



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* NERU *COFFEE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *CAFE* DENGAN KONSEP RUANG SINGGAH



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

Oleh:
SAH'NUR
2206421061

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* NERU
COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI *CAFE*
DENGAN KONSEP RUANG SINGGAH

Penulis : Sah'nur
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* NERU *COFFEE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *CAFE* DENGAN KONSEP RUANG SINGGAH

Oleh:
SAH'NUR
2206421061

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP 199005112019032019

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* NERU *COFFEE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI *CAFE* DENGAN KONSEP RUANG SINGGAH

adalah hasil karya saya.

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

**POLITEK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026
Yang menyatakan,



Sah'nur
2206421061



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Neru *Coffee* merupakan *coffee shop* yang mengusung konsep ruang singgah sebagai identitas *brand*. Namun, media promosi yang digunakan belum memiliki sistem komunikasi visual yang terintegrasi sehingga konsep tersebut belum tersampaikan secara konsisten kepada target audiens. Penelitian ini bertujuan merancang *Key Visual* (KV) yang mampu merepresentasikan identitas *brand* Neru *Coffee* sebagai ruang singgah yang hangat dan nyaman serta menerapkannya pada media promosi berbasis *marketing collateral* agar tercipta sistem komunikasi visual yang terintegrasi. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method* dengan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Hasil penelitian menghasilkan *Key Visual* yang mengangkat konsep ruang singgah melalui penggunaan ilustrasi *line art*, warna-warna hangat, tipografi, dan fotografi produk yang kemudian diterapkan secara konsisten pada media poster, *banner*, buku menu, dan konten Instagram. Hasil *testing* menunjukkan bahwa penerapan *Key Visual* pada berbagai media promosi mampu merepresentasikan karakter Neru *Coffee*, menyampaikan informasi secara lebih jelas, serta membangun sistem komunikasi visual yang lebih konsisten sesuai dengan identitas *brand*. Dengan demikian, perancangan *Key Visual* dan penerapannya pada media promosi berbasis *marketing collateral* dapat memperkuat identitas visual Neru *Coffee* sekaligus mendukung aktivitas promosi secara lebih efektif.

Kata kunci: *Key Visual*, *Marketing Collateral*, Identitas Visual, *Design Thinking*, Neru *Coffee*.

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

ABSTRACT

Neru Coffee is a coffee shop that embraces the concept of a "resting space" as its brand identity. However, its promotional media have not yet established an integrated visual communication system, causing the brand concept to be conveyed inconsistently to the target audience. This study aims to design a Key Visual (KV) that represents Neru Coffee's identity as a warm and comfortable resting space and to apply the Key Visual to marketing collateral in order to create an integrated visual communication system. The research employed a mixed-method approach using the Design Thinking method, which consists of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and testing. Data were collected through observation, interviews, questionnaires, and literature review. The results produced a Key Visual based on the concept of a resting space, represented through line art illustrations, warm color palettes, typography, and product photography. The Key Visual was consistently implemented across various promotional media, including posters, banners, menu books, and Instagram content. The testing results indicated that the implementation of the Key Visual successfully represented Neru Coffee's brand identity, communicated promotional messages more clearly, and established a more consistent visual communication system aligned with the brand concept. Therefore, the design and implementation of the Key Visual on marketing collateral effectively strengthened Neru Coffee's visual identity while supporting its promotional activities.

Keywords: *Key Visual, Marketing Collateral, Visual Identity, Design Thinking, Neru Coffee.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Desain *Marketing collateral* sebagai Media Promosi Neru *Coffee*” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, dukungan, serta semangat sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natali Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I.
5. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan penuh selama proses penyusunan Tugas Akhir.
6. Reynoval, selaku pemilik Neru *Coffee* yang telah bersedia menjadi klien serta memberikan informasi yang dibutuhkan dalam proses perancangan.
7. Najwa awalia yang selalu memberikan support, semangat, dan selalu menemani setiap proses penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan hasil yang memuaskan
8. Teman-teman warga 6 yang memberikan dukungan kepada penulis
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah membantu dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

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

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna penyempurnaan di masa yang akan datang.

Jakarta, 8 Juli 2026

Penulis

Sah'nur
NIM 2206421061





DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISIDAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Promosi	8
2.1.1 Fungsi Promosi	8
2.1.2 Strategi Promosi	9
2.1.3 Jenis-jenis Media Promosi	10
2.2 Marketing Collateral	11
2.2.1 Jenis Marketing Collateral	11
2.3 Elemen-elemen Desain Grafis.....	15
2.3.1 Warna	15
2.3.2 Tipografi.....	20
2.3.3 Gambar dan Ilustrasi	23
2.3.4 Layout	23
2.4 Design Thinking	25

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

2.4.1	Mind Map.....	27
2.4.2	Moodboard	27
BAB III METODE PERANCANGAN.....		29
3.1	Metode Penelitian.....	29
3.2	Data dan Anaisis.....	33
3.2.1	Profil Klien.....	34
3.2.2	Product Knowledge.....	35
3.2.3	Kompetitor	36
3.2.4	Consumer Insight	40
3.2.5	Analisis SWOT	42
3.2.6	Arahan Kreatif.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Konsep Visual	47
4.1.1	Mindmap	47
4.1.2	Moodboard	49
4.2	Proses Desain	50
4.2.1	Sketsa Thumbnail.....	50
4.2.2	Sketsa Manual	51
4.2.3	Desain Komprehensif.....	55
4.2.4	Desain Terpilih	60
4.2.5	Prototype	73
4.2.6	Testing	75
4.2.7	Final Art Work.....	77
4.3	Pertimbangan Produksi	86
BAB V PENUTUP.....		89
5.1	Simpulan	89
5.2	Saran.....	90
DAFTAR REFERENSI.....		91
LAMPIRAN.....		97



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 GAMBAR

Gambar 2. 1 Brosur	12
Gambar 2. 2 Poster <i>Design</i>	12
Gambar 2. 3 <i>Banner</i>	13
Gambar 2. 4 Media Sosial.....	14
Gambar 2. 5 <i>Monochromatic color</i>	16
Gambar 2. 6 <i>Analogous color</i>	17
Gambar 2. 7 <i>Complementary color</i>	17
Gambar 2. 8 <i>Triadic color</i>	18
Gambar 2. 9 <i>Font serif</i>	21
Gambar 2. 10 <i>Sans serif font</i>	21
Gambar 2. 11 <i>Script font</i>	21
Gambar 2. 12 <i>Dekoratif font</i>	22
Gambar 2. 13 <i>Design Thinking</i>	26
Gambar 2. 14 <i>Mindmap</i>	27
Gambar 2. 15 <i>Moodboard</i>	28
Gambar 3. 1 <i>Neru Coffee</i>	34
Gambar 3. 2 Menu <i>Neru Coffee</i>	35
Gambar 3. 3 Instagram <i>Louie Coffee</i>	37
Gambar 3. 4 Instagram <i>Dualima Coffee</i>	38
Gambar 3. 5 Instagram <i>Six Ounces Coffee</i>	39
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i>	48
Gambar 4. 2 <i>Moodboard Neru coffee</i>	50
Gambar 4. 3 Sketsa <i>thumbnail</i>	51
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1	52
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2	53
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 3	54
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 4	54
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 5	55
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 1	56
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 2	58



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 3	59
Gambar 4. 12 Poster A3	63
Gambar 4. 13 Menu A4.....	66
Gambar 4. 14 <i>X-Banner</i>	69
Gambar 4. 15 <i>Feed Instagram</i>	72
Gambar 4. 16 <i>Mockup Digital</i>	74
Gambar 4. 17 Mockup Cetak.....	75
Gambar 4. 18 <i>Final Art Work</i>	79
Gambar 4. 19 <i>Font</i>	80
Gambar 4. 20 Warna.....	81
Gambar 4. 21 FAW Poster.....	83
Gambar 4. 22 FAW Menu A4.....	84
Gambar 4. 23 Faw Banner	85



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Analisis SWOT.....	42
Tabel 3. 2 Arahkan Kreatif.....	44
Tabel 4. 1 Kelebihan dan Kekurangan Testing	77





DAFTAR LAMPIRAN

- LAMPIRAN I Lembar Bimbingan Tugas Akhir
- LAMPIRAN II Transkrip Wawancara
- LAMPIRAN III Dokumentasi
- LAMPIRAN IV Hasil Kuesioner untuk Consumer Insight
- LAMPIRAN V Hasil Cek Turnitin
- LAMPIRAN VI 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





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

Industri *coffee shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dan telah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat urban khususnya generasi muda. Kini, *coffee shop* tidak hanya menjadi sekadar tempat untuk minum kopi, tetapi juga menjadi ruang sosial bagi masyarakat untuk bersantai, berinteraksi, serta melepas penat dari rutinitas sehari-hari (Darmawan dkk., 2025). Di tengah aktivitas perkotaan yang padat, kehadiran *coffee shop* dengan konsep yang estetik dan ruang yang nyaman menjadikannya sebagai alternatif yang dipilih oleh masyarakat untuk menjadi tempat singgah (Prawesti & Sari, 2025).

Seiring meningkatnya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi, jumlah *coffee shop* di Indonesia juga semakin meningkat. Jumlah kedai kopi di Indonesia saat ini diperkirakan telah mencapai sekitar 10.000 gerai *coffee shop* (Antonius, 2024). Pertumbuhan tersebut membentuk persaingan yang semakin kompetitif, sehingga sebuah *coffee shop* dituntut untuk tidak hanya memiliki produk yang berkualitas, tetapi juga harus mampu membangun identitas *brand* yang kuat melalui komunikasi visual (Purnamasari, Ratih Pitria & Affandi, Dodi, 2025).

Komunikasi visual memiliki peran penting dalam proses penyampaian karakter dan nilai *brand* kepada audiens, melalui penggunaan elemen desain seperti: warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak yang dirancang secara konsisten (Wang, 2024). Konsistensi visual mampu membantu *brand* dalam membangun citra dan identitas yang lebih mudah dikenali sekaligus memperkuat *brand awareness* di tengah persaingan pasar (Safitri & Sriyanto, 2025). Salah satu bentuk komunikasi visual yang sering digunakan dalam kegiatan promosi adalah *marketing collateral*, yaitu berbagai media promosi cetak maupun digital yang digunakan untuk mendukung aktivitas pemasaran suatu *brand* (Amelia & Iswadi, 2023). Dalam penerapannya, *marketing collateral* memerlukan elemen visual utama berupa *Key*



© 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

Visual sebagai acuan untuk menjaga keselarasan dan konsistensi antar media promosi.

Neru *Coffee* merupakan salah satu *coffee shop* yang turut hadir dalam persaingan akhir-akhir ini. Neru *Coffee* adalah sebuah kedai kopi yang berdiri pada tahun 2025, berlokasi di Jl. Ciputat Raya No.11 Pondok Pinang, Jakarta Selatan. Neru *Coffee* hadir dengan mengusung konsep “ruang singgah”, yaitu tempat yang menghadirkan suasana tenang dan hangat bagi pengunjung untuk berhenti sejenak dari rutinitas sehari-hari. Konsep ruang singgah yang diusung oleh Neru *Coffee* diwujudkan melalui penciptaan suasana ruang yang nyaman serta menawarkan pengalaman yang lebih personal bagi pengunjung. Hal ini sejalan dengan konsep *experiential marketing* yang menekankan pentingnya pengalaman emosional dalam membangun keterikatan konsumen terhadap suatu *brand*. Selain menikmati kopi, pengunjung juga dapat mengekspresikan diri melalui fasilitas *message board* sebagai media untuk menuliskan pesan atau pengalaman pribadi, sehingga diharapkan dapat tercipta *emotional connection* antara pengunjung dengan *brand*. Namun, berdasarkan hasil observasi, media promosi yang digunakan oleh Neru *Coffee* masih terbatas hanya pada penggunaan logo *neon sign*, poster sederhana, serta buku menu dengan tampilan *visual* yang cenderung polos dan belum menunjukkan konsistensi visual antar media. Selain itu, upaya promosi melalui kegiatan seperti *event attending* dan *sponsorship* dirasa masih belum mampu meningkatkan *brand awareness* secara signifikan di kalangan audiens.

Dalam perancangan *marketing collateral*, diperlukan suatu elemen *visual* utama yang dapat menyatukan berbagai media promosi agar memiliki keselarasan dan konsistensi. Elemen tersebut dikenal sebagai *Key Visual*, yaitu representasi *visual* utama yang digunakan sebagai acuan dalam pengembangan desain komunikasi *visual* suatu *brand*. *Key Visual* berperan penting dalam menciptakan identitas *visual* yang konsisten, sehingga memudahkan audiens dalam mengenali serta mengingat sebuah *brand*. Penggunaan *Key Visual* yang tepat dapat membantu memperkuat pesan yang ingin disampaikan oleh *brand* melalui berbagai media promosi, baik secara digital maupun cetak. Selain itu, *Key Visual* juga berfungsi sebagai penghubung antar media *marketing collateral*, sehingga seluruh elemen



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

visual yang digunakan tetap memiliki sebuah kesatuan konsep dan karakter yang sama. Dengan demikian, penerapan *Key Visual* menjadi salah satu strategi penting dalam proses membangun komunikasi *visual* yang efektif dan terintegrasi dalam kegiatan promosi *brand* (Safitri & Sriyanto, 2025). Penelitian sebelumnya menyatakan bahwa penggunaan elemen *visual* yang konsisten dalam media promosi mampu memperkuat identitas *brand* dan meningkatkan *brand awareness* (Safitri & Sriyanto, 2025). Selain itu, perancangan *marketing collateral* yang terintegrasi juga dapat membantu menyampaikan pesan *brand* secara lebih efektif (Amelia & Iswadi, 2023). Namun demikian, penelitian dan perancangan sebelumnya masih lebih banyak membahas *branding* dan media promosi secara umum, belum secara spesifik membahas bagaimana konsep ruang singgah dan pengalaman emosional pengunjung diterjemahkan ke dalam sistem komunikasi *visual* yang terintegrasi. Berdasarkan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC), konsistensi pesan dan *visual* dalam berbagai media sangat penting untuk membangun identitas *brand* yang kuat dan mudah dikenali. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain *marketing collateral* berbasis *Key Visual* (KV) sebagai elemen utama yang mampu menyatukan berbagai media promosi *Neru Coffee*.

