© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KEDAI BABEH SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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

Oleh:
Flandi Hefriza Suwardi
2206421087

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK
2026

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Perancangan *Marketing Collateral* Untuk Kedai Babeh sebagai Media Promosi
Penulis	: Flandi Hefriza Suwardi
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, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KEDAI BABEH SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:
Flandi Hefriza Suwardi
2206421087

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Ardyta Praviasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

Penguji II

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

Ketua Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Penerbitan Penerbitan

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

© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KEDAI BABEH SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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.

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Depok, 08 Juli 2026
yang menyatakan

Flandi Hefriza Suwardi
2206421087

© 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

ABSTRAK

Perkembangan industri kuliner di Indonesia yang pesat menuntut pelaku usaha untuk memiliki identitas visual dan media promosi yang konsisten guna memperkuat daya saing merek di pasar. Fenomena ini tercermin pada Kedai Babeh, sebuah usaha kuliner berkonsep semi-cafe *outdoor* yang menghadapi kendala berupa ketidakkonsistenan media promosi sehingga karakter merek dan pesan promosi belum tersampaikan secara optimal kepada konsumen. Penelitian ini bertujuan merancang *marketing collateral* sebagai media promosi yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan promosi Kedai Babeh. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods* dengan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi literatur. Proses perancangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *testing*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perancangan menghasilkan media promosi berupa konten media sosial, poster, menu, dan *tripod banner* dengan penerapan *key visual* yang konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, elemen grafis, tata letak, dan fotografi produk sehingga mampu menciptakan tampilan visual yang lebih menarik, informatif, dan terintegrasi. Sebagai simpulan, perancangan *marketing collateral* ini mampu memperkuat identitas visual dan *brand image* Kedai Babeh serta mendukung penyampaian informasi promosi secara lebih efektif.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, *Brand Image* dan Usaha Kuliner.

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

ABSTRACT

The rapid growth of Indonesia's culinary industry requires business owners to establish a consistent visual identity and promotional media to strengthen their brand competitiveness in the market. This phenomenon is reflected in Kedai Babeh, a semi-outdoor café-style culinary business that faces challenges due to inconsistent promotional media, resulting in its brand character and promotional messages not being conveyed optimally to consumers. This study aims to design marketing collateral as promotional media that aligns with the characteristics and promotional needs of Kedai Babeh. The research employed a mixed-methods approach, with data collected through observation, interviews, questionnaires, and literature review. The design process was carried out using the Design Thinking method, which consists of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. The results indicate that the design produced promotional media in the form of social media content, posters, menus, and tripod banners by consistently applying key visual elements through the use of color, typography, graphic elements, layout, and product photography, resulting in a more attractive, informative, and integrated visual appearance. In conclusion, the designed marketing collateral strengthens Kedai Babeh's visual identity and brand image while supporting more effective delivery of promotional information.

Keywords: *Marketing Collateral, Promotional Media, Brand Image, Culinary Business.*

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

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas selesainya Tugas Akhir berjudul "PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KEDAI BABEH SEBAGAI MEDIA PROMOSI". Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa kelancaran penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkanain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Nabila Fajrina, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds., M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Muhammad Daud Ibrahim selaku owner Kedai Babeh yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan dalam pelaksanaan Tugas Akhir ini.
8. Keluarga tercinta yang selalu memberikan doa, dukungan, dan semangat.
9. Sahabat serta rekan-rekan seperjuangan Program Studi Desain Grafis angkatan 2022 yang telah memberikan dukungan dan menjadi teman diskusi.

© 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 laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan laporan ini.

