain banner, apa ada lagi kak media lain yang dipakai kalo lagi workshop?

Ada welcome card gitu, itu dipake di meja peserta.

Kalo fasilitas kelas itu yang bisa dibawa pulang apa aja kak?

Hasil karyanya, bahannya boleh dibawa pulang, tapi alatnya dikembalikan ke kita. Terus biasanya udah include makanan sama minuman, dan notes sama pulpen untuk nyatet nyatet pola 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Kalo dari segi visual branding, menurut kakak apa yang kurang? Misalkan kalau dibandingkan dengan kompetitornya gitu.

Iya itu karena aku pake canva jadi aku suka ngerasa kalau kita itu belum ada ciri khasnya gitu, dan suka keliatan gak nyambung. Kayak sekarang aku cuma pake satu template canva aja buat semua poster walaupun itu gak nyambung. Dan aku bingung sih gimana cara bikin branding nya ini biar lebih bagus dan punya ciri khas.

Branding kayak gimana yang kakak inginkan?

Pengennya yang pink pink gitu kayak logo kita, terus yang lucu tapi nggak terlalu kekanak-kanakan karena target kita Gen Z dan Millennial kan. Pokoknya yang keliatan santai casual gitu yang nggak terlalu kaku desainnya dan gak bikin para pemula takut duluan gitu.



LAMPIRAN 3

HASIL SURVEI KUESIONER

CONSUMER INSIGHT



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





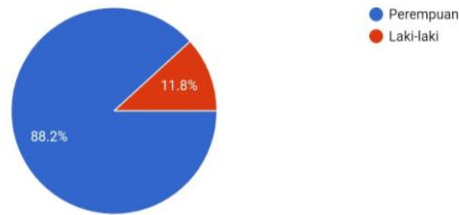
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

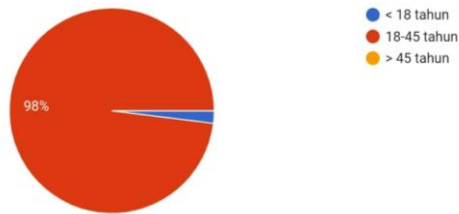
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Metode survey : Online menggunakan Google Form
Tanggal : 9 April - 12 April 2026
Channel penyebaran : Grup WhatsApp teman kuliah, grup teman SMA dan SMP, komunitas di aplikasi X bernama Sudut Rajut.
Jumlah responden : 102 responden
Hasil : Data *consumer insight*

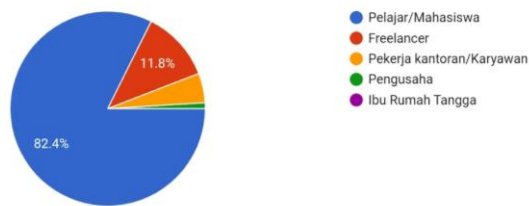
Jenis Kelamin
102 responses



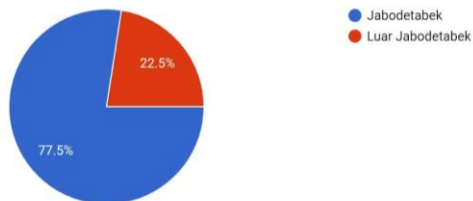
Usia
102 responses



Pekerjaan
102 responses



Domisili
102 responses





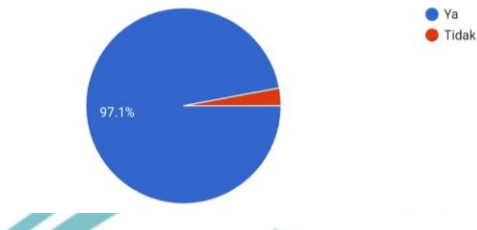
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

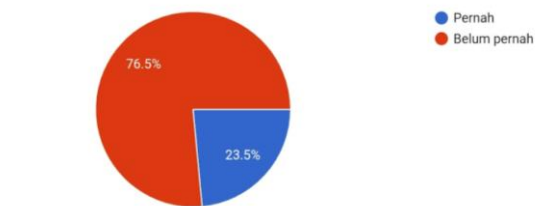
Apakah anda tertarik dengan kegiatan membuat DIY craft untuk mengisi waktu luang?

102 responses



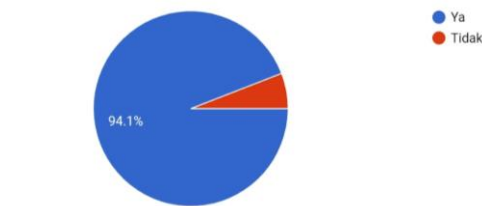
Apakah anda pernah mengikuti workshop kreatif?

102 responses



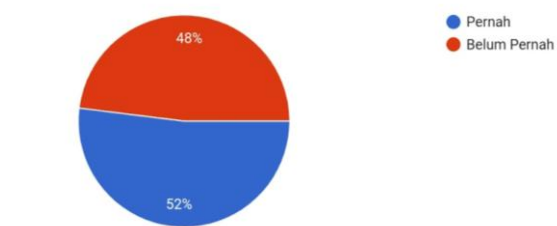
Apakah anda tertarik untuk mengikuti kelas workshop merajut bagi pemula?