Melalui perancangan ini, diharapkan dapat tercipta sistem komunikasi *visual* yang lebih terintegrasi dan konsisten, sehingga mampu memperkuat karakter *brand* sebagai ruang singgah serta membentuk *brand awareness* di tengah persaingan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan *Key Visual* (KV) yang mampu merepresentasikan identitas *brand* *Neru Coffee* sebagai ruang singgah yang hangat dan nyaman?
2. Bagaimana penerapan *Key Visual* pada media promosi berbasis *marketing collateral* agar tercipta sistem komunikasi *visual* yang terintegrasi?



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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam proses penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, diperlukan batasan pembahasan agar fokus perancangan tetap terarah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Oleh karena itu, ruang lingkup pembahasan dalam perancangan ini dibatasi pada hal-hal sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain *Key Visual* sebagai identitas pada *Neru Coffee*.
2. Penerapan elemen *Key Visual* serta prinsip desain komunikasi visual dalam perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi yang konsisten pada *Neru Coffee*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penyusunan penelitian tugas akhir perancangan *marketing collateral* *Neru Coffee* bertujuan memberi dampak positif dengan tujuan dan manfaat sebagai berikut:

1. Tujuan

Dalam penyusunan laporan proses perancangan *marketing collateral* *Neru Coffee* terdapat tujuan yang ingin dicapai, sebagai berikut :

- a) Merancang desain *marketing collateral* berbasis *Key Visual* sebagai media promosi pada *Neru Coffee* yang mampu merepresentasikan konsep *brand* “ruang singgah”.
- b) Menerapkan elemen serta prinsip desain komunikasi *visual* dalam proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi *Neru Coffee*.
- c) Mengaplikasikan desain *Key Visual* pada media promosi utama serta berbagai media turunan lainnya guna mendukung kegiatan promosi *Neru Coffee*.
- d) Mendukung kebutuhan promosi pengembangan produk kopi botol *Neru Coffee* sebagai bagian dari strategi ekspansi produk agar dapat lebih dikenal oleh konsumen.

2. Manfaat



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

Adapun manfaat dari penelitian perancangan desain *marketing collateral* Neru Coffee sebagai berikut :

- a) Hasil dari penelitian, penulisan, hingga perancangan desain *marketing collateral* berbasis *Key Visual* sebagai media promosi pada Neru Coffee diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian, penulisan, serta perancangan desain *marketing collateral* sejenis pada penelitian selanjutnya.
- b) Untuk Neru Coffee diharapkan dapat memiliki desain *marketing collateral* yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk memperkuat identitas *brand*, membentuk *brand awareness*, serta mendukung promosi pengembangan produk kopi botol Neru Coffee kepada konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, pembahasan disampaikan dengan sistematis, menyeluruh, serta memudahkan pembaca. Berikut penyusunan sistematika penulisan ini, sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisi penjelasan yang memuat alasan-alasan berupa permasalahan serta fakta-fakta yang diperoleh dari klien yang kemudian didukung oleh berbagai penelitian dan literatur yang telah dilakukan sebelumnya sehingga melatarbelakangi perancangan desain *marketing collateral* berbasis *Key Visual* sebagai media promosi pada Neru Coffee. Bab ini berisi pembahasan mengenai latar belakang perancangan, *marketing collateral*, serta konsep *Key Visual*. Selain itu, bab ini juga memuat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi penjelasan serta tinjauan mengenai teori desain komunikasi visual dan teori-teori pendukung lainnya yang



Hak Cipta :

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

digunakan dalam proses perancangan desain *marketing collateral* berbasis *Key Visual* sebagai media promosi *Neru Coffee*.

Teori yang digunakan bersumber dari berbagai referensi seperti jurnal ilmiah, buku, artikel, serta pendapat para ahli yang relevan dengan topik perancangan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini membahas mengenai metode perancangan serta metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendukung penelitian. Data yang diperoleh dianalisis berdasarkan profil *Neru Coffee*, kompetitor, serta perilaku dan preferensi konsumen.

Seluruh data hasil riset tersebut kemudian diolah dan dianalisis, termasuk melalui matriks SWOT, untuk mengidentifikasi permasalahan serta potensi yang dimiliki oleh *Neru Coffee*. Hasil analisis ini selanjutnya digunakan sebagai dasar dalam penyusunan arahan kreatif pada perancangan desain *marketing collateral* *Neru Coffee*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini membahas hasil perancangan *Key Visual* serta penerapannya pada media promosi berbasis *marketing collateral* untuk *Neru Coffee*. Pembahasan diawali dengan pengembangan konsep visual melalui *mind map* dan *moodboard*, kemudian dilanjutkan dengan proses eksplorasi desain yang meliputi sketsa, desain komprehensif, desain terpilih, hingga penerapan desain pada berbagai media promosi. Selain itu, bab ini juga memuat tahapan *prototype*, *testing*, penyusunan *Final Artwork*, serta pertimbangan produksi sebagai hasil akhir dari proses perancangan.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, sehingga mampu menjawab rumusan masalah serta tujuan penelitian. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada *Neru Coffee*

maupun penelitian selanjutnya sebagai bentuk pengembangan dari hasil perancangan Key Visual dan penerapannya pada media promosi berbasis marketing collateral.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa

1. Proses perancangan Key Visual dilakukan menggunakan metode Design Thinking melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil observasi, wawancara, serta *consumer insight* menunjukkan bahwa pengunjung Neru Coffee tidak hanya datang untuk menikmati kopi, tetapi juga mencari suasana yang hangat dan nyaman sebagai ruang singgah. Temuan tersebut menjadi dasar dalam pengembangan konsep Embracing Comfort, yang diwujudkan melalui penggunaan ilustrasi *line art* berupa tangan yang memeluk gelas sebagai simbol kehangatan, kenyamanan, dan *hospitality*, fotografi produk untuk memperlihatkan produk secara nyata sekaligus meningkatkan daya tarik visual, warna *warm neutral* untuk membangun suasana hangat dan menenangkan, tipografi yang menggabungkan karakter elegan dan personal, serta tekstur dinding yang terinspirasi dari interior Neru Coffee untuk memperkuat representasi suasana ruang singgah. Perpaduan elemen-elemen tersebut menghasilkan Key Visual yang mampu merepresentasikan identitas visual Neru Coffee secara konsisten.
2. Penerapan Key Visual pada media marketing collateral, meliputi poster, display banner, buku menu, dan konten Instagram, menghasilkan sistem komunikasi visual yang saling terintegrasi. Setiap media memiliki fungsi yang berbeda namun saling mendukung dalam strategi promosi, yaitu poster sebagai media informasi promosi di area kasir, *door frame banner* untuk menarik perhatian pengunjung sejak memasuki area kafe, buku menu untuk memudahkan pelanggan memilih produk, dan Instagram untuk memperluas jangkauan promosi secara digital. Berdasarkan hasil testing, mayoritas responden menilai bahwa penerapan Key Visual telah mampu merepresentasikan karakter Neru

Coffee sebagai ruang singgah yang hangat dan nyaman, sehingga identitas visual brand menjadi lebih konsisten pada setiap media promosi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan Key Visual dan penerapannya pada media promosi berbasis marketing collateral untuk Neru Coffee, terdapat beberapa saran sebagai berikut.

1. Hasil perancangan Key Visual beserta penerapannya pada media promosi, seperti poster, buku menu, banner, dan konten Instagram, dapat dimanfaatkan oleh Neru Coffee sebagai pendukung kegiatan promosi sekaligus memperkuat identitas visual brand. Agar hasil perancangan dapat memberikan manfaat yang optimal, Neru Coffee disarankan untuk menerapkan Key Visual secara konsisten pada setiap media komunikasi visual, baik media cetak maupun digital, sehingga konsep ruang singgah yang hangat dan nyaman dapat tersampaikan secara berkelanjutan kepada target audiens.
2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengujian efektivitas terhadap penerapan Key Visual pada media promosi berbasis marketing collateral menggunakan pendekatan kuantitatif. Pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana penerapan Key Visual mampu memengaruhi peningkatan *brand awareness*, *brand image*, minat berkunjung, maupun keputusan pembelian konsumen terhadap Neru Coffee. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan implementasi Key Visual pada media komunikasi visual lainnya atau mengkaji strategi penyampaian konten yang mampu membangun hubungan emosional antara brand dan konsumen secara lebih efektif.



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Amelia, S. S. & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Anggarini, anggi. (2021). *Desain layout*. PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/22/>
- Antonius. (2024, Agustus 15). *Mengapa Kafe dan Kedai Kopi Kian Marak di Indonesia?* Kompas.id. <https://www.kompas.id/artikel/mengapa-kafe-dan-kedai-kopi-kian-marak-di-indonesia>
- Ariefiansyah, F., & Jannah, M. (2024). Social Media Marketing: A Systematic Literature Review. *SKETSA BISNIS*, 11(02), 319–335. <https://doi.org/10.35891/jsb.v11i02.5534>
- Arifrahara, G. (2021). ANALISIS PENGGUNAAN TIPOGRAFI SPASIAL SANS SERIF DALAM RUANG PUBLIK TAMAN TEMATIK KOTA BANDUNG. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 7(01), 92–104. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v7i01.3804>
- Candra Gunawan, A. L., & Harliantara, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran melalui Digital Marketing Institut Sains dan Teknologi Terpadu Surabaya. *Translitera : Jurnal Kajian Komunikasi dan Studi Media*, 12(2), 23–29. <https://doi.org/10.35457/translitera.v12i2.2739>



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

Cuhandi et al. (2025). *Pengaruh Desain Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Keberhasilan Pemasaran Produk di Era Digital*.

<https://studentactivity.binus.ac.id>,

Dandy, D. (2020). *Perancangan Media Promosi Berbasis Brosur untuk Meningkatkan Minat Konsumen*. 4.

Darmawan, D. P., Hakim, F. Y., & Imawan, K. (2025). Coffee Shop Alternative Space for Expression Through Popular Culture Among Teenagers on the Outskirts of Cirebon. *CV International Journal Labs*, 4(3).

Irnanda, D. Z., & Izzah, N. (2023). *STRATEGI PERANCANGAN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PRODUK UMKM SPACIFIC*.

Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>

Jannata, N. F. (2023). *PENGEMBANGAN DESAIN BUSANA MODIFIKASI ADAT GAYO MELALUI MEDIA PEMBELAJARAN MOODBOARD*. 3.

Listyawati, I. H. (2016). *PERAN PENTING PROMOSI DAN DESAIN PRODUK DALAM MEMBANGUN MINAT BELI KONSUMEN*. (1).

Lutsenko, A. (2017, Maret 3). Color Theory: Brief Guide For Designers. *Tubik Blog: Articles About Design*. <https://tubikstudio.com/blog/color-theory-brief-guide-for-designers/>

Monica, A., & Darmayanti, T. E. (2022). Peran Warna Desain Interior terhadap Perasaan Tenang Pengunjung SPA “Martha Tilaar”: The role of colors psychology in interior design towards Spa’s Visitors : Study case of



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

Martha Tilaar. *Waca Cipta Ruang*, 8(2), 87–91.

<https://doi.org/10.34010/wcr.v8i2.6114>

Muhammad Kholilullah, Ine Rachmawati, & Yuni Awalaturrohman Solihah.

(2024). Perancangan Media Promosi Cairo Water Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual.*, 1(3), 206–217.

<https://doi.org/10.62383/misterius.v1i3.331>

Munthe, A. R., Hidayati, N., Hsb, P. S., Dalimunthe, F., & Tanjung, M. D. (2025).

Psikologi Warna Dalam Desain Grafis Implikasi Terhadap Persepsi Audiens.

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>

Pijls, R., Galetzka, M., Groen, B. H., & Pruyn, A. T. H. (2021). Hospitality in a theatre: The role of physical warmth. *Research in Hospitality Management*, 11(3), 225–233.

<https://doi.org/10.1080/22243534.2021.2006913>

Prawesti, D. A., & Sari, D. M. (2025). Penguatan Citra Merek melalui Integrasi

Desain Komunikasi Visual dan Strategi Branding dalam Media Sosial @Prenagenworld. *Indonesian Journal of Digital Business*, 4.



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

Priyanka Gathraj. (2025, Juni 16). Beige Color Meaning, Its Psychology And Variations [Website]. *Beige Color Meaning, Its Psychology And Variations*.

Purnamasari, Ratih Pitria & Affandi, Dodi. (2025). Visual Branding Strategies in Indonesian Coffee Shops and Street Food Vendors: A Semiotic and Thematic Analysis. *Jurnal Ekonomi, Koperasi & Kewirausahaan*.
<https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.5226>

Putri, & Putri, Citra Ayu. (2023). *Perancangan Media Promosi sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness*.

R Agustina. (2022).