Depok, 8 Juli 2026

Flandi Hefriza Suwardi

© 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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR……ii
LEMBAR PENGESAHAN……..iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR…….. iv
ABSTRAK……..v
ABSTRACT……..vi
PRAKATA……vii
DAFTAR ISI……..ix
DAFTAR GAMBAR……xi
DAFTAR TABEL……xiii
DAFTAR LAMPIRAN……..xiv
BAB I PENDAHULUAN……...1
1.1 Latar Belakang…… 1
1.2 Rumusan Masalah…… 3
1.3 Ruang Lingkup……3
1.4 Tujuan & Manfaat…… 4
a. Tujuan……...4
b. Manfaat…… 4
1.5 Sistematika Penulisan…….. 5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN……..7
2.1 Media Promosi…… 7
2.1.1 Fungsi Media Promosi…… 8
2.1.2 Jenis-Jenis Media Promosi……..9
2.2 Marketing Collateral…….. 12
2.3 Prinsip Desain…… 12
2.4 Tipografi……13
a. Klasifikasi Huruf…… 14
b. Prinsip Tipografi…… 15
2.5 Warna……16
a. Kategori Warna Teknis……16
b. Harmoni dan Skema Warna……17
2.6 Layout…… 19
2.7 Gambar……...20
1. Fotografi……20
2. Ilustrasi……...21
2.8 Key Visual……...21
a. Fungsi Key Visual……... 22
b. Prinsip Key Visual…… 22
2.9 Design Thinking…… 23
2.10 Mind Map & Mood Board……... 24
BAB III METODE PERANCANGAN……...27
3.1 Metode Penelitian……...27

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

3.2 Data dan Analisis..... 30
3.2.1 Profil Klien..... 30
3.2.2 Product Knowledge..... 32
3.2.3 Target Audience..... 35
3.2.4 Kompetitor..... 36
3.2.5 Consumer Insight..... 39
3.2.6 Positioning..... 42
3.2.7 Analisis SWOT..... 44
3.3 Arahan Kreatif..... 46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN..... 49
4.1 Konsep Visual..... 49
4.1.1 Mind Map..... 49
4.1.2 Moodboard..... 50
4.2 Proses Desain..... 51
4.2.1 Sketsa Thumbnail..... 52
4.2.2 Sketsa Manual..... 52
4.2.3 Desain Komprehensif..... 54
4.2.4 Desain Terpilih..... 57
4.2.5 Prototype..... 61
4.2.6 Testing..... 62
4.2.7 Final Art Work..... 64
4.3 Marketing Collateral..... 65
4.3.1 Tripod Banner..... 66
4.3.2 Poster..... 67
4.3.3 Menu..... 68
4.3.4 Desain Media Sosial Instagram..... 69
4.4 Pertimbangan Produksi..... 70
BAB V PENUTUP..... 73
5.1 Simpulan..... 73
5.2 Saran..... 74
DAFTAR REFERENSI..... 76
LAMPIRAN..... 82

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Teori 7
Gambar 2.2 Poster..... 10
Gambar 2.3 Banner..... 10
Gambar 2.4 Menu..... 11
Gambar 2.5 Serif Font..... 14
Gambar 2.6 Sans Serif Font..... 15
Gambar 2.7 Monokromatik Harmoni Warna..... 17
Gambar 2.8 Analog Harmoni Warna..... 17
Gambar 2.9 Komplementer Harmoni Warna..... 18
Gambar 2.10 Triadik Harmoni Warna..... 18
Gambar 2.11 Tetradik Harmoni Warna..... 18
Gambar 2.12 Fotografi..... 20
Gambar 2.13 Ilustrasi..... 21
Gambar 2.14 Design Thinking Proses..... 23
Gambar 2.15 Mind Map..... 25
Gambar 2.16 Mood Board..... 25
Gambar 3.1 Logo Kedai Babeh..... 30
Gambar 3.2 Kedai Babeh..... 31
Gambar 3.3 Menu Kedai Babeh..... 32
Gambar 3.4 Banner Kedai Babeh..... 33
Gambar 3.5 Media Sosial Instagram Kedai Babeh..... 33
Gambar 3.6 Produk Pisang Babeh Kedai Babeh..... 34
Gambar 3.7 Profile Instagram Warunk Wow KWB..... 36
Gambar 3.8 Profile Instagram Savio Coffee..... 37
Gambar 3.9 Profile Instagram Rileks Kafe 21..... 38
Gambar 3.10 Preferensi Tema Desain, Font & Layout Responden 41
Gambar 3.11 Positioning Kedai Babeh..... 43
Gambar 4.1 Mind Map..... 50
Gambar 4.2 Mood Board..... 51
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail..... 52
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1..... 53
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2..... 53
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3..... 54
Gambar 4.7 Desain Komprehensi 1..... 55
Gambar 4.8 Desain Komprehensi 2..... 56
Gambar 4.9 Desain Komprehensi 3..... 57
Gambar 4.10 Desain Terpilih..... 58
Gambar 4.11 Kode Warna..... 60
Gambar 4.12 Font Humane..... 61
Gambar 4.14 Font Montserrat Thin..... 61
Gambar 4.15 Mock Up Digital Tripod Banner & Sosial Media 62
Gambar 4.16 Prototype Cetak Menu & Poster..... 62