102 responses



Apakah anda pernah mendengar tentang Rajut Class?

102 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

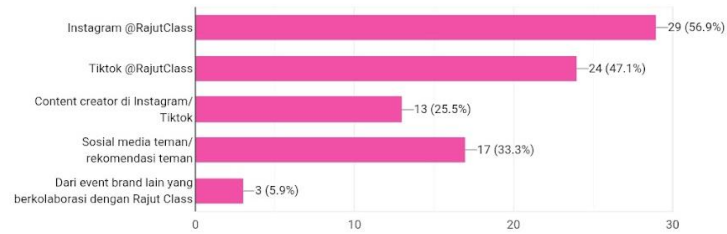
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Jika pernah, dari manakah anda mengetahui Rajut Class?

[Copy chart](#)

(Skip pertanyaan ini jika anda belum pernah mendengar tentang Rajut Class)

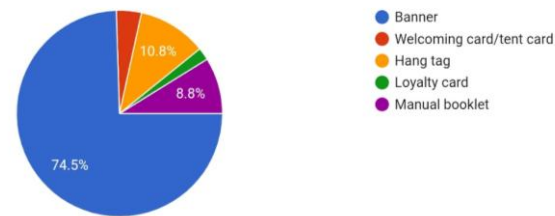
51 responses



Jenis media promosi apa yang sering anda temui pada workshop kreatif?

[Copy chart](#)

102 responses

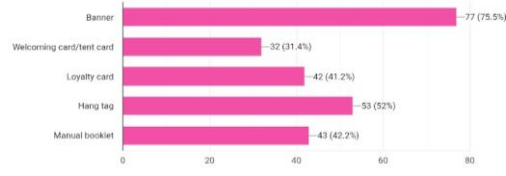


Jenis media apa yang paling menarik perhatian anda jika anda sedang mengikuti workshop?

[Copy chart](#)

(Pilih maksimal 2)

102 responses

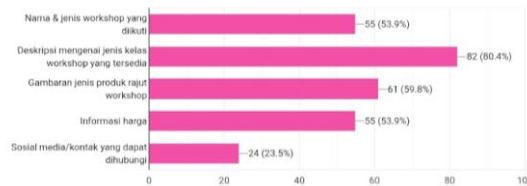


Hal apa yang paling anda perhatikan pada sebuah media promosi untuk workshop merajut?

[Copy chart](#)

(Pilih maksimal 2)

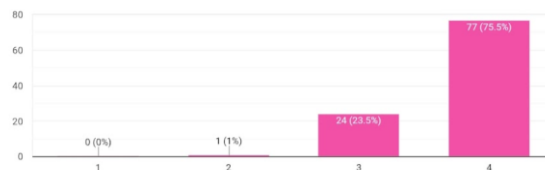
102 responses



Banner membuat saya mudah mengenali kelas workshop yang akan diikuti.

[Copy chart](#)

102 responses





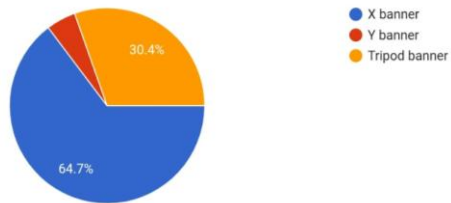
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Jenis banner manakah yang paling menarik jika disimpan pada saat workshop berlangsung?

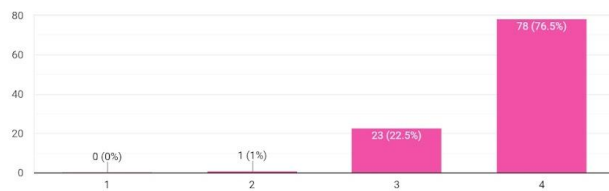
102 responses



Media promosi cetak (banner, welcoming card, hang tag/loyalty card, hingga booklet) yang dapat ditemui saat workshop berlangsung memudahkan saya untuk mendapatkan informasi.

Copy chart

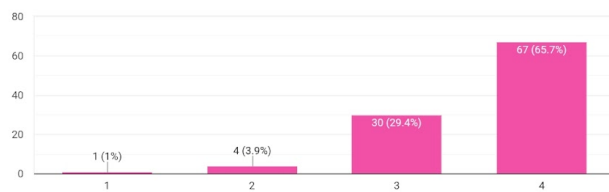
102 responses



Media promosi yang didesain dengan menarik, membuat saya ingin memfoto & menguploadnya di sosial media.

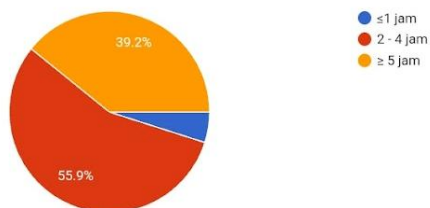
Copy chart

102 responses



Seberapa sering anda menggunakan sosial media (Instagram & Tiktok) dalam sehari?