Risnawati, S., & Fasa, M. I. (2023). PERAN IKLAN DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG MASYARAKAT PADA BANK SYARIAH. *Jurnal Manajemen dan Bisnis (JMB)*, 4(1), 19–26.
<https://doi.org/10.57084/jmb.v4i1.938>

Safitri, F. N. A., & Sriyanto, A. (2025). The Role of Visual Brand Identity Consistency in Enhancing Brand Recall and Consumer Preference. *Jurnal Ar Ro'is Mandalika*, 5. <https://doi.org/10.59613/armada.v5i2.5019>

Santika, W. N. (2025). *Psikologi Warna dan Pengaruhnya terhadap Respons Emosional Individu*. 1.

Sari, W. P., & Irena, L. (2022). KOMUNIKASI VISUAL MELALUI FOTO PRODUK UNTUK MENINGKATKAN NILAI JUAL PRODUK UMKM. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 4(3).
<https://doi.org/10.24912/jbmi.v4i3.13271>



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
- Sekarwangi, P. T. C., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). Strategi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis*, 13(2a), 15–27. <https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.362>
- Setiawan, M. J. (2023). *ANALISIS PERKEMBANGAN DAN PENGARUH TIPOGRAFI PADA SAMPUL MAJALAH BOBO TERHADAP KETERTARIKAN ANAK*. 14(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>
- swarnadwitya, A. (2020, Maret 17). *Design Thinking: Pengertian, Tahapan dan Contoh Penerapannya*. <https://sis.binus.ac.id/2020/03/17/design-thinking-pengertian-tahapan-dan-contoh-penerapannya/>
- Syahrin, A., & Yuwita, N. (2025). *Strategi Komunikasi Digital Marketing Sebagai Promosi Destinasi Desa Wisata Kertosari Pasuruan*. 2(2).
- tysarah. (2023, Mei 16). *Pengertian Media Sosial adalah Laman dalam Jaringan Sosial, Ini Fungsi dan Jenis-Jenisnya*. liputan6.com. <https://www.liputan6.com/hot/read/5287688/pengertian-media-sosial-adalah-laman-dalam-jaringan-sosial-ini-fungsi-dan-jenis-jenisnya>
- Wang, X. (2024). Visual Communication and Branding: The Role of Graphic Design in Building Brand Image and Recognition. *Highlights in Art and Design*, 8(2), 19–22. <https://doi.org/10.54097/qwy32g44>



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

- Yayah Rh, Y. R., Pratama, D., & Anto, P. (2021). Elemen Visual pada Desain Media Promosi Museum Wayang Jakarta. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 3(2), 161–171. <https://doi.org/10.30998/vh.v3i2.3971>
- Yellonita, V., Nugroho, S. H., & Maheni, M. T. (2023). *PENERAPAN TEORI DESIGN THINKING TERHADAP PERANCANGAN COMPANY PROFILE DIGITAL PT. MEDITERA GLOBAL TEKNOLOGI*. 01(01).
- Yudi, Y. (2024). Pengembangan Brosur sebagai Sumber Pengetahuan bagi Masyarakat tentang Jenis Tumbuhan Obat Tradisional. *Panthera : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains dan Terapan*, 4(2), 62–70. <https://doi.org/10.36312/panthera.v4i2.271>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN I

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

Lembar Bimbingan Tugas Akhir

Bimbingan ke-	Hari/Tanggal	Catatan Pembimbing
1	22 Februari 2026	Fokus melakukan pengolahan data yang didapat dari klien melalui wawancara langsung. Mencari referensi jurnal dan buku yang relevan dengan penelitian.
2	25 Maret 2026	Menentukan permasalahan yang dimiliki oleh <i>brand</i> terkait untuk dijadikan penelitian.
3	02 April 2026	Revisi rumusan masalah pada Bab 1.
4	09 April 2026	Revisi pembahasan <i>marketing collateral</i> pada Bab 2, dan asistensi untuk Bab 3 beserta pertanyaan kuesioner.
5	13 April 2026	Menyerahkan drafting Tugas Akhir hingga Bab 3 beserta preliminaries & postliminaries.
6	23 April 2026	Mulai melanjutkan bab 3 dan merevisi hasil dari seminar proposal
7	30 Mei 2026	Menyiapkan sketsa 5 konsep
8	1 Juni 2026	Revisi abstrak seminar nasional
9	20 Juni 2026	Revisi full paper seminar nasional
10	30 Juni 2026	Asistensi full bab
11	5 Juli 2026	Mengirimkan email hasil testing

↑ Tanggal Bimbingan		+ Filter					
No	Name	Materi yang dibahas	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do	Status	
1	Bimbingan ke-1	Latar Belakang	19 Maret 2026	Fokus melakukan pengolahan d	Mulai menulis bab 1	Done	
2	Bimbingan ke- 2	Rumusan Masalah	25 Maret 2026	Temukan permasalahan klien d		Done	
3	Bimbingan ke-3	Rumusan Masalah	2 April 2026	observasi dan gali tentang bran	Menayakan jumlah rata rata kur	Done	
4	Bimbingan ke-4	Kerangka teori	9 April 2026	Revisi bagan di bab 2 tentang rr		Done	
5	Bimbingan ke-5	Creative Brief	14 April 2026	Merapihkan penulisan		Done	
6	Bimbingan ke-6		23 April 2026	melanjutkan bab 4 dan merevisi		Done	
7	Bimbingan ke-7		30 Mei 2026	siapkan sketsa bab 4, jelaskan k		Done	
8	Bimbingan ke-8		1 Juni 2026	revisi abstrak seminar nasional l		Done	
9	Bimbingan ke-9		20 Juni 2026	revisi judul seminar nasional bal		Done	
10	Bimbingan ke-10		30 Juni 2026	asistensi full bab 1 dan 4 asister		In progress	
11	Bimbingan ke-11		5 Juli 2026	mengirimkan emai hasil testing		In progress	

LAMPIRAN II

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 :

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

Transkrip Wawancara

Waktu : 1 Februari 2026

Narasumber : Reynoval (Owner)

Lokasi : Neru *Coffee*, Jl. Ciputat Raya No.11, RT.6/RW.1, Pd. Pinang,
Kec. Kebayoran Lama, Kota Jakarta Selatan.

Hasil : Informasi mengenai Neru *Coffee*

1. Kapan Neru *Coffee* ini berdiri?

Neru *Coffee* awalnya sudah berdiri sejak tahun 2019, namun sempat berhenti beroperasi akibat pandemi Covid-19. Pada tahun 2025, usaha ini kembali dijalankan setelah dilakukan *takeover* dan mulai dikembangkan kembali dengan konsep yang lebih terarah.

2. Kenapa ingin membuat usaha *coffee shop*, apa alasannya?

Usaha ini didirikan karena adanya keinginan untuk menghadirkan tempat singgah yang berangkat dari pengalaman pribadi, yaitu rasa lelah dengan rutinitas sehingga membutuhkan ruang untuk berhenti sejenak. *Coffee shop* dipilih karena sesuai dengan gaya hidup masyarakat saat ini, khususnya anak muda.

3. Apa arti nama Neru *Coffee*?

Nama “Neru” berasal dari bahasa Jepang yang memiliki makna “*jeda*” atau “*istirahat*”. Makna tersebut menjadi landasan utama dalam pembentukan konsep Neru *Coffee*, yaitu sebagai tempat yang memberikan kenyamanan bagi pengunjung untuk singgah dan beristirahat sejenak dari aktivitas sehari-hari.

4. Apa yang membedakan Neru *Coffee* dengan *coffee shop* sejenis?

Kalau yang membedakan Neru *Coffee* itu lebih ke konsepnya sih, kita pengen jadi tempat singgah buat orang-orang, jadi bukan cuma buat ngopi aja tapi juga tempat buat istirahat kerja, atau sekadar nenangin diri. Terus di sini juga ada *message board*, jadi pengunjung bisa nulis apa yang mereka rasain, jadi lebih ke arah interaksi sama tempatnya. Kita juga pengen suasananya itu kerasa hangat, tenang, dan nyaman, jadi orang bisa ngerasa ini tempat yang aman buat mereka.

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

5. Apa saja menu yang ada di Neru Coffee?

Kalau di Neru Coffee kita punya beberapa pilihan menu, mulai dari kopi, non-kopi, sampai makanan ringan seperti dimsum dan snack. Jadi pengunjung nggak cuma bisa minum kopi, tapi juga bisa ngemil atau sekalian santai di sini. Untuk harganya juga masih cukup terjangkau, jadi cocok buat anak muda atau yang mau nongkrong tanpa harus keluar budget besar.

6. Kendala apa saja yang sering dihadapi oleh konsumen Neru Coffee?

Kalau untuk kendala, sejauh ini yang paling kerasa itu konsep yang kita bawa belum sepenuhnya tersampaikan ke konsumen. Jadi masih banyak pengunjung yang datang cuma buat beli terus langsung pergi, belum benar-benar menjadikan Neru sebagai tempat singgah. Selain itu, dari sisi media promosi juga masih kurang optimal, terutama di Instagram, jadi informasi dan *visual* yang disampaikan ke audiens belum maksimal dan belum konsisten. Dari sisi *branding* juga masih belum kuat, khususnya dalam hal *visual* dan identitas, sehingga konsep yang diusung belum bisa tersampaikan dengan baik ke konsumen.

7. Kelebihan Neru Coffee saat ini?

Kalau kelebihanannya, Neru Coffee itu lebih ke kenyamanan tempatnya sih. Kita pengen jadi ruang singgah, jadi tempatnya dibuat supaya orang bisa santai, kerja, atau sekadar istirahat. Di sini juga sudah ada fasilitas seperti WiFi dan area duduk yang cukup nyaman buat beraktivitas. Selain itu, dari sisi pelayanan kita juga cukup ditekankan untuk lebih aktif dan personal, jadi karyawan nggak cuma melayani tapi juga berinteraksi sama pengunjung, supaya tercipta suasana yang lebih dekat dan nyaman. Terus ada juga elemen message board yang jadi nilai lebih, karena pengunjung bisa nulis dan mengekspresikan apa yang mereka rasakan, jadi ada interaksi emosional sama tempatnya. Dari sisi produk, kita juga punya menu yang cukup terjangkau dan jadi pilihan buat anak muda.

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

8. Apa yang diharapkan untuk Neru *Coffee* ke depannya?

Harapannya ke depan Neru *Coffee* bisa lebih dikenal oleh banyak orang, khususnya sebagai tempat singgah yang nyaman. Jadi bukan cuma tempat buat ngopi atau nongkrong, tapi juga bisa jadi safe place buat orang-orang berkumpul, berbagi cerita, dan mengekspresikan diri. Selain itu, Neru juga diharapkan bisa punya *branding* yang lebih kuat dan berkembang, termasuk rencana ke depannya untuk ekspansi produk seperti kopi botolan ke kota-kota besar.

9. Brati neru ini memang ingin mengusung konsep ruang singgah ya?

Iya, konsep utama yang ingin diusung oleh Neru *Coffee* memang sebagai ruang singgah. Kita pengen tempat ini jadi tempat orang bisa berhenti sejenak dari aktivitas, baik untuk istirahat kerja, atau sekadar menenangkan diri.

10. Apakah ada preferensi warna atau konsep tertentu yang ingin digunakan dalam *visual* Neru *Coffee*?

Untuk konsep *visual*, kita pengennya mengarah ke desain yang lebih sederhana, dengan kesan *elegant*, *calm*, dan hangat. Kita juga lebih prefer menggunakan warna-warna netral seperti coklat dan beige supaya suasananya terasa nyaman dan sesuai dengan konsep ruang singgah.



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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Rani, Dwi & Nanik

Pewawancara: Saya udah mulai rekam ya, Kak.

Responden: Oke, boleh, boleh.

Responden: Jadi jelasin dulu secara singkat.

Pewawancara: Iya, saya jelasin secara singkat. Jadi, klien saya ini namanya Neru Coffee. Nah, Neru Coffee ini mengusung konsep ruang singgah, Kak. Hm. Jadi, ruang singgah untuk baik kita capek dengan rutinitas sehari-hari atau bagaimanapun gitu. Nah, terus di desain ini, saya mengusung konsepnya itu kehangatan, makanya di situ ada kayak gambar kopi yang dipeluk, terus elemen-elemennya simpel, enggak yang gimana-gimana gitu. Ah, mungkin sebelumnya Kakak boleh lihat Instagram-nya Neru dulu nih, Kak. Jadi, sebelumnya Neru itu belum ada yang namanya kayak visual. Jadi, dia tuh masih kosong seperti ini, Kak. Masih kosong seperti ini, Neru.

Responden: Berarti masih baru banget, ya?

Pewawancara: Iya, jadi saya di sini tuh bantuin dia buat mengusung konsepnya itu, merepresentasikan...

Responden: Oh, berarti si Neru ini klien kalian?

Pewawancara: Betul.

Responden: Oh, paham. Oke, oke.

Pewawancara: Jadi, kayak mau merepresentasikan konsepnya si Neru itu, ruang singgah dengan desain yang saya buat ini. Oke, paham. Terus? Terus, eh mungkin perkenalan dulu kali ya, Kak. Kakaknya...

Responden: Perkenalan masing-masing. Nama aku Rani.

Responden: Rani. Nama aku Duwi.

Responden: Aku Nanik.

Pewawancara: Oke. Oke Kak, tadi kan saya udah jelasin sedikit konsepnya. Iya. Jadi, konsepnya itu tentang ruang singgah. Hm. Nah, menurut Kakaknya ini, desainnya ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang seperti tempat untuk beristirahat sejenak enggak?