Gambar 4.17 FAW Desain..... 65
Gambar 4.18 Tripod Banner Desain..... 67
Gambar 4.19 Poster Desain..... 68
Gambar 4.20 Menu Desain 69
Gambar 4.21 Media Sosial Instagram Desain..... 70

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© 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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Target Audience……..35
Tabel 3.2 Analisis SWOT……...44
Tabel 3.3 Creative Brief……. 46
Tabel 4.1 Kelebihan & Kekurangan Testing…….. 64
Tabel 4.2 Estimasi Biaya Produksi Media Promosi……... 72

© 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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara..... 82
Lampiran 2 Hasil Kuesioner..... 100
Lampiran 3 Dokumentasi Riset..... 113
Lampiran 4 Logbook Bimbingan Ta..... 114
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....115
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....117

© 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

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kuliner di Indonesia dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan pertumbuhan yang pesat. Berdasarkan data GAPMMI, sektor ini mencatat pertumbuhan hingga 6,49% pada kuartal III-2025. Kondisi ini turut mengubah fungsi kafe yang tidak lagi sekadar sebagai tempat konsumsi, tetapi juga sebagai ruang interaksi sosial (Tirus & Nuralam, 2025). Perubahan tersebut mendorong pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada kualitas produk, tetapi juga pada pengalaman merek dan konsistensi visual sebagai pembeda (Cuaca dkk., 2023).

Namun, tidak semua pelaku usaha mampu memenuhi tuntutan tersebut secara optimal. Hal ini terlihat pada Kedai Babeh di Sukmajaya, Depok. Usaha ini awalnya merupakan kaki lima yang kemudian berkembang menjadi kedai semi-kafe dengan konsep *outdoor* yang hangat. Meskipun memiliki potensi tersebut, Kedai Babeh belum memiliki sistem media promosi yang terstruktur. Media seperti menu, poster, banner, dan konten media sosial masih belum terintegrasi dalam satu kesatuan visual, sehingga karakter dan pesan merek belum tersampaikan secara optimal (Anggraini & Sukaris, 2023). Akibatnya, jangkauan konsumen Kedai Babeh masih terbatas pada area sekitar kedai saja, meskipun jumlah pengunjung cukup ramai. Di sisi lain, konsep sebagai tempat nongkrong *outdoor* yang cozy dan santai belum tersampaikan secara jelas. Padahal, tanpa konsistensi visual, identitas usaha akan sulit dikenali sebagai keunggulan kompetitif (Yani dkk., 2023).

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan perancangan media promosi yang mampu menyatukan berbagai elemen visual dan menyampaikan pesan secara konsisten melalui pendekatan marketing collateral (Nazhif & Nugraha, 2023). Saat ini, perbedaan tampilan antar media membuat konsep yang ingin ditonjolkan

belum tersampaikan dengan baik. Dampaknya, Kedai Babeh belum memiliki pembeda yang kuat, khususnya dalam menonjolkan konsep ruang terbuka sebagai daya tarik utama. Dalam konteks ini, *key visual* berperan sebagai elemen utama yang menjadi acuan dalam pengembangan berbagai media promosi. *Key visual* berfungsi untuk menciptakan kesatuan tampilan visual yang konsisten melalui penggunaan warna, tipografi, gaya ilustrasi, serta elemen grafis yang merepresentasikan karakter *brand* (Usman, 2025). Dengan adanya *key visual* yang jelas, pesan yang ingin disampaikan dapat lebih terarah dan memudahkan konsumen dalam mengenali karakter Kedai Babeh.

Sejalan dengan itu, penelitian oleh Bandhesa dkk., (2025) menyatakan bahwa kurangnya media promosi yang efektif dapat menurunkan kesadaran merek serta menyulitkan diferensiasi suatu usaha di tengah persaingan. Penelitian lain oleh Li dkk., (2022) juga menunjukkan bahwa *marketing collateral* memiliki pengaruh terhadap pembentukan *brand image* dan persepsi konsumen. Namun, kedua penelitian tersebut masih menunjukkan keterbatasan. Perancangan media promosi yang dilakukan belum menunjukkan kesatuan visual yang konsisten. Selain itu, kajian mengenai *marketing collateral* masih berfokus pada analisis pengaruh tanpa mengarah pada proses perancangan desain secara langsung.