102 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

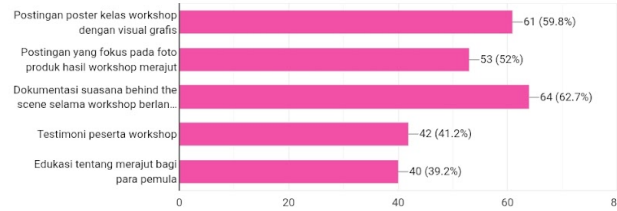
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Apa jenis konten promosi workshop rajut yang paling menarik perhatian anda?

[Copy chart](#)

(Pilih maksimal 2)

102 responses

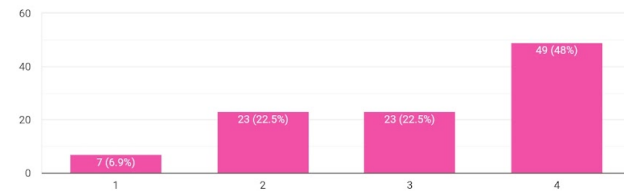


Preferensi Desain

Desain media promosi Rajut Class diatas BELUM konsisten.

[Copy chart](#)

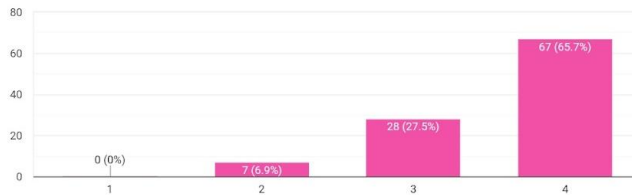
102 responses



Tampilan media promosi yang didesain secara konsisten membuat saya mudah mengingat workshop tersebut.

[Copy chart](#)

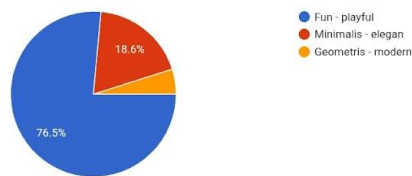
102 responses



Gaya desain seperti apa yang paling menarik perhatian anda pada media promosi workshop merajut?

[Copy chart](#)

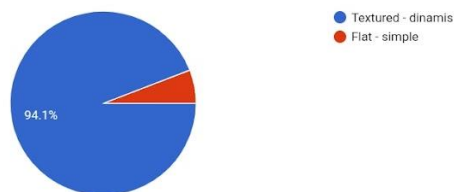
102 responses



Jenis ilustrasi visual pendukung seperti apa yang paling menarik perhatian anda?

[Copy chart](#)

102 responses





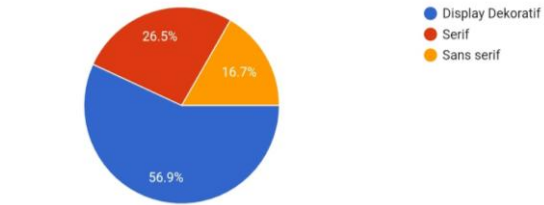
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Menurut anda, jenis font apa yang paling menggambarkan kata kreatif & menyenangkan?

102 responses



Menurut anda, media promosi yang ideal itu seperti apa?

102 responses

- media promosi yang ideal menurut saya sekarang yang mempromosikan di media sosial, karena tidak menutup kemungkinan semua orang sekarang sudah menggunakan media sosial
- yang memiliki style konsisten
- yang memiliki banner semenarik mungkin dengan pewarnaan yang colorful dan font yang aesthetic
- Yang promosi secara konsisten dimedia sosial
- Social media atau any media yang banyak dipakai/dilihat oleh target audience
- Yang dapat menasar tepat ke target pasar nya
- Mudah dipahami, informasi dapat ditangkap walaupun hanya melihat sekilas, informasi yang lengkap (tempat, tanggal, harga, apa yang akan dilakukan dll). Namun tidak terlalu penuh agar tidak pusing dilihat.
- iklan sosial media, atau billboard di ruang publik

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 4

TRANSKRIP TESTING



© 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

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 Pertanyaan Testing

1. Apakah penggunaan warna, gaya teks, dan ilustrasi pada media promosi ini sudah menarik?
2. Kira-kira apakah anda tahu media cetak ini untuk mempromosikan apa?
3. (Jelaskan citra dan karakter Rajut Class yang playful, casual, kreatif) Apakah keseluruhan desain sudah sesuai dengan citra dan karakter brand?
4. Apakah semua media punya desain yang konsisten hingga terlihat berasal dari satu brand yang sama?
5. Apakah informasi yang disampaikan mudah dipahami?
6. Apakah teks pada media promosi mudah dibaca dan terlihat jelas?
7. Apakah media promosi berhasil memperkenalkan Rajut Class sebagai workshop merajut untuk pemula?
8. Setelah membaca media promosi ini, apa anda tahu bagaimana cara menghubungi/mendaftar workshop jika ingin mengikutinya?
9. Apakah rangkaian media promosi meningkatkan ketertarikan Anda untuk mengikuti workshop di Rajut Class?
10. Apakah ada saran atau masukan terhadap desain media promosi ini?