Responden: Hm... Oke sih. Itunya *pattern*, iya *pattern*-nya bagus. Iya, kalau *pattern* sesuai sih, iya sesuai. Buat ini ya, kafe kan identik banget ya warna-warnanya tuh *soft*, kayak gitu-gitu. Nah, ini tuh udah cocok sih kalau menurutku, ya. Kalau yang lain? Iya, dari apa namanya? Warnanya tuh, apa namanya? Iya, *color palette*-nya tuh bagus gitu kayak sesuai dengan orang-orang zaman sekaranglah ya, Gen Z, Gen Z gitu. Jadi, enggak eh enggak terlalu mencolok banget tapi hangat, sesuai yang

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

diusungkan konsepnya tadi. Apalagi ini ada logonya juga kan, kayak ini dipeluk ininya kopinya. Jadi, menurutku udah bagus sih, konsepnya bagus.

Pewawancara: Jadi, kalau menurut Kakak ini nih dengan karakter yang udah saya gambarin, sama identitasnya Neru yang sudah saya jelasin tadi, apakah Kakaknya bisa nyaman untuk melihat desain ini ketika Kakaknya berada di *coffee shop*?

Responden: Hm... Kalau dari aku pribadi nyaman sih kalau dari lihat dari konsep desainnya doang gitu. Iya, jujur sama sih. Nyaman karena simpel, enggak terlalu banyak gambar dan enggak terlalu mencoloklah gitu warnanya. Iya, sama sih Kak, sama elemen yang udah eh ditaruh di eh ditaruh di gambar kopinya itu udah merepresentasikan juga dari tadi konsep si apa, Neru Neru Coffee-nya itu sih, Kak.

Pewawancara: Oke. Ah, terus nih kalau dari warnanya nih, menurut Kakak dengan pilihan warna yang saya pilih ini, *cream-beige* gitu, apakah sudah memberikan kesan hangat dan nyaman?

Responden: Kalau dari aku banget karena pertama lihat tuh bagus gitu. Apa ya? Eh, *color palette*-nya sederhana tapi sederhana tapi apa ya? Bikin hangat aja gitu. Nah, kalau menurutku mirip ini sih, mirip kopi, ya. Kopi tapi kalau udah dicampur gitu, mungkin kopi susu gitu udah warnanya mirip-mirip kayak gini, *cream-beige*. Sama sih Kak, dan itu kayak lagi *hype* yang dicari anak muda Gen Z sekarang buat kofisop foto gitu sih, Kak. Cocok sih. Oke, sesuai sama eh apa? Warna kopi-nya juga.

Pewawancara: Kalau dari tata letaknya, Kak? Kira-kira tata letak atau *layout*-nya itu eh bisa udah terlihat nyaman dan rapi belum?

Responden: Kalau aku lihat dari sini menu dan ini di sini, menurutku udah rapi ya karena enggak terlalu banyak elemennya. Elemennya juga enggak terlalu banyak. Maksudnya kayak eh *font*-nya juga dua *font*, ya? Ini ya modelnya ya gitu. Jadi, enggak terlalu banyak eh model-model lain gitu. Jadi, udah oke sih.

Pewawancara: Oke, oke. Sorry Kak, ini ada *mockup*-nya kalau Kakak mau lihat juga. Ini kan belum...

Responden: Oh iya, itu. Oke. Oke. Oh, yang bagus sih itu. Iya, bagus sih. Udah masuk banget sih. Iya, dan simpel. Iya, Gen Z bangetlah karena simpel, dari *font*-nya juga cuma dua kan? Jadi, enggak mencolok banget. Pokoknya kalau dibilang estetik, ya udah estetik sih menurutku. Menurutku estetik sih. Perletakannya juga udah oke dari perletakan apa, yang di-*highlight* kopi susu, terus ada ada juga konsep ruang singgahnya gitu. Iya, udah pas sih, Kak. Cuma untuk pilihan *font*-nya dari sini sebenarnya kayak, oh ini kan kayak gaya *font*-nya ini banget ya? Apa namanya?

Pewawancara: Ah, *handwriting*.

Responden: Iya, cuma masih bisa dibaca gitu. Iya, ada kan, kadang kan ada yang gaya yang kayak gini tapi susah dibaca kan? Kalau ini, bisa dibaca. Jadi, menurutku oke. Oke.

Pewawancara: Oke Kak, *next* ya. Kalau misalnya desain ini nih, menurut Kakak informasinya sudah mudah dibaca atau gimana?

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

Responden: Sangat mudah dibaca sih, ya. Cukup jelas dari warna *font*-nya juga, ini bisa dibaca dengan jelas dari yang warna putih, *font* putih, yang cokelat juga. Hm. Cukup jelas. Iya, sama sih Kak. Sama. Oke. Ini apa?

Pewawancara: Ah, itu *barcode* Instagram.

Responden: Oh, Instagram-nya.

Pewawancara: Jadi, kalau misalnya Kakak melihat ini, mau lihat Instagram Neru, bisa di-*scan* di situ. Kemudian Kak, kalau dari elemen visualnya nih yang udah saya buat, kira-kira itu udah menyatu belum dengan tiga media, eh empat media yang udah saya buat?

Responden: Medianya tadi apa aja?

Pewawancara: Tadi ada *tripod banner*, buku menu, dan *banner*. Kira-kira udah menyatu belum?

Responden: Ini kayaknya gambarnya kayak gitu, ya? Menyatu aja sih menurut saya, menyatu. Iya, oke banget sih. Udah menyatu terus... Oke, bagus. (*tertawa*) Iya, iya, udah. Kayanya udah pas gitu, ya? Kayanya udah pas sih menurut kita. Cuma di *standing banner* ini, menurut Masnya ada ini enggak sih? Keterangan alamat biasanya ada enggak? Oh.

Pewawancara: Boleh, itu jadi masukan buat saya nanti.

Responden: Keterangan alamat. Alamat sosial medianya sih, Kak. Nah, betul, iya, itu.

Pewawancara: Jadi, enggak cuman *scan barcode* doang ya?

Responden: Iya, heem. Jadi, Instagram-nya namanya apa gitu, misal alamatnya di mana gitu. Oke, oke. Keterangan identitas ininya aja sih, Neru-nya. Identitas, ya, *coffee shop*-nya.

Pewawancara: Nah, kalau menurut Kakak nih, desain ini tuh mampu enggak sih buat Kakak tertarik gitu ketika melihat ini?

Responden: Hm... Desainnya aja?

Pewawancara: Iya, kalau misal dari desainnya aja, misal visual Instagram-nya lewat.

Responden: Itu tertarik sih. Iya, tertarik buat beli kopi. (*tertawa*) Oh iya, desain tertarik sih Kak, sama anda *adjusting*-nya sih paling kan biasanya kalau kopi tuh sekarang kan pada umumnya ya, apa kayak orang kan biasanya lihat kayak *less sugar* atau yang kopi yang *strong* yang mana gitu, bisa ditandain gitu sih Kak di sini. Di kofisakan Americano kayak mungkin level, iya level-nya berapa. Iya, kayak gitu-gitu Kak biasanya. Jadi, kan ini kan baru, jadi orang tuh kayak pengen tahu nih kayak misalkan antara Americano ini sama kompetitor tuh gimana, gitu. Mungkin yang biasa... Ini, *hot* sama *ice*.

Responden: Oh, benar. *Hot* sama *ice* biasanya kan ada gitu.

Pewawancara: Berarti lebih ke informasi produk ya, Kak?

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

Responden: Betul. Biasanya tuh *best seller* ada ini, tanda jempolnya gitu.

Pewawancara: Kebetulan kalau di Neru, di Neru ini adanya *special coffee*, Kak. Nah, ini tiga *special coffee* dari Neru nih.

Responden: Oh, itu yang paling ini, *best seller*-nya? Boleh sih informasi ininya sih Kak, ya *special coffee*.

Pewawancara: Berarti kurang kelihatan ya, Kak?

Responden: Iya, iya, ini buat *best seller*-nya itu. Oke, oke.

Pewawancara: Nah, kalau... Oke Kak nih, yang terakhir nih. Tadi kan saya udah bikin empat media, kira-kira menurut Kakaknya ini udah sesuai belum untuk *coffee shop* atau perlu ditambah media lainnya?

Responden: Hm... Apa ya? Empat media tuh tadi *standing banner*, menu, ini ya, *X-banner* sama buku menu, sama Instagram. Udah sih, menurutku udah. Iya, menurutku udah sih. Kalau bagi orang awam kayak kita, menurutku cukup. Iya, cukup.

Pewawancara: Oke nih, mungkin pertanyaan terakhir, terakhir banget dari tadi. Ini terakhir murni. (*tertawa*) nanya apa sih? Ini jadi, kalau Kakak nih melihat ini nih, kesannya tuh gimana?

Responden: Hangat. (*tertawa*) Kayak, iya udah, ya emang bener-bener ya kofisop banget, udah, kopi, kopi banget. Kopi banget. Kopi banget. (*tertawa*) Iya.

Pewawancara: Oke Kak, mungkin itu tadi terakhir pertanyaannya. Terima kasih banyak ya, Kak. Ini bakal jadi masukan dan evaluasi baik buat saya. Terima kasih banyak, ya.

Responden: Sama-sama. Keren banget, tetap semangat ya.



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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Agung

Pewawancara: Oke dulu. Oke, eh selamat malam sebelumnya. Perkenalkan namanya siapa?

Responden: Nama saya Agung, Mas.

Pewawancara: Oke. Oke Mas, jadi di sini saya mau testing untuk keperluan tugas akhir saya mengenai perancangan marketing collateral untuk sebuah brand kopi yang bernama Neru Coffee. Nah, Neru ini merupakan coffee shop yang mengusung konsep ruang singgah, yaitu tempat yang nyaman, tenang, hangat untuk beristirahat sejenak dari rutinitas sehari-hari. Nah, pada kesempatan kali ini saya untuk, saya ingin meminta pendapat kepada Mas beberapa desain yang sudah saya rancang. Oke, sebelumnya saya jelasin Neru dulu ya. Neru itu kayak sebuah coffee shop, dia tuh mengusung konsep ruang singgah, Mas. Oke. Oke, nah terus konsep saya di sini, itu *warm*, *minimalis*, dan *personality*. Keren. Oke, pertanyaan pertama ya. Boleh, boleh. Nih, menurut Masnya nih, apakah desain ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang seperti tempat untuk beristirahat, ini berarti maksudnya desain secara keseluruhan ya Mas, maksudnya semuanya, semua media ini? Iya, betul, semua media ini. Saya lihat-lihat dulu ya, Mas. Apa pertanyaan Mas, sorry? Apakah desainnya sudah mampu memberikan kesan nyaman? Kesan nyaman. Menurut saya, kesan nyamannya sudah cukup tertampilkan ya Mas, kayak maksudnya penggunaan-penggunaan elemennya simpel tapi kayak enggak banyak, tapi justru itu justru karena itu jadi bikin nyaman, Mas. Jadi kayak enggak *too much* gitulah secara penggunaan elemennya.

Pewawancara: Oke, kalau dari desainnya ini udah merepresentasikan ruang singgah belum?

Responden: Eh ruang singgah, kalau misalnya ruang singgah menurut saya dengan adanya menampilkan si *coffee shop*-nya ini, sudah cukup sih Mas. Tapi mungkin bisa ditambahin kayak *literally* ruangnya kali gitu ya, maksudnya kayak enggak cuma kayak *coffee pack shot*-nya doang, tapi kayak mungkin bisa ada desain si ruangnya itu, maksudnya biar lebih tertampilkan gitu kalau si *coffee shop* ini tuh nyaman untuk disinggahi gitu.

Pewawancara: Oke, pertanyaan selanjutnya. Desain ini tuh udah terkesan hangat dan personal belum kepada pengunjung, gitu?

Responden: Kalau hangat dan personal, saya suka sih Mas. Maksudnya penggunaan warnanya, terus juga ada elemen-elemen kayak tangan gini, maksudnya ya buat saya ini cukup personal dan hangat gitu ya, terutama dari penggunaan warnanya yang enggak, enggak ngejreng gitu ya. Jadi menurut saya udah cukup menggambarkan, Mas.

Pewawancara: Paham. Kalau dengan konsepnya Neru sendiri yang saya sudah kasih gambaran tadi di awal, menurut Mas ini konsepnya nyatu enggak dengan Neru itu sendiri?

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

Responden: Eh kalau misalnya tadi Mas bilang Neru Coffee yang untuk ruang singgah, terus Mas juga mengusung konsep yang sama, menurut saya sih terus sudah tergambarkan juga ya di desain-desain medianya, menurut saya sudah sesuai, Mas.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih. Kita lanjut ke pertanyaan berikutnya. Kalau dari warna nih Mas, apakah warnanya itu sudah merepresentasikan warna hangat, seperti itu, yang nyaman?

Responden: Sudah sih Mas, tadi seperti yang saya sudah *mention* juga ya, maksudnya penggunaan warna di sini menurut saya sudah tepat ya. Warna-warna, ya saya sih ngomongnya ini warna kalem lah ya. Saya enggak tahu bahasanya apa, tapi maksudnya warna-warnanya tuh sederhana gitu jadi nyaman gitu Mas dilihatnya dan hangat gitu kesannya.

Pewawancara: Oke, kalau dari tipografi atau *font*, menurut Masnya dengan *font* yang saya gunakan ini mudah dibaca enggak?

Responden: Eh untuk *font* Mas, meskipun di sini ada *font* kayak tulis tangan gini ya, maksudnya masih masih tergolong terbaca sih Mas. Terus juga di menu-menu ini yang banyak tulisannya, menurut saya, saya sebagai konsumen gitu ya, itu udah cukup bisa baca informasi-informasi yang ada gitu dan enggak masalah gitu buat saya.