Hal ini menunjukkan adanya *research gap* yang perlu diisi, khususnya dalam konteks perancangan *marketing collateral* yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengoptimalkan penerapan identitas visual yang sudah dimiliki agar lebih konsisten dan terintegrasi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya mengisi celah tersebut melalui perancangan media *marketing collateral* untuk Kedai Babeh dengan menggunakan metode *Design Thinking*. Melalui pendekatan ini, diharapkan dapat dihasilkan solusi desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga strategis dan relevan dengan kebutuhan pengguna serta karakter *brand* yang telah ada. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi nyata dalam pengembangan sistem komunikasi visual pada UMKM, khususnya dalam menciptakan *brand image* yang lebih konsisten dan kompetitif di tengah persaingan industri kuliner yang semakin dinamis.

© 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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang mengenai ketidakseragaman visual pada media promosi Kedai Babeh, penelitian ini berangkat dari permasalahan kurangnya konsistensi visual. Kondisi tersebut berdampak pada kurang optimalnya penyampaian pesan promosi dan komunikasi visual *brand*. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini ditetapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan *brand* Kedai Babeh?
2. Bagaimana penerapan metode *to Thinking* serta teori dan prinsip desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* untuk menciptakan tampilan visual yang seragam serta memperkuat *key visual* Kedai Babeh?
3. Bagaimana mengimplementasikan hasil perancangan *marketing collateral* ke dalam media cetak dan media digital agar tercipta komunikasi promosi yang efektif, konsisten, dan selaras dengan identitas visual Kedai Babeh?

1.3 Ruang Lingkup

Untuk membatasi pembahasan agar tetap sesuai dengan fokus penelitian, ruang lingkup perancangan dalam penelitian "Perancangan *Marketing Collateral* untuk Kedai Babeh sebagai Media Promosi" dibatasi pada beberapa aspek berikut. Adapun ruang lingkup yang dibahas dalam penelitian ini meliputi:

1. Proses perancangan difokuskan pada pengembangan elemen visual seperti tata letak, tipografi, warna, dan gaya visual melalui media *marketing collateral* Kedai Babeh guna menciptakan tampilan yang seragam. Perancangan ini tidak mencakup pembuatan ulang logo utama maupun analisis efektivitas promosi secara kuantitatif.
2. Pengaplikasian desain menggunakan metode *Design Thinking* yang dipadukan dengan teori serta prinsip desain grafis sebagai dasar dalam proses perancangan *marketing collateral* untuk menghasilkan media promosi yang sesuai dengan karakter *brand* Kedai Babeh.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

3. Proses penerapan desain pada berbagai media *marketing collateral* seperti poster, menu, banner, dan feed Instagram yang disesuaikan dengan kebutuhan promosi Kedai Babeh.

1.4 Tujuan & Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini memiliki tujuan dan manfaat yang ingin dicapai melalui proses perancangan *marketing collateral* dari penelitian tugas akhir ini, yaitu :

a. Tujuan

Penelitian ini diharapkan memberikan tujuan sebagai berikut:

1. Menghasilkan rancangan *marketing collateral* yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan promosi Kedai Babeh.
2. Menerapkan metode *Design Thinking* serta teori dan prinsip desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* guna membangun konsistensi desain visual dan memperkuat karakter visual Kedai Babeh.
3. Mengimplementasikan hasil perancangan *marketing collateral* ke dalam media promosi cetak dan digital yang efektif serta selaras dengan strategi komunikasi visual Kedai Babeh.

b. Manfaat

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoretis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah referensi serta memperkaya kajian dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk memperkuat *key visual* pada usaha kuliner berskala UMKM.