Jawaban Responden

Resma (22 Tahun, Mahasiswa)

1. Menurut saya desainnya sudah cukup menarik karena temanya rajut ya ini. Dan karena desainnya tentang rajut, jadi kenapa menarik, ini memberikan kesan *colorful*, terus juga menggambarkan rajutan tuh harus *fun* ya. Jadi desainnya ini juga dari segi *color*, dari segi *font* juga sudah cukup bagus. Menurut saya sudah cukup menarik
2. Ini, ada tulisannya workshop crochet kan?
3. Jadi desainnya sudah cukup merepresentasikan dari apa yang mau disampaikan yaitu tentang rajut. Kelas ya, kelas rajut jadi harus *fun*.
4. Iya, udah. Dari segi warnanya juga udah konsisten, di sini ada warna pink sama hijau, terus ditambah warna merah. Warna merah itu untuk menegaskan beberapa informasi aja ya, tapi di sini dari segi *color*-nya ada hijau sama pink, dan semuanya juga... semuanya udah konsisten dipakainya pink dan hijau. Terus dari segi warna *font*-nya juga udah konsisten
5. Mudah dipahami kok bahasanya
6. Udah, informasinya juga di sini udah tertata rapi ya, dari segi *alignment* sama *spacing*-nya juga. Ini udah mantap banget
7. Menurut saya sudah cukup berhasil
8. Tahu, lewat sosmed yang tertulis ini kan
9. Kalau dari saya pribadi, terdorong sih ya karena dari segi desainnya juga ini kelihatannya *fun* banget ya, ada informasi fotonya, kegiatannya kayaknya *fun* banget. Jadi tertarik sih kalau dari saya pribadi yang awam, enggak ngerti rajut
10. Desain banner-nya, mungkin karena ini yang paling besar ya, memang sih promosinya jelas ya kelihatan "Rajut Kelas" gitu. Cuma kurang informasi beberapa foto kayak yang ini nih, yang ditaruh di meja. Kayaknya perlu ditaruh beberapa foto, jadiin bayangan kayak di belakangnya



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

Yani (36 Tahun, Ibu Rumah Tangga)

1. Kalau untuk warna, mungkin ini menarik ya. Karena warnanya enggak monoton, udah gitu *eye-catching* gitu. Bagus
2. Ini kayak seperti *handcraft* ya? Karena ini kan tentang rajut, kelas *crochet workshop*, rajut kelas.
3. Dari yang pernah saya lihat sebelumnya sih ini sudah bisa mewakili untuk... untuk dibawa ke umum gitu ya. Karena di sini ada foto, ada penjelasannya, kelas produknya, dan aktivitasnya terlihat di semua di sini.
4. Kurang lebih udah konsisten
5. Mudah buat dipahami
6. udah bagus. Karena warnanya ini kan cerah, dan bersih hasilnya juga, nggak saru
7. Udah sih
8. Ya saya lihat di sini kan ada... ada namanya, ada bionya, baik dari medsos IG, TikTok, atau ada nomor HP-nya yang bisa dihubungi. Kurang lebih ini sudah bisa mewakili untuk kelanjutannya, kalau kita berminat ke hal ini.
9. Ya saya lihat di sini kan ada... ada namanya, ada bionya, baik dari medsos IG, TikTok, atau ada nomor HP-nya yang bisa dihubungi. Kurang lebih ini sudah bisa mewakili untuk kelanjutannya, kalau kita berminat ke hal ini.
10. Apa ya masukannya? Enggak, udah bagus itu

Filza (24 Tahun, Pekerja Kantoran)

1. Kalau menurut aku, desain yang kamu buat ini udah cukup menarik ya. Karena detailnya rapi, *font* yang dipilih juga cocok untuk desainnya dan untuk promosinya. Dan... warna pink sih, aku suka
2. Mmm... *brand* rajut ya? Atau apa sih namanya ini? Karya rajutan
3. Cukup menarik untuk dilihat oleh para audiens yang ingin mempelajari rajutan ini gitu. Cuma mungkin agak ditambah enggak sih kayak detail pembuatannya? Ini kan ada satu... nah, fotonya yang ditambahin kayak gimana yang lebih banyak tentang cara merajutnya.
4. Cukup konsisten. Kalau dari warnanya kelihatan ya. Apa... *font-font*-nya juga, terus warna yang kamu pilih juga kayak kalau lihat ini kayaknya keingat poster ini gitu. Nyambung gitu, cocok warnanya feminin.
5. *Font* yang kamu pilih ini menurut aku cukup dan bagus dalam menarik perhatian audiens sih, gitu. Ketika kamu kasih aja aku udah tahu: Rajut Kelas, gitu.
6. Jelas, ukurannya pas juga
7. Udah ada tulisannya kan disini pemula
8. Tahu lewat IG Tiktok web sama whatsapp ini
9. Aku jadi tertarik sih personally
10. Desain media promosi di sosial media juga penting gitu, buat *branding* kan? Karena orang-orang kalau misalkan... pastinya misalkan dia lewat di beranda IG atau di fyp TikTok, pasti kan mereka pasti bakal nyari tahu lebih lanjut tentang itu lewat videonya.