Pewawancara: Oke, lanjut kita ke ini ya Mas, informasi. Apakah Masnya mudah menangkap informasi dari desain-desain yang sudah dibuat untuk Neru ini?

Responden: Oke Mas, tadi kan saya juga udah lihat ya ada beberapa media, terus juga isinya kelihatannya beda-beda ya. Ada yang menu, ada yang poster, ada yang buat Instagram juga. Menurut saya tiap informasinya udah cukup *clear* ya, maksudnya kalau misalnya nampilin menu ya fokusnya ke menu, kalau misalnya nampilin ke kopi singgah, fokusnya ke situ. Informasinya jelas, *clear* gitu, terus juga penggunaan tipografinya cukup terbaca dengan jelas gitu Mas. Jadi menurut saya informasinya cukup jelas.

Pewawancara: Oke Mas, terima kasih. Tadi kan Masnya bilang di berbagai media. Nah, desain yang dibuat di berbagai media apakah sudah selaras, apakah sudah selaras? Oh, maksudnya antar medianya berarti ya Mas? Iya, betul antar media.

Responden: Eh sudah selaras sih Mas, maksudnya cukup konsisten gitu penggunaan-penggunaan *font*-nya, huruf-hurufnya, terus juga warnanya sudah seragam. Jadi menurut saya kayak enggak belang gitu Mas, jadi kayak tiap medianya udah cukup, cukup semualah, cukup saling cukup saling satu sama lain tuh udah ya mungkin bahasanya kompak gitu kali ya.

Pewawancara: Oke Mas, kalau dari ilustrasinya Mas, dan visual ilustrasi itu apakah sudah menarik perhatian?

Responden: Kalau untuk ilustrasi, terutama mungkin ilustrasi tangannya ya, maksudnya cukup menarik ya, terus dikombo sama si kopinya, menurut saya sudah cukup menarik gitu. Kayak menggambarkan kesannya si Neru ini kayak nyaman gitu, *comfort*, jadi kayak ilustrasinya sudah bagus menurut saya.

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

Pewawancara: Oke, selanjutnya Mas, dengan desain ini apakah Masnya tertarik untuk berkunjung ke Neru Coffee?

Responden: Saya sebagai orang yang sering ke *coffee shop*, ini, ini menarik sih Mas *coffee shop*-nya, kayak secara konsep juga bagus, maksudnya sebagai ruang singgah gitu ya. Saya mungkin akan tertarik ke sana gitu kalau memang lagi di daerahnya si Neru ini.

Pewawancara: Oke Mas, yang terakhir nih Mas. Menurut Masnya nih, ada enggak sih bagian desain yang masih perlu diperbaiki?

Responden: Kalau masalah desain, mungkin ini kali Mas, sekarang kan Mas pakai ada gambar ya, *image* ya, kayak kopinya nih, kayak ya mungkin ini karena media cukup besar jadi gambarnya agak pecah gitu ya Mas, mungkin bisa di, ya supaya enggak kelihatan gambarnya pecah banget tuh gimana gitu ya. Mungkin bisa lebih diper tajam lagi gambarnya gitu Mas.

Pewawancara: Oke Mas, pertanyaan yang terakhir Mas. Apakah desain ini sudah sesuai dengan gambaran *coffee shop* yang nyaman untuk singgah dan beristirahat?

Responden: Sesuai Mas, seperti yang saya sudah *mention* juga, ya maksudnya penggunaan elemennya, terus foto-fotonya itu udah cukup sesuai dengan si konsep ruang singgahnya itu, jadi kayak menurut saya udah oke Mas secara keseluruhan.

Pewawancara: Oke, terima kasih Mas. Tadi pertanyaan terakhirnya ini ada sedikit kopi dari Neru.

Responden: Wow, terima kasih Mas.

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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Najwa

Pewawancara: Selamat siang, dengan siapa?

Najwa: Ah perkenalkan nama saya Najwa. Perlu usia enggak? Nama saya Najwa dari Jakarta.

Pewawancara: Oke. Oke Kak, ini langsung aja ke pertanyaan pertama. Tadi kan sudah saya jelasin apa itu Neru dan konsepnya Neru bagaimana, terus konsep desain yang saya buat juga seperti apa. Nah menurut Kakaknya nih, desain ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang enggak seperti tempat untuk beristirahat sejenak?

Najwa: Ah kalau untuk tempat beristirahat sejenak udah cukup sih. Kelihatan dari ini kayak apa ya, maksudnya tekstur di *background* belakangnya kayak hangat-hangat gimana gitu, hangat-hangat sore, nyaman sih buat istirahat.

Pewawancara: Oke, pertanyaan kedua Kak. Menurut Kakaknya nih, apakah desain ini mampu merepresentasikan konsep ruang singgah, yaitu tempat untuk beristirahat sejenak dan menikmati waktu santai atau pun berhenti sejenak?

Najwa: Ini kalau berhenti sejenak mungkin kayak lagi jenuh kali sama aktivitas, mungkin iya ya. Tapi kalau enggak, ya enggak kalau sih. (*tertawa*) Ini ya gitu deh.

Pewawancara: Oke, sekarang ke pertanyaan berikutnya Kak. Menurut Kakaknya nih, desain ini tuh memberikan kesan hangat, personal, dan dekat kepada pengunjung enggak?

Najwa: Hangat, iya. Dari *tone*-nya pun udah kelihatan ya kalau hangat. Personal sebenarnya aku kurang mengerti sih personal itu harus kayak bagaimana. Tapi sih cukup ya, ini dengan ilustrasi tangan ya. Mungkin itu bisa dimaksudkan personal, tangan memeluk kopi ya.

Pewawancara: Oke, lanjut pertanyaan berikutnya. Desain ini udah sesuai enggak sih dengan karakter *coffee shop* yang mampu untuk menggambarkan sebuah identitas sebuah *coffee shop* yang nyaman?

Najwa: Udah. Karena emang basic-nya *coffee shop* itu kan harusnya nyaman ya. Dan desainnya enak aja sih buat dilihat.

Pewawancara: Oke lanjut. Terus nih Kak kalau dari warnanya nih, apakah warna yang digunakan mampu memberikan kesan hangat dan nyaman lagi?

Najwa: Banget, bisa banget. Karena ini dari beberapa *tone* yang digunakan dari krem sama cokelat itu warna-warna yang emang basenya *warm* ya. Bukan cokelat yang *cool* gitu, tapi ini cokelat sama krem yang *warm* gitu. Ini udah merepresentasikan *warm* banget sih.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari *font*-nya nih menurut Kakak *font*-nya itu mudah dibaca enggak?

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

Najwa: Ini tuh *font*-nya *font* ini ya?

Pewawancara: *Handwriting*.

Najwa: *Handwriting*. *Handwriting* tapi ini masih bisa dibaca sih. Dari huruf-hurufnya juga masih jelas keterbacaannya, dan masih diselingin sama *font*-*font* yang *sans serif* ya? Iya, ini masih diselingin juga, jadi masih aman sih untuk keterbacaannya.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak, *layout*-nya itu elemen-elemennya itu udah rapi belum atau udah nyaman atau gimana?

Najwa: Emm dari tata letak udah cukup sih. Ini dari ini buku menu ya?

Pewawancara: Buku menu.

Najwa: Buku menu udah oke, dia dari setiap jenisnya udah dikelompokkin, dari *coffee* ada ini, terus ada makanannya, terus udah oke. Logonya ada di tengah pas karena saya suka simetris.

Pewawancara: Lanjut Kak, kalau dari foto dan ilustrasi, elemen visual yang digunakan itu udah sesuai belum dengan konsepnya?

Najwa: Udah cukup sesuai ya. Terutama dari ini nih sih, *font* eh *font*, dari ilustrasi tangan ini yang ada di buku menu nih, lucu, bagus. Yang ada di tengah-tengah buku menu, saya suka. Cocok banget ya cocok. Terus dari tangan yang di pojok kanan juga cocok sih. Yap, tapi saya suka yang tengah.

Pewawancara: Oke, dari tadi kan juga udah lihat ya Kak, ini ada desainnya terus saya juga udah ngasih tahu *mockup*-nya kan. Ada *mockup* digital, tadi itu ada *X-banner*, terus ada poster-nya dan ada posteran Instagramnya. Nah kalau dari semua media itu apakah udah konsisten belum diterapkan oleh desain saya?

Najwa: Udah ya, ini dari dari *mockup* yang aku lihat juga tadi ini tuh warnanya udah *tone* warnanya udah konsisten banget, terus penggunaan *font*-nya, elemen-elemennya itu udah cocok banget. Apalagi mereka saling berkesinambungan ya, dari sama-sama pakai tangan, sama-sama pakai *handwriting*, terus pemilihan warnanya juga senada semuanya, udah cocok sih, aman.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari informasi, informasinya mudah tersampaikan enggak dari desain ini?

Najwa: Untuk informasi udah gampang banget ya tersampaikan karena memang dia enggak banyak-banyak eh enggak terlalu banyak informasi yang panjang-panjang. Jadi ini juga gampang banget, kita langsung tahu kesan mana yang mau disampaikan di dalamnya gitu.

Pewawancara: Oke Kak, selanjutnya nih tadi kalau dari Kakaknya nih, kira-kira dari empat media itu ada yang perlu ditambahin enggak?

Najwa: Kalau dari keseluruhan medianya ya, paling kalau mau nambahin mungkin di buku menu boleh ditambahin informasi tentang Instagramnya kalau mau. Terus kalau postingan Instagram sih enggak perlu ya, tapi kalau mungkin bisa dikesinambungkan antara Instagram atau lokasinya biar lebih lengkap aja sih.



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

Pewawancara: Oke, langsung pertanyaan terakhir nih. Ada enggak sih bagian desain yang menurut Anda, menurut Kakaknya nih, masih harus diperbaiki atau ditambah atau diapain gitu?

Najwa: Kalau untuk diperbaiki kayaknya enggak sih, udah cukup bagus ini. Paling ya itu tadi, mungkin kalau mau dilengkapi lagi bisa tambahin informasi Instagramnya atau lokasinya yang belum ada. Itu kan beberapa ada yang belum pakai kan. Itu boleh, tapi kalau perbaiki kayaknya udah cukup sih, udah bagus.

Pewawancara: Oke, terima kasih. Ini ada sedikit kopi dari Neru.

Najwa: Yey, terima kasih. Terima kasih Neru, makasih Neru, makasih PNJ.





Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Farrah

Pewawancara: Oke, eh selamat pagi sebelumnya boleh perkenalkan namanya siapa? Dan sedang apa?

Farah: Oke. Namanya Farah Syahida Zahra sebagai mahasiswa.

Pewawancara: Oke, eh lanjut ke pertanyaan pertama nih, Kak. Menurut Kakaknya nih, warna yang... eh salah dari dulu-dulu. Menurut Kakaknya nih, apakah desain yang saya gunakan ini sudah memberikan kesan nyaman, tenang, seperti tempat untuk berhenti sejenak?

Farah: Udah, karena balik lagi karena di desainnya ada gambar tangan juga ya, jadi itu sudah menggambarkan eh kenyamanan.

Pewawancara: Menurut Kakaknya nih, apakah desain ini mampu merepresentasikan konsep ruang singgah yang sudah saya jelaskan di awal tadi?

Farah: Sudah mampu, karena dari desainnya juga sudah menjelaskan.

Pewawancara: Kalau desain ini nih, udah memberikan rasa hangat belum menurut Kakak? Dari warna mungkin, atau dari apapun gitu?

Farah: Udah sih, ini warnanya juga eh *warm* gitu ya, jadi sangat memberikan kesan kehangatan.

Pewawancara: Oke, lanjut nih Kak. Pertanyaan yang kedua itu dari warna. Apakah warnanya ini sudah... ini kan warna yang saya gunakan ini kan kayak ada coklat, putih, hitam, turunan warna coklat lah seperti itu. Eh apakah sudah memberi kesan hangat dan nyaman gitu sebagai identitas pada Neru sebelumnya?

Farah: Sudah sih, ini sudah menjadikan warna ini menjadi identitas kali ya, jadi kayak turunan coklat ini juga udah menggambarkan Neru sendiri sih.

Pewawancara: Oke Kak, pertanyaan kedua, apakah penggunaan *font*-nya ini mudah dibaca enggak menurut Kakaknya? Dengan saya menggunakan *font handwriting* di sini, terus di menunya juga, dan di beberapa desain.

Farah: Sudah sih, ini sudah sudah bagus juga *font*-nya.

Pewawancara: Lanjut nih Kak, kalau dari informasinya nih, Kakak sudah bisa menangkap belum informasi yang disampaikan dari poster?

Farah: Dari poster aku udah nangkap juga informasinya, yaitu memberikan kesan kehangatan ya, jadi Neru ini adalah kopi singgah.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari segi ininya nih Kak, penempatan elemen, gimana tuh?

Farah: Penempatan elemennya udah bagus, di samping kanan kiri juga... eh di samping kanan juga udah ada tangan memegang kopi ini ya. Jadi yang kayak udah bagus penempatannya.

Pewawancara: Oke Kak, eh jadi kan eh saya nih udah membuat beberapa media. Ini kayak bisa dilihat nih ada *mockup*-nya ini dari *X-banner*-nya, terus ini buku menu yang Kakak pegang itu, terus ini ada poster-nya, terus yang terakhir ada sosial medianya atau Instagram. Menurut Kakak dari keempat desain ini, apakah sudah saling terhubung?