2. Manfaat Praktis

   Penelitian ini memberikan manfaat praktis bagi praktik desain grafis maupun bagi klien, yaitu Kedai Babeh. Dalam konteks praktik desain grafis, hasil perancangan ini dapat menjadi contoh penerapan teori dan prinsip desain dalam pengembangan media promosi yang terintegrasi, sekaligus menjadi acuan dalam pengerjaan proyek *branding* dan *marketing*

© 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

collateral pada usaha sejenis. Bagi Kedai Babeh, perancangan ini memberikan solusi berupa *marketing collateral* yang terintegrasi guna memperkuat visual desain, meningkatkan konsistensi komunikasi visual, serta mendukung kegiatan promosi secara lebih konsisten dan profesional.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai alur dan isi Laporan Tugas Akhir secara keseluruhan. Melalui bagian ini, pembaca dapat memahami secara ringkas struktur pembahasan yang disajikan dari awal hingga akhir penelitian. Adapun susunan penulisan dalam laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan dasar pemikiran dilaksanakannya perancangan, yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Pada bagian ini dijelaskan alasan dan urgensi perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk membangun konsistensi visual dan memperkuat memperkuat desain visual usaha.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi kajian teori dan konsep yang mendukung proses perancangan. Pembahasan mencakup teori promosi, konsep *marketing collateral*, *brand image*, prinsip-prinsip desain grafis, serta pendekatan design thinking yang digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan dan metode yang digunakan dalam penelitian serta proses perancangan. Di dalamnya meliputi teknik

pengumpulan data, analisis permasalahan, pengembangan konsep desain, hingga tahapan perwujudan karya menggunakan pendekatan *design thinking*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahapan dalam merancang desain marketing collateral untuk Kedai Babeh. Proses dimulai dari eksplorasi ide melalui pembuatan *mind map* dan *moodboard*, dilanjutkan dengan pengembangan sketsa secara manual maupun digital. Setelah itu, dilakukan penyusunan desain komprehensif, pemilihan desain akhir, serta pengaplikasian desain ke berbagai media turunan yang berfungsi sebagai alat bantu dalam kegiatan promosi.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil proses perancangan desain marketing collateral untuk Kedai Babeh, yang bertujuan sebagai media promosi.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© 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

BAB V
PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan *marketing collateral* untuk kedai babeh sebagai media promosi, diperoleh beberapa simpulan yang sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan perancangan. Adapun simpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Perancangan *marketing collateral* telah menghasilkan rancangan media promosi yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan promosi Kedai Babeh. Proses perancangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri atas tahapan *empathize, define, ideate, prototype,* dan *test*. Pada tahap *empathize*, data diperoleh melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, dan studi literatur untuk memahami karakter brand, kebutuhan promosi, serta permasalahan visual Kedai Babeh. Selanjutnya pada tahap *define* dilakukan analisis SWOT dan penyusunan arahan kreatif sebagai dasar pengembangan konsep visual. Tahap *ideate* menghasilkan berbagai alternatif ide melalui *mind map*, *moodboard*, sketsa, desain komprehensif, hingga desain terpilih yang kemudian diwujudkan dalam bentuk *prototype* dan diuji pada tahap *test* sebelum disempurnakan menjadi *Final Artwork*. Berdasarkan proses tersebut dihasilkan konsep visual yang merepresentasikan karakter Kedai Babeh sebagai kedai makan semi-*café* dengan suasana hangat, santai, modern. Konsep tersebut diwujudkan melalui penerapan elemen desain berupa tekstur *log wood* sebagai representasi material alami dan suasana hangat, efek *frosted glass* untuk memberikan kesan modern sekaligus membantu menonjolkan informasi utama, serta *dynamic* layout dan font yang menciptakan komposisi visual yang lebih dinamis. Konsep visual tersebut juga didukung oleh penggunaan fotografi produk, palet warna identitas brand Kedai Babeh yang hangat, tipografi bold *sans-serif* humane, dan *key visual* yang diterapkan secara konsisten sehingga menghasilkan rancangan

© 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

marketing collateral yang sesuai dengan karakter dan kebutuhan promosi Kedai Babeh.