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

Ilma (24 Tahun, Freelancer)

1. Menurut aku sangat menarik dan bener-bener berwarna banget gitu, bikin enak aja buat dilihat gitu
2. DIY rajut gitu ya kayaknya
3. Sudah sesuai menurutku
4. Sudah keliatan dari satu brand
5. Mudah dipahami kok bahasanya cukup simpel
6. Sudah jelas buat dibaca sih tulisannya
7. Udah berhasil kok
8. Tahu kok
9. Tertarik sih... karena menarik juga ya dari desain sama fotonya. Dan ternyata banyak juga ya kelas-kelas rajut
10. Iya, dari fotonya juga kayaknya dibanyakin gitu, agar orang lebih tertarik dari dokumentasinya gitu.

Kiki (22 Tahun, Mahasiswa)

1. Menarik, karena ini berwarna banget ya, terus juga sesuai sama apa namanya... *workshop* kreatif gini yang *colorful* gitu lho.
2. Oh iya, kalau tahu sih karena kan di sini juga udah jelas ya tulisannya juga "Rajut Class" gitu. Terus ada contoh gambar-gambarnya juga, jadi udah sangat amat... apa, informatif.
3. Kalau menurut aku udah sih. jadi udah... itu deh, udah. Udah cukup simpel ya, soalnya kan buat *beginner* kan. Jadi udah cocoklah gitu.
4. Oh tentunya udah ya, karena elemen warna yang dipakainya juga udah nyambung satu sama lain. Terus *font*-nya dan semuanya juga udah masuk gitu.
5. Bahasanya sudah mudah... mmm udah sih, cuman kalau misalnya yang sekali lihat aja, mungkin perlu apa sih... baca lebih lanjut kali ya di beberapa media promosinya. Jadi enggak yang langsung paham gitu, ada beberapa.
6. Kalau dari teksnya, kalau dari jauh itu kurang terbaca sih. Jadi harus lebih jeli lagi kalau ini tuh Rajut Class gitu.
7. Di banner ada tulisannya kan, jadi jelas sih
8. Tahu kan ada sosmednya disini
9. Jujur tertarik banget, soalnya kayak yang dibilang tadi warnanya juga menarik ya. Terus apa sih... pokoknya kelihatan banget gitu lho, apa ya bahasanya ya (*tertawa*). Iya, sesuai sama preferensi dan menarik sih, menarik banget
10. Tambahin contoh bendanya gitu. Kalau ini kan cuman tulisan "Rajut Class" doang ya yang paling menonjol, sisanya enggak. Jadi *better* ditambahin itu. Foto

Sarah (21 Tahun, Mahasiswa)

1. Desainnya sudah menarik, tapi menurut saya masih kurang ramai gitu lho
2. Buat media... apa sih namanya... media promosinya juga kayak udah pas banget, udah... jadi sekali lihat tuh udah langsung tahu gitu. Jadi udah jelas banget, gitu.

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

3. Udah
4. Udah seragam sih karena dari... kelihatan dari warnanya juga, jadi kelihatan dari satu *brand* aja gitu.
5. Udah cukup mudah dipahami, soalnya kan ada... apa namanya, ada detailnya juga kan. Jadi enggak perlu tambahan lagi gitu.
6. Kalau buat saya udah cukup jelas, udah... ukurannya udah pas juga.
7. Udah kok
8. Lewat IG whatsapp ini kan
9. Dari desain sih cukup menarik, tapi mungkin akan lebih bagus lagi kalau ditaruh apa sih... kayak sampel dari rajutannya gitu.
10. Iya sih paling sama kayak di... ini banner ya? Paling ditambahin sama kayak ini nih, ada fotonya.

Ajeng (26 Tahun, Pekerja antoran)

1. Mm menarik, karena alasannya lebih ke warnanya sih. Warnanya tuh *matching*-annya bagus, terus hidup gitu lho. Terus desainnya menarik.
2. Mm menarik, karena alasannya lebih ke warnanya sih. Warnanya tuh *matching*-annya bagus, terus hidup gitu lho. Terus desainnya menarik.
3. Iya, udah sih. Karena jelas keliatan
4. Udah
5. Mudah sih, karena udah ada juga kan kayak gini-gininya kan poin poinnya. Iya, mudah.
6. Udah pas. Pemilihannya ini juga warnanya udah pas juga.
7. Udah terlihat kok pemula
8. Cukup hubungin kontak yang ada di sininya aja, kan udah tertera sih.
9. Ikut, sih, soalnya kayak lucu gitu. Terus ada gambar-gambar kegiatannya, terus kayaknya pengen ikut.
10. Enggak, sih, udah... udah cakep. Terus pemilihan warna, terus gambarnya udah oke sih menurut aku. Dari orang awam, ya