Farah: Sudah, itu dari segi warna, dari segi semuanya juga udah mulai terhubung satu sama lain. Hampir mirip juga desainnya.



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.

Pewawancara: Oke, terima kasih. Terus kalau untuk ini Kak, bagian desain ada enggak sih yang perlu diperbaiki untuk kedepannya agar lebih baik?

Farah: Ini paling, gambar *background* belakang daunnya. Kayanya dia harusnya warnanya hijau, dihijauin aja.

Pewawancara: Oke, berarti kurang kelihatan gitu ya?

Farah: Kurang kelihatan, iya betul.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

Farah: Iya, sama-sama.

Pewawancara: Ini ada sedikit kopi dari Neru.





Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Yoga

Pewawancara: Tes, tes, tes. Ready, Mas? Oke, selamat malam, dengan siapa?

Yoga: Dengan Yoga.

Pewawancara: Oke, Mas Yoga. Jadi gini Mas, eh saya izin memperkenalkan diri dulu. Saya Sahnur dari Program Studi Desain Grafis. Saya sedang mengerjakan tugas akhir perancangan marketing collateral. Nah, kebetulan klien saya itu Neru Coffee. Nah, Neru ini merupakan coffee shop yang mengusung konsep ruang singgah, yaitu tempat yang nyaman, tenang, dan hangat untuk beristirahat sejenak. Nah, pada kesempatan kali ini saya ingin mengenalkan beberapa desain yang saya yang saya rancang itu. Oke, langsung aja ke pertanyaan pertama, Mas. Langsung aja ke pertanyaan pertama.

Yoga: Oke.

Pewawancara: Menurut Anda nih Mas, apakah desain ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang seperti tempat untuk beristirahat?

Yoga: Saya rasa sih saya rasa sih cukup, ya. Soalnya dari font-font-nya, dari layout-nya segala macam udah oke sih, enak dibaca, terus kayak kelihatan nyaman gitu.

Pewawancara: Oke Mas, lanjut ke pertanyaan kedua. Apakah desain ini memberikan kesan hangat dan personal kepada pengunjung yang akan datang nantinya?

Yoga: Emm kesan personal hangat, ya. Emm... ya mungkin kalau itu dilihat dari tipografi yang melengkung-lengkung kayak gini, kayak handwriting kayak gini ya cukup menggambarkan sih, jadi kesannya kayak homey banget gitu, hangat. Oke sih.

Pewawancara: Oke Mas, lanjut Mas. Apakah desain ini sesuai dengan karakter yang mampu menggambarkan identitas sebuah coffee shop, karakter Neru yang sebelumnya sudah saya jelasin Mas?

Yoga: Emm menurut saya sih sudah cukup menggambarkan, ya. Kalau dari yang Mas tadi bilang sebelumnya kayak homey, terus juga nyaman, ya sesuai sih.

Pewawancara: Sesuai ya? Oke Mas, lanjut Mas, ini ada pertanyaan tentang warna dan tipografi. Menurut Mas nih, apakah warna yang digunakan sudah terkesan hangat dan nyaman?

Yoga: Oh, untuk kesan hangat dan nyaman sih sudah oke, ya. Biasanya warna-warna kayak gini ya emang kesannya hangat, kayak warna cokelat, warna kuning-kuning kecokelatan itu emang kesannya hangat, jadi ya sudah sudah menggambarkan.

Pewawancara: Oke Mas, lanjut Mas. Eh kalau dari tulisannya nih, apakah mudah dibaca?

Yoga: Nah, untuk dari tulisan sebenarnya untuk yang bagian kiri ini ya, bagian coffee, non-coffee sih sebenarnya oke, ya. Cuma kalau bagian yang Yakult, yang snack dan apa nih? Add-on ini kurang kelihatan soalnya dari background-nya juga eh putih juga kan, jadi terang. Jadi karena font-nya juga putih, jadi agak nyaru gitu.

Pewawancara: Oke. Terus eh kalau dari susunan informasinya nih, apakah Masnya mudah memahami isi dari desain tersebut?



Yoga: Mudah sih Mas, soalnya setiap segmen tuh kayak font-nya di dibedain kayak judul kayak coffee, non-coffee, jadi kelihatanlah gitu setiap segmennya kebaca.

Pewawancara: Oke Mas, kalau dari ilustrasi atau foto yang saya gunakan dari desain ini, apakah cukup menarik perhatian atau gimana?

Yoga: Kalau dari desainnya sih, ya oke sih, soalnya ini kan kayak temanya kayak line art gitu, ya, kalau saya lihat dari sini, kayak penggunaanya pun juga konsisten ya di setiap tulisan, font, apalagi kayak ada ilustrasi juga sesuai gitu, ada garis-garisnya semua, jadi ya sama.

Pewawancara: Oke Mas, lanjut. Apakah desain ini menarik perhatian Masnya ketika melihat?

Yoga: Kalau buat saya menarik sih, ya, soalnya ya semuanya jadi kayak satu kesatuan gitulah, jadi kayak enggak ada yang beda-beda gitulah. Oke sih.

Pewawancara: Oke. Eh kalau dari desain ini apakah sudah mampu merepresentasikan ruang singgah dari Neru Coffee?

Yoga: Sudah sih Mas, kayak untuk keseluruhan kan. Kalau untuk apa, untuk semuanya berarti kan? Sudah sih, sudah sesuai dengan konsepnya.

Pewawancara: Nah, kan ini kan saya punya banyak media ya, Mas. Ada Instagram, terus ada X-banner yang tadi mockup-nya udah saya kasih lihat, terus ada buku menu, dan yang terakhir ada poster. Nah, kira-kira menurut Masnya ini apakah desainnya sudah selaras atau gimana?

Yoga: Kalau kalau saya lihat sih dari menunya, dari poster, dan dan yang tadi Mas sebutkan sudah sesuai sih, soalnya kan saya tadi yang sebelum saya bilang penggunaan line art-nya juga konsisten, jadi orang tahulah gitu konsepnya tuh ya line art.

Pewawancara: Oke Mas, pertanyaan terakhir Mas. Ada enggak sih bagian yang menurut Masnya masih harus diperbaiki?

Yoga: Ya itu tadi, yang tadi masalah font yang bagian kanan ini, yang bagian Yakult series, snack sampai add-on tuh kurang kelihatan sih bagi saya, soalnya dari background sama warna font-nya tuh warna font-nya tuh nyaru, apalagi juga ini ilustrasinya pun juga ada yang warna putih kan, jadi ya saya tetap terbaca sih, cuman kadang ya cuman kalau dari jauh mungkin enggak kelihatan gitu, beda sama yang sebelah kiri. Kalau kayak yang kiri kan karena background-nya gelap jadi warna putih kelihatan lebih terang gitu. Itu sih dari saya.

Pewawancara: Oke, terima kasih banyak Mas Ardi atas waktunya. Ini ada Neru Kopi Susu Singgah dari Neru, selamat menikmati.

Yoga: Iya, sama-sama, terima kasih, Mas. Makasih, Mas.



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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Faiqy

Pewawancara: Halo Kak, jadi perkenalkan dulu ya sebelumnya. Nah, nama saya Sahnur, saya sedang mengerjakan tugas akhir *project marketing collateral*. Nah, mengenai *marketing collateral* ini eh adalah brand dari Neru Coffee. Nah, Neru Coffee itu merupakan *coffee shop* yang mengusung ruang singgah, Kak. Yaitu tempat yang nyaman, tenang, hangat untuk beristirahat atau berhenti sejenak dari rutinitas sehari-hari. Nah, pada kesempatan kali ini saya meminta pendapat nih Kak, tidak ada jawaban salah atau benar sehingga saya harap bisa memberikan pendapat secara jujur sesuai kesan yang dirasakan setelah melihat desain tersebut. Mungkin perkenalkan dulu, Kak. Faiqy: Eh ya, perkenalkan nama saya Faiqy.

Pewawancara: Oke, kita ke pertanyaan pertama, Kak. Menurut Kakaknya nih, apakah desain ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang seperti tempat untuk berhenti sejenak? Faiqy: Menurut saya sih, untuk secara desain dengan konsep yang tadi udah dijelaskan ya, ini cukup membuat nyamanlah ya, apalagi kan ini menggunakan warna yang cukup hangatlah ya. Jadi cukup menggambarkanlah.

Pewawancara: Nah, apakah desain ini sudah cukup merepresentasikan ruang singgah itu sendiri? Faiqy: Emm menurut saya ini karena ini kan juga mungkin desain untuk sebuah kafe lah ini ya, kafe dan cukup menariklah. Jadi, apalagi dari dari eh desain di menunya ini cukup terlihat, jadi kita pasti mau enggak mau pasti ngesankan, jadi kita pasti singgah sih.

Pewawancara: Oke, pertanyaan ketiga nih Kak. Apakah desain ini sudah memberikan kesan hangat, personal, dan dekat kepada pengunjung? Faiqy: Nah, seperti yang saya tadi udah kasih tahu, eh saya ini ya bicarakan, ini dari pemilihan warna udah *warm*, terus juga ada visual ya, visual seperti memeluk yang jadi terlihat seperti hangat. Seperti itu sih.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari desain keseluruhannya nih, kalau Kakak lihat sih udah menggambarkan *coffee shop* belum sih? Faiqy: Jujur, untuk keseluruhan ini udah *coffee shop* banget, apalagi dari menunya ini bener-bener *coffee shop* bangetlah, menggambarkan gitu.

Pewawancara: Oke Kak, kita ke warna nih Kak. Kalau dari warnanya, apakah memberikan kesan yang hangat dan nyaman? Faiqy: Ya balik lagi seperti yang tadi, ini warnanya karena menggunakan warna seperti krem, cokelat, dan sejenisnyalah ya seperti, menurut saya sih udah cukup hangat dan cukup nyamanlah untuk dilihat itu, enggak enggak sakit di mata.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari tipografinya nih, kira-kira mudah dibaca enggak? Faiqy: Mungkin untuk saya yang enggak pakai kacamata dan ini kan kita juga di tempat yang enggak terlalu terang, ini cukup terbaca sih, apalagi untuk menu-menunya ya. Dan mungkin kalau untuk judulnya ini cukup terbaca mungkin tapi harus di tempat yang terang atau semacamnya gitu sih, tapi *overall* semuanya udah cukup terbaca.

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

Pewawancara: Kalau dari tata letaknya nih Kak, apakah terlihat rapi dan nyaman, atau gimana kalau dari tata letak? Faiqy: Oke, dari tata letak desainnya ini udah rapi, apalagi ini ada ada *gap-gap*-nya, ada ada apa namanya ini? Eh, apa sih namanya? Pewawancara: Jarak. Faiqy: Jarak, betul. Ada jarak di antara per per *section* gitu, jadi cukup okelah.

Pewawancara: Oke Kak, tadi kan saya juga ada kasih lihat *mockup*-nya Kak, beberapa *mockup*. Ini tuh saya ada *mockup X-banner*, terus ini ada kopi menu yang Kakak pegang, kemudian ini ada menu A3 itu buat *standing banner* gitu, kemudian ini ada dari Instagram-nya, Kak. Nah, kalau dari Kakak lihat dari *mockup* tersebut, apakah sudah menjadi desain yang satu kesatuan atau masih gimana gitu? Faiqy: Jujur, setelah melihat *mockup*-nya, ini menurut saya sih selarasilah ke semua media, dari IG, terus dari juga *standing banner*, dari yang A3, karena ini kayak sama-sama menggunakan warna yang sama, terus menggunakan *font* juga ada yang dekoratif kan ya. Udah itu sih, jadi udah sangat-sangat selaras dah.

Pewawancara: Kalau dari foto dan ilustrasi, Kak, apakah menurut Kakak ini menarik perhatian enggak? Faiqy: Jujur, ini karena fotonya cukup kelihatan enaklah ya dari segi visualnya, pasti orang-orang bakal tertarik sih. Terus juga ini kan yang di poster posternya itu cukup besarlah gambarnya, jadi sangat-sangat menarik perhatianlah.

Pewawancara: Kalau dari itunya Kak, informasinya, informasi yang disampaikan tuh Kakaknya cukup memahami enggak? Iya. Faiqy: Oke, untuk informasi pertama mungkin dari yang si posternya ini, ini cukup sangat dipahami karena kayak ada judul kopi susunya, terus ada penjelasan kayak *creamy*, *smooth*, *balance*, terus juga untuk dari menunya ini juga sangat-sangat mudah seperti ini ada kopi susu singgah, di bawah itu ada penjelasannya, jadi sudah sangat-sangat baguslah.

Pewawancara: Kalau tadi kan ini dari desainnya Kak, segala macam. Saya juga udah sempat jelasin Neru Coffee, Kak. Kalau menurut Kakak, ini tuh udah sesuai enggak sih sama si Neru itu sendiri memperkenalkan produk dan lain-lain tentang ruang singgah itu? Faiqy: Oke, untuk ruang singgah balik lagi ke yang tadi, karena udah mengambil konsep seperti hangat, terus juga ini ada eh ilustrasi-ilustrasi yang memeluk, dengan warnanya juga yang cukup mendukung gitu ya, jadi ini sudah sangat merepresentasikan Neru itu sendiri untuk menjadi tempat singgah gitu atau tempat nongkrong.

Pewawancara: Oke Kak, ini pertanyaan terakhir, Kak. Ada enggak sih kira-kira dari desain ini yang harus saya perbaiki? Faiqy: Emm mungkin ya, ini cuma mungkin satu aja sih. Mungkin kan ini yang di poster A3 atau nanti di *banner* kan ini bakal jadi eh foto yang besar ya. Pewawancara: Betul. Faiqy: Terus juga mungkin ini resolusinya bisa dinaikkan sedikit kalilah ya, gitu aja sih, tapi sebenarnya resolusi sudah sangat bagus, cuman mungkin akan akan lebih bagus jika dinaikkan sedikit aja, tapi *overall* udah bagus banget kok, gitu.