2. Penerapan metode *Design Thinking* yang didukung oleh teori dan prinsip desain grafis berhasil membangun konsistensi desain visual serta memperkuat *key visual* Kedai Babeh pada seluruh media *marketing collateral*. Konsistensi tersebut diwujudkan melalui penggunaan warna identitas bran Kedai Babeh, tipografi bold *sans serif*, fotografi produk, tekstur *log wood*, efek *frosted glass*, *dynamic layout* dan *font*, serta elemen grafis yang diterapkan secara berkesinambungan pada setiap media promosi. Selain itu, penerapan prinsip desain seperti *hierarchy*, *unity*, *balance*, *emphasis*, dan *readability* menghasilkan penyusunan informasi yang lebih terstruktur, mudah dipahami, serta mampu menciptakan tampilan visual yang seragam. Dengan demikian, penerapan metode *Design Thinking* yang dipadukan dengan teori dan prinsip desain grafis berhasil memperkuat karakter visual dan identitas Kedai Babeh sebagai satu kesatuan sistem komunikasi visual.
3. Hasil perancangan telah diimplementasikan ke dalam media promosi cetak dan media digital yang meliputi tripod banner, poster, menu, dan Instagram Feeds sebagai satu kesatuan sistem *marketing collateral*. Seluruh media menerapkan konsep visual dan *key visual* yang sama melalui penggunaan warna, tipografi, fotografi produk, elemen grafis, tekstur *log wood*, efek *frosted glass*, serta *dynamic layout* dan *font* sehingga tercipta komunikasi promosi yang efektif, konsisten, dan selaras dengan identitas visual Kedai Babeh. Implementasi tersebut menunjukkan bahwa penerapan sistem visual yang konsisten mampu meningkatkan daya tarik media promosi, mempermudah audiens dalam mengenali karakter brand, serta mendukung strategi komunikasi visual Kedai Babeh secara lebih profesional dan berkelanjutan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan *marketing collateral* untuk kedai babeh sebagai media promosi, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi

bahan pertimbangan untuk pengembangan media promosi di masa mendatang, yaitu sebagai berikut.

1. Bagi Kedai Babeh, disarankan untuk menerapkan seluruh media promosi yang telah dirancang secara konsisten pada setiap kegiatan promosi. Konsistensi penggunaan *key visual*, seperti warna, tipografi, elemen grafis, dan gaya penyajian konten, diharapkan dapat memperkuat citra merek (*brand image*) serta meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) di kalangan masyarakat.
2. Bagi peneliti atau perancang selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan perancangan *marketing collateral* dengan menambahkan variasi media promosi yang lebih beragam serta melakukan evaluasi terhadap efektivitas media yang telah diterapkan. Dengan demikian, hasil perancangan dapat terus disesuaikan dengan perkembangan tren desain, kebutuhan pasar, dan perilaku konsumen sehingga strategi promosi menjadi lebih efektif.

© 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

DAFTAR REFERENSI

Acar Büyükpehlivan, G. (2024). THE IMPORTANCE AND USE OF TYPOGRAPHY IN PRINT AND DIGITAL DESIGN. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*. https://doi.org/10.12981/mahder.1526320

Akbar, M. A. Z., Pratishara, G., & Wibowo, A. A. (2023). ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE: POSTER IKLAN MCDONALD'S SERI FATHER'S DAY. *MIMESIS*, *4*(1), 39–49. https://doi.org/10.12928/mms.v4i1.7155

Anggarini, A., & Pramesti, R. D. (2025). *PENGEMBANGAN METODE KREATIF: INTEGRASI MIND MAP DAN MOOD BOARD DALAM PEMECAHAN MASALAH DESAIN GRAFIS*.

Anggraini, P. N. & Sukaris. (2023). *Pengelolaan Media Sosial Instagram, Tiktok Dan Facebook Sebagai Sarana Digital Marketing Di Restoran Ayam Geprek Mangsoetta*.

Anugrafianto, T. R. (2025). *Desain Komunikasi Visual dalam Strategi Branding di Era Digital: Pendekatan Media dan Komunikasi*.

Bandhesa, P. D. W., Nandaryani, N. W., & Pratama, I. G. Y. (2025). Perancangan Identitas Visual dan Media Promosi UMKM Novita Online Shop untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, *4*(1), 158–173. https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i1.4699

Cuaca, M. A., Warjoyo, J. G., & Darmo, B. (2023). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEBUAH USAHA ELEKTRONIK RUMAH

TANGGA. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, *12*(1), 26. https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.43358

Dabner, D., Stewart, S., & Vickress, A. (2017). *Graphic Design School: The Principles and Practice of Graphic*. John Wiley & Sons.

Davis, D. (2016). *Creative Strategy and the Business of Design*. HOW Books.

Dewi, N. K. (2023). ANALISIS KEMAMPUAN MENDESAIN POSTER BERTEMA SENI BUDAYA NTB PADA MAHASISWA CALON GURU SEKOLAH DASAR. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, *12*(1), 84. https://doi.org/10.24114/gr.v12i1.43654

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.

Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: "#KwentongJollibee" Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, *4*(1), 264–272. https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28

Loupatty, F. J. I. (2022). Strategi Komunikasi di Masa Pandemi COVID-19 dengan menggunakan Komunikasi Non-verbal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, *10*(1), 1. https://doi.org/10.30659/jikm.v10i1.19642

Lukito, B., Daniar *, A., & Synakarya, B. S. (2024). PERANCANGAN DESAIN BUKU MENU UNTUK UMKM WARUNG BU IKA BLENDERAN KOPI. *SYNAKARYA Visual Communication Design Student Journal*, *5*(1), 35–44. https://doi.org/10.33005/synakarya.v5i1.113

Lutfiani, N., Aini, Q., Rahardja, U., Septiani, N., & Gunawan, I. K. (2023). Desain Aplikasi Software as a Service sebagai Layanan Perbelanjaan

© 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

Online. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *9*(02), 181–194. https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.5242

Mahyuddin, N., & Isratati, Y. (2023). E-Comic Sosial Budaya Berbasis Pembelajaran Elemen Jati Diri untuk Pengembangan Pelajar Pancasila Anak Usia Dini. *Jurnal Obsesi : Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, *7*(3), 3395–3406. https://doi.org/10.31004/obsesi.v7i3.4594

Nazhif, M. N., & Nugraha, I. (2023). BRANDING UMKM UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK ECOPRINT ANDIN COLLECTION. *SELAPARANG: Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, *7*(1), 261. https://doi.org/10.31764/jpmb.v7i1.12673

Nelson, D., & Yoedtadi, M. G. (2024). Tantangan PR dalam Mempromosikan Kawasan Bintan Resorts di Masa Pandemi Covid-19. *Prologia*, *8*(1), 10–17. https://doi.org/10.24912/pr.v8i1.21535

Philipp, S. M., & Zander, K. (2025). A conceptual framework and review explaining the role and potential of product marketing in preserving traditional cultural landscapes. *Frontiers in Sustainable Food Systems*, *9*, 1638485. https://doi.org/10.3389/fsufs.2025.1638485

Pranogyo, A. B. (2023). DAMPAK KEPERCAYAAN PELANGGAN, LOKASI DAN PROMOSI ATAS KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN JASA PENGIRIMAN. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, *25*(1), 14–25. https://doi.org/10.23917/dayasaing.v25i1.21022

Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media Marketing Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan Brand Image

© 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

Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, *4*(2), 239–252. https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122

Ratna, L. S., Gabe Lorinsius Sinaga, Andhika Prasetya Wirawan, Mohammad Reyhan Fadh, Serafim Serafim, Ade Syahputra Pratama, Surya Atmaja, Putri Amalia, Ridha Caesarani Pradani, & Difa Putri Auliya. (2025). Optimalisasi Promosi UMKM Sepinggan Baru Melalui Pemasangan Banner KKN. *Aksi Nyata : Jurnal Pengabdian Sosial dan Kemanusiaan*, *2*(2), 29–39. https://doi.org/10.62383/aksinyata.v2i2.1248

Rohmah, N. A. L., Dwitasari, P., Wahyurini, O. D., & Sayatman, S. (2023). Buku Ilustrasi sebagai Media Pengenalan Tradisi Budaya Gresik bagi Anak Usia Sekolah Dasar. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, *8*(04), 535–547. https://doi.org/10.33633/andharupa.v8i04.6628

Salam, R., & Kho, A. (2023). Pengaruh Manajemen Pemasaran Virtual Terhadap Produk UMKM. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan dan Teknologi Informasi*, *1*(2), 198–207. https://doi.org/10.34306/mentari.v1i2.272

Sari, W. P., Sholihah, Z., & Masali, F. (2023). DIGITAL BRANDING UMKM MELALUI KOMUNIKASI VISUAL. *Jurnal ABDI: Media Pengabdian Kepada Masyarakat*, *8*(2), 129–134. https://doi.org/10.26740/abdi.v8i2.15923

Setiari, D. A. S., & Ekawati, N. W. (2022). PERAN IKLAN DAN BRAND AWARENESS TERHADAP NIAT BELI PENGGUNA TOKOPEDIA

© 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

PADA PASCA COVID-19. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, *11*(8), 1550. https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2022.v11.i08.p06

Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis Tipografi Dan Tata LetakTerhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, *8*(1).