Raissa (22 Tahun, Mahasiswa)

1. Sudah, karena warnanya *vibrant* dan menarik banget. Aku suka perpaduan warnanya karena terasa masuk sekali. Selain itu, untuk logonya kalau dibayangkan itu terlihat tajam seperti jarum rajut. Jadi visualnya terasa sangat cocok.
2. Kalau dari aku lebih kelihatan di media *table tent* sama *loyalty card*. Di *loyalty card* itu sudah jelas banget informasinya. Kalau yang banner ini kan sebenarnya cuma logo saja dan belum berbentuk visual jadinya seperti apa, jadi kita harus membayangkan fungsinya untuk apa.
3. Keliatan kok
4. Sudah cukup sesuai. Di medianya kan sudah ada *tagline* "Rajut Pemula", jadi secara gamblang sudah disebutkan kalau ini *beginner friendly*. Lalu untuk kesan *playful*, orientasi tiap elemennya dibikin agak miring-miring, jadi terlihat lebih *playful* dan tidak kaku
5. Gampang dipahamin
6. Udah cukup jelas



© 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

7. Udah sih
8. Tahu kok kan ada sosmednya disini
9. Desainnya juga terasa manis, *eye-catching*, dan tidak membosankan jadi aku tertarik ikut sih
10. Masukan dari aku, mungkin di banner-nya bisa ditambahkan sedikit kalimat ajakan (CTA) seperti "*Share your activity with us*". Karena saat acara *offline*, media ini bisa sekaligus dimanfaatkan untuk mengingatkan peserta agar membagikan momen seru mereka selama mengikuti *workshop* rajut ke media sosial

Shena (21 Tahun, Mahasiswa)

1. Sudah menarik perhatian. Kalau dilihat dari penggunaan warnanya, perpaduannya itu terasa kontras.
2. Kalau menurut aku, yang paling kelihatan mempromosikan sesuatunya itu ada di media *table tent*. Di situ ada foto aslinya, jadi langsung kelihatan kalau ini adalah kelas rajut
3. Iya sama
4. Kalau dari aku, poin kreatifnya dapat banget. Penggunaan elemen rendanya itu termasuk *handcraft*, dan orang-orang bisa langsung tahu itu kelas rajut tanpa kamu harus memasukkan gambar jarum atau benang secara harfiah. Jadi kreatifnya dapat di situ. Poin *playful* juga dapat dari pemilihan warna hijau dan pink yang *vibrant*. Untuk *beginner friendly*, desainnya terlihat jelas dan tidak aneh-aneh, jadi ramah untuk orang awam.
5. Mudah kok
6. Sudah jelas
7. Lumayan berhasil
8. Lewat QR ini kan, ada whatsapp sama website juga
9. Iya tertarik, pemilihan warnanya juga oke.
10. Kalau dari bahan media cetaknya, mungkin bisa dipertimbangkan menggunakan bahan PVC atau Albatros daripada kertas biasa agar tidak mudah lecek. Untuk desain visualnya sendiri sebenarnya tidak perlu ditambah apa-apa lagi karena tujuannya kan sebagai identitas atau dokumentasi saat foto bersama, bukan banner informasi umum di jalanan.

Elfa (27 Tahun, Pekerja Kantoran)

1. Menurut saya sudah cukup menarik. Kalau dilihat dari kejauhan, warnanya kelihatan sangat *vibrant*. Apalagi untuk logo Rajut Class-nya, secara skala memberikan *emphasis* atau penekanan yang kuat yang didukung oleh warna *vibrant* tersebut.
2. Saya langsung tahu sebenarnya dari *copywriting*-nya. Hal yang paling menarik perhatian awal itu misalnya dari banner tripodnya yang langsung tertulis "*Crochet Workshop*". Itu langsung memberikan konteks yang jelas, ditambah adanya logo Rajut Class. Secara visual juga didukung oleh elemen renda-renda yang memberikan *feel* kelas jahit serta adanya *pattern* rajut. Jadi, *copywriting* dan visualnya saling mendukung pesan yang mau disampaikan.



© 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

3. Iya, karena penggunaan warnanya konsisten. Secara elemen visual seperti ilustrasi rendanya juga digunakan secara konsisten dengan bentuk yang sama. *Pattern*-nya juga konsisten karena dipakai lagi di setiap media.
4. Keliatan kok karena tertulis jelas juga kan disitu
5. Iya, informasinya mudah dipahami
6. Jelas karna warnanya kontras
7. Sudah cukup berhasil
8. Tahu karena disini tertulis jelas kontakunya
9. Tertarik banget sih. Dari gambar, ilustrasi, dan foto-fotonya itu kelihatan bagus-bagus sekali. Pemilihan fotonya memiliki kualitas tinggi (*high quality*), sudut pengambilan (*angle*) dan gaya fotonya sudah oke banget.
10. Mungkin yang loyalty card bisa diperhatiin dia bahannya menyerap stempel itu atau ngga karena kalau nggak menyerap kan jadinya sia-sia dan malah jadi kotor.