Pewawancara: Oke Kak, terima kasih. Ini ada sedikit kopi dari Neru. Iya. Faiqy: Terima kasih banyak, makasih Neru atas kopinya. Pewawancara: (*tertawa*)

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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Febri

Pewawancara: Halo kak.

Febri: Halo.

Pewawancara: Sebelumnya namanya siapa?

Febri: Nama saya Febri.

Pewawancara: Oke, Febri., jadi di sini saya lagi melakukan *testing* untuk keperluan tugas akhir. Terus jadi mengenai perancangan *marketing collateral* nih untuk brand klien saya, namanya Neru Coffee.

Febri: *Marketing collateral* tuh apa, Mas?

Pewawancara: *Marketing collateral* itu kayak sebuah satu kesatuan untuk promosi. Oke, oke. Nah, pada *marketing collateral* ini saya ada empat media. Yang pertama ada poster ini, ada buku menu, dan bisa dilihat nanti ada *mockup*-nya, ada *banner* sama *feed* Instagram. Heem. Oke. Jadi, sebelum ke pertanyaan pertama, jadi Neru Coffee ini sebuah *coffee shop* yang ingin dikenal sebagai ruang singgah, tempat untuk berhenti sejenak. Oke. Nah, jadi dia itu ingin terkesan hangat. Heem. Langsung aja terkesan hangat? Iya, betul. Oke. Langsung aja, kita ke pertanyaan pertama. Nih, menurut Febri nih, apakah desain ini mampu memberikan kesan nyaman, hangat, tenang, seperti tempat untuk beristirahat untuk sejenak?

Febri: Kalau dari warna ya, kalau dari warna pemilihan warnanya sih kalau buat sekadar nyaman dan hangat oke sih menurut saya. Mungkin agak bisa dilebih bikin oranye sedikit kali dibanding cokelat gini. Nah, saran saya itu mungkin. Terus kalau buat dari segi elemen grafis sih ini udah cukup oke sih ya kalau buat kayak ruang singgah karena kayak kesannya tuh *homey* banget gitu kayak mengajak gitu kalau dari elemen-elemen lainnya sama pemilihan *font*-nya. Heeh, sama pemilihan grafis-grafisnya sih udah okelah Mas, udah menggambarkan.

Pewawancara: Oke, berarti menurut anda ini udah masuk terkesan hangat belum dari desain yang udah saya buat?

Febri: Udah, udah cukup. Kan tadi saya bilang udah okelah kalau buat ini, elemen grafisnya.

Pewawancara: Nah, kalau dengan karakter Neru sendiri, itu udah mencerminkan belum kalau desain ini itu adalah desain dari sebuah *coffee shop*?

Febri: Dari logo, kalau dari logo sih udah. Tapi kalau dari elemen ya, kalau enggak ada foto, mungkin enggak sih Mas. Yang kayak tangan-tangan gini ini kayak lebih mirip kayak desain-desain buat kayak apa ya, romantis malah. Romantis? Iya, betul. Karena ada faktor pendukung dari fotonya sendiri, foto produk gini-gini sih

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

menggambarkan, Mas. Ini kalau dari elemennya dia terpisah misal gitu, itu enggak sih Mas, menurut saya.

Pewawancara: Oke, pertanyaan berikutnya, kalau dari Mas nih, dari tulisannya sendiri, *font*-nya ya, itu mudah dibaca enggak?

Febri: Udah, mudah, mudah. Udah, udah cukuplah readability-nya udah oke, oke.

Pewawancara: Kalau dari tata letak, udah nyaman belum? Sesuai dengan konsepnya Neru itu ruang singgah, dengan *background* tekstur tembok ini dan lain-lain. Kalau dari pemilihan warna, oh ini tata letak ya, tekstur gitu-gitu ya?

Febri: Emm... udah sesuai standarlah Mas kalau buat *coffee shop* sebagai ruang singgah atau kayak sebagai tempat nongkrong, cukup, cukup.

Pewawancara: Oke, tadi kan udah saya lihat juga tuh *mockup*-nya. Ada empat media. Kira-kira kalau dari empat media itu udah menjadi satu kesatuan konsep belum? Febri: Sudah, sudah. Sudah oke.

Pewawancara: Oke Mas, apakah desain ini membuat Masnya tertarik untuk mengunjunginya *coffee shop* Neru Coffee?

Febri: Fifty-fifty sih Mas. Saya orangnya enggak terlalu suka pilih-pilih tempat nongkrong juga sih. Selama saya lihat, kalau saya lihat kalau jujur ya, kalau ngebahas tempat *coffee shop* saya lihat bangunannya Mas, desainnya pendukunglah. Nah, gitu sih Mas kalau dari kacamata penikmat gitu.

Pewawancara: Oke, pertanyaan terakhir Mas, kalau dari Masnya nih kira-kira ada enggak sih yang perlu saya tingkatkan untuk atau saya perbaiki untuk desain saya kedepannya agar lebih cocok?

Febri: Mungkin perkuat elemen grafisnya aja sih Mas, menurut saya. Kalau dari elemen grafisnya kadang ini saya ngerasa satu kesatuan tapi kalau dihilangin fotonya agak kurang sih, gitu aja sih Mas. Oke. Kayak tangan-tangan yang ini nih Mas, ini kalau kagak ada kopi dia apa Mas? Dia... (*tertawa*) Tapi kalau untuk keseluruhan per grafis yang lainnya udah okelah, mungkin sesuaikan lagi aja elemen grafisnya.

Pewawancara: Oke. Thank you. Febri: Sama-sama.



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

Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 29 juni 2026

Narasumber : Adli

Pewawancara: Oke, eh selamat pagi. Perkenalkan dulu Kak, kalau boleh tahu namanya siapa?

Adli: Halo, iya. Nama saya Adli.

Pewawancara: Eh kalau boleh tahu dari mana, sebagai apa?

Adli: Saya karyawan rumah sakit.

Pewawancara: Oke. Ini Kak, langsung aja ke pertanyaan yang pertama nih. Menurut Kakaknya, apakah desain ini mampu memberikan kesan nyaman dan tenang seperti tempat untuk beristirahat sejenak?

Adli: Ee menurut saya ya, kalau dari desain terlihat nyaman, terlihat hangat, terus juga terlihat apa, kalau bahasa zaman sekarang tuh estetiklah.

Pewawancara: Oke Kak, eh pertanyaan kedua nih. Menurut Kakaknya nih, desain ini mampu merepresentasikan konsep ruang singgah sesuai konsepnya Neru yang pertama saya jelasin, yaitu tempat untuk berhenti sejenak?

Adli: Emm menurut saya sih eh merepresentasi, eh sangat merepresentasikan ya. Karena eh konsepnya ya pas saya lihat tuh kayak sangat pengen singgah di tempat ini.

Pewawancara: Oke Kak, selanjutnya. Kalau dari kesannya nih menurut Kakak, kesan dari desain ini tuh memberikan rasa personal kepada pengunjung yang datang enggak?

Adli: Rasa personal ya? Kalau rasa personal menurut saya sih lebih ke umum, lebih ke umum. Tapi lebih hangat, umum gitu sih.

Pewawancara: Oke Kak, lanjut. Kalau dari warna yang digunakan nih, apakah sudah memberikan kesan hangat dari warna yang saya gunakan? Ini warna cokelat, turunan cokelat seperti itu.

Adli: Oh warna ya. Warna menurut saya warnanya enggak berlebihan ya, enggak mencolok banget, enggak yang bikin mata sakit. Ini sangat nyaman dilihat, dan juga sangat, em sangat nyaman dilihat dan sangat enak dipandang sih.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari pemilihan *font* yang saya pilih nih, menurut Kakaknya mudah dibaca atau gimana?

Adli: *Font*-nya? Oh kalau *font* sih saya lihat dari jauh pun mudah, mudah dibaca. Enggak yang bikin samar-samar di mata gitu sih.

Pewawancara: Kalau untuk *font* yang *handwriting* ini menurut Kakak sedikit terganggu atau gimana nih? Dengan tulisan-tulisan di judul itu saya memakai *handwriting*.

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

Adli: Ee menurut saya sih mungkin untuk beberapa orang ada yang mengganggu, tapi menurut saya enggak sih. Karena ee bikin beda aja, bikin bagus aja.

Pewawancara: Kalau dari Kakaknya nih, desain yang tiga ini nih yang gede, menurut Kakak mampu enggak untuk merepresentasikan produk dari Neru itu sendiri dengan fotonya?

Adli: Ee kalau itu saya setuju sih, merepresentasikan banget ini. Dari sisi desainnya, dari hangatnya, dari warnanya, *font*-nya, semuanya sih, lumayan sih.

Pewawancara: Oke Kak, kalau secara *overall* nih desainnya kan tadi juga udah lihat *mockup*-nya ya. Menurut Kakak ini sudah sesuai belum dengan *coffee shop*? Gitu. Atau desain ini terlihat bukan *coffee shop* gitu?

Adli: Menurut saya ini udah sangat terlihat *coffee shop* di untuk di Jakarta, ya. Apalagi di Jakarta tuh yang *coffee shop-coffee shop* sekarang kan terkenal dengan estetik, ya ini terlihat sangat estetik menurut saya sih.

Pewawancara: Oke Kak, kalau dari penggunaan elemen-elemen yang tadi saya sudah kasih tahu di *mockup*, apakah menjadi satu kesatuan berkesinambungan atau masih ada yang menurut Kakak tuh "Ah, ini kayaknya nih masih kurang konsepnya ditekankan di sini," atau gimana?

Adli: Menurut saya sudah sesuai dengan semua *mockup* ya, enggak ada yang kurang nyambung atau apa. Udah sesuai dari segi warna, dari segi desainnya, dari segi *mockup*-nya, dari printilan-printilan yang lain, dari *font*, menurut saya cocok. Tidak ada yang perlu dikritik.

Pewawancara: Oke Kak, ini masuk ke pertanyaan terakhir nih Kak. Kira-kira nih kalau menurut Kakak nih, ada enggak sih masukan atau tambahan apa gitu biar desainnya tuh lebih baik kedepannya agar lebih cocok?

Adli: Kalau dari sisi desainnya, masukan dari sisi desain apa ya? Kayak kurang tahu sih saya, ya. Tapi kalau untuk orang awam seperti saya, ini sudah bagus, sudah bagus. Tapi perlu, mungkin perlu apa ya? Perlu enggak ada sih, ini udah bagus sih.

Pewawancara: Oke Kak, terima kasih atas waktunya. Ini ada sedikit kopi dari Neru.

Adli: Wah, terima kasih banyak Kak. Alhamdulillah dapat kopi.

Pewawancara: Oke, terima kasih.

LAMPIRAN III Dokumentasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

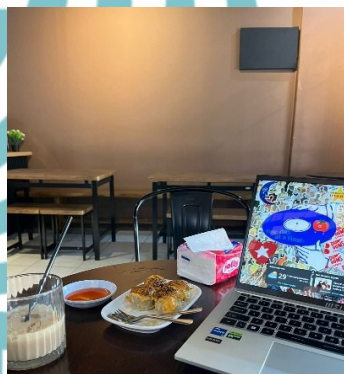




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

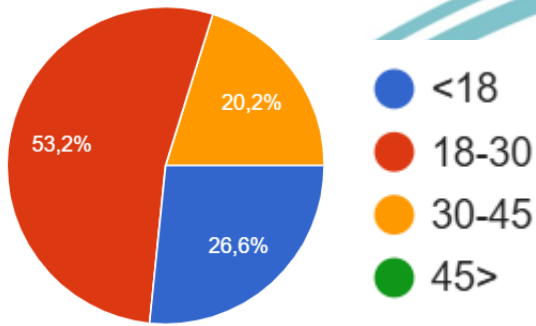
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

LAMPIRAN IV

Hasil Kuesioner untuk Consumer Insight

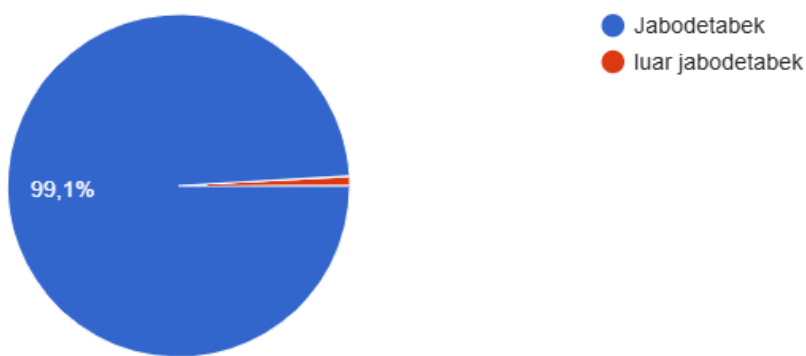
1. Usia

109 responden



2. Domisili

109 responden



Kebiasaan Konsumen

3. Seberapa sering Anda mengunjungi *coffee shop*?

Hak Cipta :