Fira (20 Tahun, Mahasiswa)

1. Menurut saya penggunaan warnanya sangat menarik dan *vibrant*, didukung bentuk logo yang kuat serta elemen renda yang manis.
2. Saya langsung tahu media ini untuk mempromosikan kelas rajut berkat tulisan "*Crochet Workshop*" dan foto asli pada media *table tent*.
3. Desainnya sudah sangat sesuai dengan citra *playful* dan kreatif karena tata letak elemennya dinamis serta tidak kaku.
4. Udah keliatan dari satu brand yang sama
5. Bagi saya, seluruh informasi utama yang disampaikan pada media promosi ini sudah mudah dipahami dengan baik.
6. sangat mudah karena kontras warna antara tulisan sudah bagus.
7. Menurut saya media ini berhasil mengenalkan kelas untuk pemula lewat adanya pencantuman *tagline* "Rajut Pemula"
8. Sudah tahu kok dari kontak whatsapp dan ada IG nya juga.
9. Tertarik sih.
10. Udah cukup bagus.

LAMPIRAN 5

HASIL CEK PLAGIARISME



© 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





© 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

Similarity Report ID: oid:3618:144712664

PAPER NAME
DG8C_Laska Andini Putri_Perancangan
Marketing Collateral Sebagai Media Pro
mosi Rajut Class.pdf

WORD COUNT
14810 Words

CHARACTER COUNT
94708 Characters

PAGE COUNT
82 Pages

FILE SIZE
1.7MB

SUBMISSION DATE
Jul 2, 2026 8:37 AM GMT+7

REPORT DATE
Jul 2, 2026 8:39 AM GMT+7

7% Overall Similarity

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

6% Internet database

1% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

Bibliographic material

Quoted material

7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

6% Internet database

1% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1 repository.pnj.ac.id

Internet

2%

2 123dok.com

Internet

<1%

3 docplayer.info

Internet

<1%

4 jptam.org

Internet

<1%

5 kc.umn.ac.id

Internet

<1%

6 repository.usd.ac.id

Internet

<1%

7 repository.upi.edu

Internet

<1%

8 repositori.usu.ac.id

Internet

<1%

Summary

Sources overview

Similarity Report ID: oid:3618:144712664

9 repository.its.ac.id

Internet

<1%

10 adoc.pub

Internet

<1%

11 dspace.uii.ac.id

Internet

<1%

12 repository.unhas.ac.id

Internet

<1%

13 tambahpinter.com

Internet

<1%

14 teewanjournal.com

Internet

<1%

15 coursehero.com

Internet

<1%

16 scribd.com

Internet

<1%

17 repository.unbari.ac.id

Internet

<1%

18 digilib.unila.ac.id

Internet

<1%

19 sosial79.com

Internet

<1%

20 id.scribd.com

Internet

<1%

21 johannessimatupang.wordpress.com

Internet

<1%

22 lintasgayo.co

Internet

<1%

23 media.neliti.com

Internet

<1%

24 digilibadmin.unismuh.ac.id

Internet

<1%

25 journal.ubm.ac.id

Internet

<1%

26 jurnalpengabdianmasyarakatbangsa.com

Internet

<1%

27 repository.ub.ac.id

Internet

<1%

28 repository.uma.ac.id

Internet

<1%

29 Farhanisa Apriliyani, Suci Salsabila, Abi Senoprabowo, Mohamad Taufi...

Crossref

<1%

30 begawe.unram.ac.id

Internet

<1%

31 ejournal2.unud.ac.id

Internet

<1%

32 eprints.umm.ac.id

Internet

<1%

Sources overview

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Similarity Report ID: oid:3618:144712664

33	es.scribd.com	Internet	<1%
34	lpem.org	Internet	<1%
35	manajemendakwah-iainsu-medan.blogspot.com	Internet	<1%
36	production.website.cla.org.uk	Internet	<1%
37	repositori.pustaka.serambimekkah.ac.id	Internet	<1%
38	99.co	Internet	<1%
39	trendykim.nl	Internet	<1%
40	Ainna Rahmawaty, Diana Diana, Yuniarti Yuniarti. "Efektivitas Metode P...	Crossref	<1%
41	anyflip.com	Internet	<1%
42	blog.usd.ac.id	Internet	<1%
43	ferrycardoba.wordpress.com	Internet	<1%
44	id.123dok.com	Internet	<1%

Similarity Report ID: oid:3618:144712664

45	jp.feb.unsoed.ac.id	Internet	<1%
46	jurnal.usahidsolo.ac.id	Internet	<1%
47	mafiadoc.com	Internet	<1%
48	repository.dinamika.ac.id	Internet	<1%
49	repository.uhn.ac.id	Internet	<1%
50	stophoax.id	Internet	<1%
51	tentangmediabaru.wordpress.com	Internet	<1%
52	text-id.123dok.com	Internet	<1%
53	amityartfoundation.org	Internet	<1%
54	gamelab.id	Internet	<1%
55	indonesiakaya.com	Internet	<1%
56	ulilalbabinstitute.id	Internet	<1%