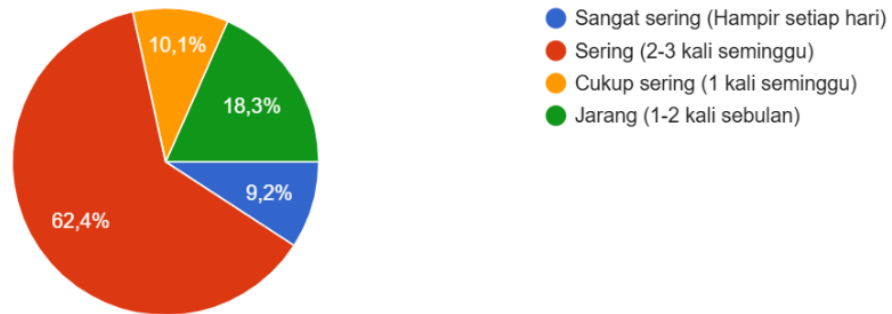
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

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

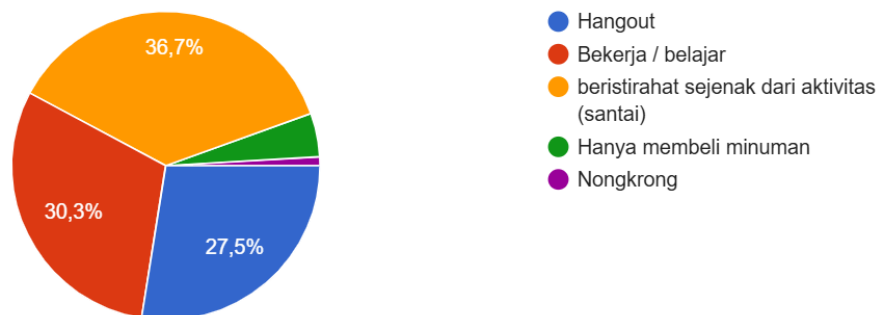
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

109 responden



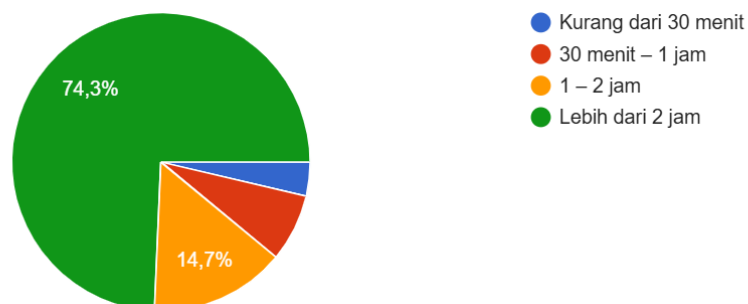
4. Apa tujuan utama Anda datang ke *coffee shop*?

109 responden



5. Berapa lama waktu yang biasanya Anda habiskan saat berkunjung ke *coffee shop*?

109 responden



6. Seberapa penting suasana tempat bagi Anda saat memilih *coffee shop*?

Hak Cipta :

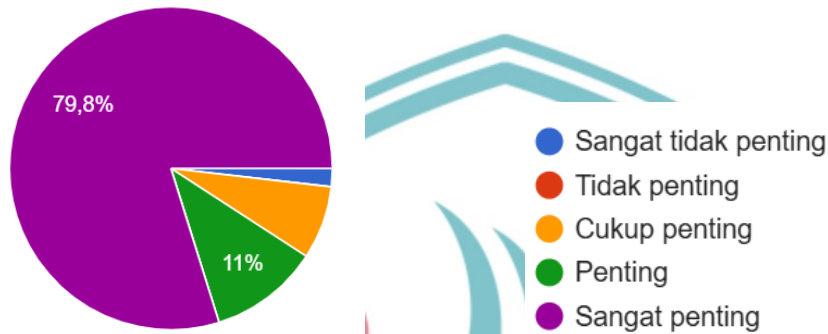
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

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

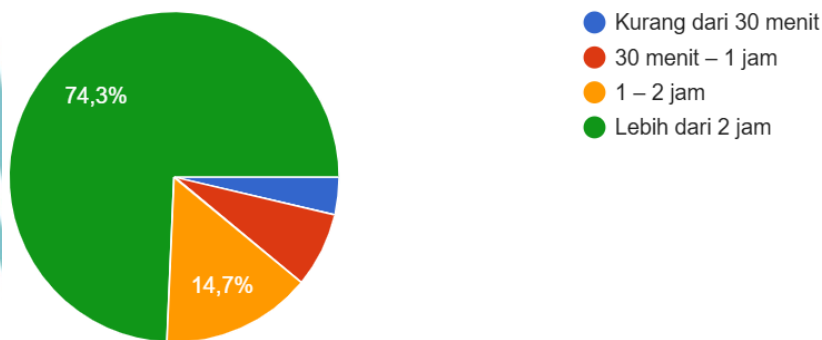
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

109 responden



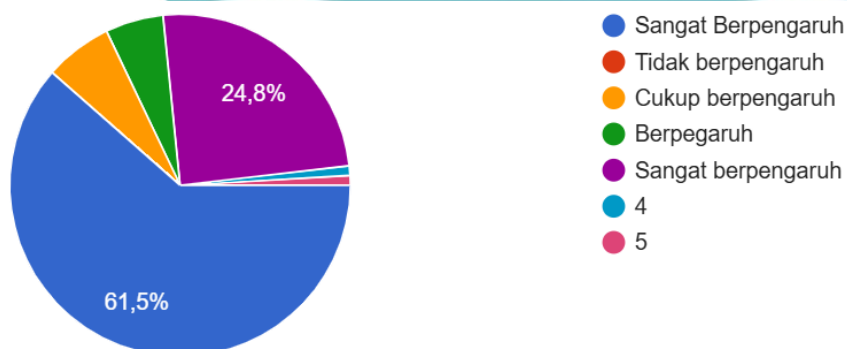
7. Dari mana Anda biasanya mengetahui sebuah *coffee shop*?

109 responde



8. Seberapa besar pengaruh tampilan *visual* (poster, sosmed, banner, menu) terhadap ketertarikan Anda?

109 responden

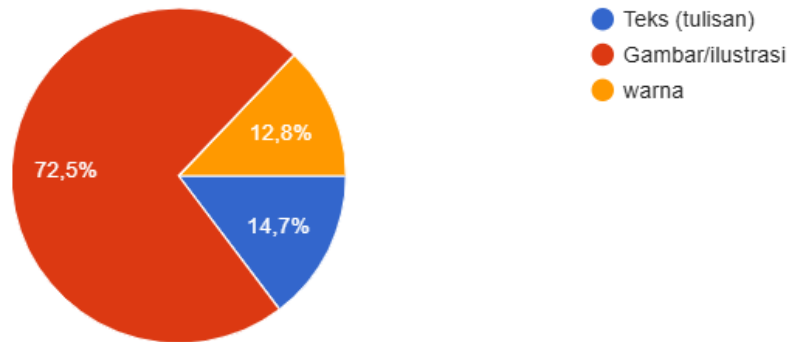


Hak Cipta :

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

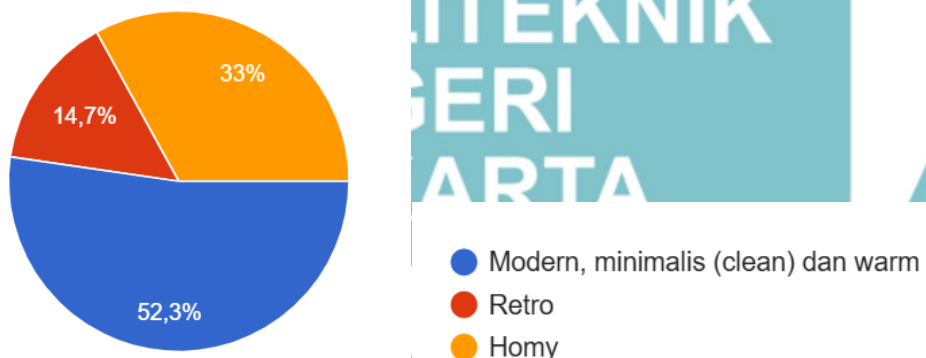
9. Menurut Anda, unsur apa yang paling penting dalam sebuah desain promosi agar menarik?

109 responden



10. Gaya desain seperti apa yang menurut Anda paling sesuai untuk menggambarkan suasana “ruang singgah” pada media promosi?

109 responden



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

11. Menurut Anda, apa yang terlintas dari istilah “ruang singgah”

Jawaban bebas

109 responden

Ruang buat istirahat singkat

ruang untuk berhenti seperti namanya singgah

Area buat berhenti sebentar tanpa ribet

menggambarkan sebuah tempat yang bersifat sementara namun nyaman, bukan tujuan akhir, melainkan titik istirahat di tengah perjalanan kehidupan; ia terasa hangat, aman, dan memberi ruang untuk pulih, merenung, atau sekadar berhenti sejenak sebelum melanjutkan langkah, sehingga tidak hanya sekadar ruang fisik, tetapi juga metafora bagi fase singkat yang bermakna dalam perjalanan seseorang.

Suasana hangat yang cocok dijadikan tempat singgah

ruang hangat bisa untuk santai menyendiri

menurut saya istilah "ruang singgah" bagi saya adalah tempat untuk merehatkan badan (chill) atau sebagai tempat beristirahatnya pikiran ketika cape bekerja, suntuk karena suasana pembelajaran perkuliahan sih

**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

ruang untuk berhenti seperti namanya singgah

Area buat berhenti sebentar tanpa ribet

menggambarkan sebuah tempat yang bersifat sementara namun nyaman, bukan tujuan akhir, melainkan titik istirahat di tengah perjalanan kehidupan; ia terasa hangat, aman, dan memberi ruang untuk pulih, merenung, atau sekadar berhenti sejenak sebelum melanjutkan langkah, sehingga tidak hanya sekadar ruang fisik, tetapi juga metafora bagi fase singkat yang bermakna dalam perjalanan seseorang.

Suasana hangat yang cocok dijadikan tempat singgah

tempat mampir atau nyantai sejenak

untukk menenangkan pikiran

Ruang buat duduk santai tanpa tekanan

Ruang untuk kabur sejenak dari realitas, nyaman dan tenang

Tempat buat recharge pikiran

tempat kabur sejenak dr realita hidup

tempat beristirahat sejenak dari segala bentuk aktivitas yang sedang dilakukan

suasananya cozy dan bikin betah

nyaman

NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN V

Hasil Cek Turnitin



© 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

8% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

7%	Internet sources
2%	Publications
0%	Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

LAMPIRAN VI

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



SAH'NUR

087774620736 | sahnurcarrier@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/sah-nur-9598412bb>

Graphic designer | Jakarta Selatan

Saya merupakan mahasiswa Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta yang memiliki minat pada bidang branding, visual identity, marketing collateral, dan digital campaign. Saya memiliki kemampuan dalam merancang solusi komunikasi visual yang kreatif dan strategis dengan memanfaatkan perangkat lunak Adobe Creative Cloud. Selama masa perkuliahan, saya telah memperoleh pengalaman melalui berbagai proyek Project Based Learning serta pengalaman profesional sebagai Graphic Designer dan video editor pada beberapa perusahaan dan klien. Selain itu, saya juga terbiasa bekerja secara kolaboratif dalam tim kreatif, mulai dari proses penyusunan konsep hingga implementasi desain sesuai kebutuhan klien.

Education

Politeknik Negeri Jakarta - Kota Depok, Jawa Barat 16425 <i>Diploma in DesainGrafis</i> - Fokus pada desain visual, branding, dan media digital. - Aktif berpartisipasi dalam proyek kolaborasi.	Aug 2022 -
SMK Negeri 6 Jakarta - Jakarta selatan <i>SeniorHighSchool, Multimedia</i>	Jul 2019 - Jul 2022

Work Experiences

MiD Creative Agency <i>Video Editor / VideoGrapher</i> - Membuat kebutuhan video untuk brand - Shooting untuk kebutuhan brand	Aug 2025 - Present
PT. Selamat Makan Indonesia <i>Desainer inhouse</i> - Mengembangkan konsep visual dan materi promosi untuk brand Ondelightful. - Mengelola media sosial dan menyusun rencana konten Instagram. - Menyusun rencana konten harian/mingguan dan membuat copywriting untuk postingan kampanye.	Mar 2025 - Jan 2026
Ondelightful <i>Konten Planner</i> - Mengembangkan konsep visual dan materi promosi untuk brand Ondelightful. - Mengelola media sosial dan menyusun rencana konten Instagram. - Menyusun rencana konten harian/mingguan dan membuat copywriting untuk postingan kampanye.	Sep 2024
La Suntu Tastio <i>desainerlayout& konseptor</i> - Merancang tata letak buku untuk media promosi klien. - Membuat konsep visual yang menarik dan sesuai dengan identitas brand. - Mengelola proses desain dari awal hingga akhir untuk memastikan hasil optimal.	Apr 2024 - Aug 2024
Deisha Keisha <i>Desainerpackaging & konseptor</i> - Mendesain struktur dan tampilan box untuk produk - Menyusun konsep desain packaging yang inovatif dan fungsional. - Konseptor dan berkolaborasi dengan tim produksi untuk memastikan hasil desain dapat diimplementasikan.	Oct 2023 - Apr 2024
Monthy kitchen <i>Desainer layout &konseptor</i> - Membuat desain label produk dengan tata letak yang efektif. - Mengembangkan konsep visual sesuai dengan branding produk. - Menghadirkan solusi desain yang memperkuat identitas brand.	Mar 2023 - Jul 2023

Skills and Achievements

- Soft Skills:** mengoperasikan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Lightroom, Figma,
- Hard Skills:** bekerja sama dengan tim, mudah beradaptasi, paham dengan sosial media
- Achievements** (2021): Juara 1 lomba desain poster tingkat SMK
- Achievements** (2022): Sertifikat (Lembaga Sertifikasi Profesi)