Similarity Report ID: oid:3618:144712664

57	Muhammad Rafi Ramadhan, Gusmelia Testiana. "Pengembangan Web...	Crossref	<1%
58	eprints.uny.ac.id	Internet	<1%

Sources overview

Sources overview

Sources overview

LAMPIRAN 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© 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





© 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



LASKA ANDINI PUTRI

GRAPHIC DESIGNER

0896-0613-3199 | laskaandini@gmail.com | www.linkedin.com/in/laskaandini Putri
[My Graphic Design Portfolio](#)

PROFILE

A last year Graphic Design Student at Politeknik Negeri Jakarta who is creative, detail-oriented, and excels in teamwork and leadership. Possess hands-on experience in branding, visual identity, packaging, social media, and editorial design. I have a strong foundation in design principles with additional basic copywriting skills, and I'm also proficient in industry-standard software like Adobe Creative Cloud. Currently seeking an internship opportunity and I'm eager to launch my career in visual communication field.

EDUCATION

Graphic Design, Politeknik Negeri Jakarta	2022 - Present
GPA: 3.90 / 4.00	
SMA Negeri 3 Kota Bogor	2019 - 2022
Science Program	

WORK EXPERIENCE

PT Credo Indonesia (Graphic Designer Intern)	March 2025 - Nov 2025
- Developed creative visual assets and promotional materials for Olatte marketing campaigns. - Designed Instagram content for Taylor Deep Water, PowerfulX, MCC, and Ottogi Ramyeon - Created Shopee e-commerce banners and product display for the Kallala platform. - Collaborated with the Marketing & Creative team to produce engaging visual content aligned with campaign objectives and brand guidelines.	
Gamification Reasearch Team (P3M PNJ) - Client: Cany Khals Batik	Aug 2024 - Jan 2025
- Developed a gamification concept and integrated it into apparel packaging. - Designed a box packaging for client's international customer. - Created vector-based illustration and batik pattern for the packaging design. - Created educational content as part of the gamification application.	
Branding Design Project Gogobap! - Branding Designer	Sept - Dec 2024
- Developed the brand identity: logo, visual branding style, brand value, voice, and personality. - Established Gogobap! visual brand guideline book alongside with the copywriting. - Designed an innovative and functional food packaging for customers to dine in and take away. - Created promotional materials: brochure, poster, merchandise, event booth design, and social media post.	
Project Based Learning: Brand Profile Book - Client: Elkana Gunawan Tan	April - Aug 2024
- Designed the visual concept and layout of Elkana Gunawan's brand profile book. - Created pattern design and illustration as supporting elements for the book design. - Coordinated interview with client and brand research, ensuring the brand needs with the book content.	
Project Based Learning: Box Packaging - Client: Elinor Keepsake Jewelry	Oct 2023 - Jan 2024
- Designed a multifunction exclusive box with a new packaging structure. - Created illustration-based packaging designs that align with the brand's ideal image. - Developed taglines and packaging copywriting to enhance brand awareness.	
Project Based Learning: Label Packaging - Client: Sonya Gourmet	June - Nov 2023
- Created packaging label concepts and designs to fit the client's needs. - Created illustration and vector-based pattern for each product label design.	
PNJ Merchandise Project - Creative Staff	Nov 2022 - Jan 2023
- Created vector-based illustration assets for merchandise design: notebook cover, mug, keychain, phoneholder, calendar. - Contributed in developing merchandise design concepts and selecting materials. - Completed testing and finalized the merchandise that meets the client wants and needs.	

ORGANIZATIONAL / VOLUNTEER EXPERIENCE

Head of Artistry Unit & Merchandise, KMDGI PNJ	Sept 2024 - Present
- Developed and designed merchandise concepts for KMDGI PNJ. - Developed an effective merchandise sales and earned the primary revenue through merchandise sales. - Coordinated 3 artistry divisions and managed schedules to enhance members' creativity.	
Head of Design, PNJ Mengabdi	June - Sept 2024
- Developed the visual branding concept and designed the event mascot. - Created event publication materials: social media designs, posters, guidebooks, and event decorations: banners and standing mascot decorations. - Documented and worked with publication team to create an engaging content, achieved a remarkable up to 300% Instagram engagement while the event running.	

AWARD / ACHIEVEMENT

1st Category Winner Heritage Design	Oct 2024
Indonesia Packaging Design Competition 2024 Developed an innovative and sustainable packaging concepts and designed the layout with illustration assets for surface packaging.	

SKILLS

- Languages:** Bahasa Indonesia (Native), English (Fluent).
- Hard Skills:** Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Canva, Capcut, Figma.
- Soft Skills:** Creative, Detail-oriented, Teamworking, Leadership, Problem Solving, Project Management.
- Ability:** Branding and Visual Identity design, Packing design, Social Media design, Merchandise design, Illustration, Editorial and Layout design, basic Copywriting.



© 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