Setyowati, R., & Rohmah, A. N. (2022). Peningkatan Promosi Melalui Fotografi Produk Dengan Smartphone Pada Bukuan Fried Chicken (BFC). *Jurnal Pengabdian Masyarakat Akademisi*, *1*(3), 75–82. https://doi.org/10.54099/jpma.v1i3.236

Stone, T. L., Adams, S., & Morioka, N. (2017). *Color Design Workbook*.

Sukmanawati, S., & Purwati, S. (2022). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN GRAB. *Jurnal Manajemen Almatama*, *1*(1), 61–84. https://doi.org/10.58413/jma.v1i1.220

Surja, A., & Widoatmodjo, S. (2023). Pengaruh brand image, belanja iklan dan promosi, serta belanja modal terhadap kinerja keuangan pada perusahaan berbasis retail di Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, *7*(3), 481–490. https://doi.org/10.24912/jmbk.v7i3.23852

Taherdoost, H. (2022). What are Different Research Approaches? Comprehensive Review of Qualitative, Quantitative, and Mixed Method Research, Their Applications, Types, and Limitations. *Journal of Management Science & Engineering Research*, *5*(1), 53–63. https://doi.org/10.30564/jmser.v5i1.4538

© 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

Thabrany, S., Fajrina, N., & Dwi Pramesti, R. (2023). Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, *8*(2), 322–332. https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903

Tirus, H. M., & Nuralam, I. P. (2025). Do Satisfaction and Variety Seeking Tendency Affect Revisit Intention in Local Coffee Shop Chain? *KINERJA*, *29*(1), 37–56. https://doi.org/10.24002/kinerja.v29i1.9120

Usman, I. (2025). *Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek*. *1*.

Yani, M. I., Maulana, Y. S., & Hadiani, D. (2023). *Experiential Marketing Strategy And Its Influence On Brand Identity In The Café Business*. *8*.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© 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

Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Klien: Muhammad Daud Ibrahim (Owner Kedai Babeh)
Tanggal wawancara: 22 januari 2026
Hasil : Informasi mengenai Kedai Babeh

1. Pertama-tama, boleh diceritakan sedikit, Kak, sejarah berdirinya Kedai Babeh? Apakah ada makna atau filosofi khusus di balik nama Kedai Babeh?

Jawaban:
Kedai Babeh berdiri pada tahun 2018 dan awalnya hanya berjualan menggunakan gerobak dengan nama Pisang Babeh. Nama "Babeh" dipilih karena terinspirasi dari figur ayah yang membentuk mental kuat dalam membangun usaha. Jika banyak usaha mengangkat "doa ibu", maka Kedai Babeh mengangkat peran ayah sebagai simbol keteguhan dan mental baja.
Seiring tingginya antusias pelanggan, usaha berkembang dari gerobak, ke warung kopi kecil, hingga akhirnya menempati lokasi yang lebih luas seperti sekarang.

2. Bagaimana visi dan misi Kedai Babeh sejak awal berdiri hingga sekarang?

Jawaban:
Visi Kedai Babeh adalah mengubah pandangan bahwa makanan enak harus mahal. Kedai Babeh ingin menghadirkan makanan dengan rasa yang enak namun tetap terjangkau.
Misinya adalah menjaga kualitas rasa di seluruh menu agar pelanggan bisa merasakan makanan yang worth it tanpa harus mengeluarkan biaya besar.

3. Dari semua menu yang tersedia, menu apa yang menjadi best-seller atau ciri khas Kedai Babeh? Menurut Kakak, apa yang membuat menu tersebut disukai pelanggan?

Jawaban:
Menu best-seller Kedai Babeh sejak awal hingga sekarang adalah Pisang Babeh. Pisang dipilih karena mudah dicerna, familiar bagi semua kalangan, dan memiliki banyak variasi rasa.

© 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

Keunikan menu ini terletak pada teknik pengolahan, seperti pengaturan suhu dan tekanan panas yang menghasilkan rasa khas dan berbeda dari penjual pisang lainnya.

4. Apakah ada menu yang performanya belum sesuai harapan? Menurut Kakak, apa kendala atau tantangannya?

Jawaban:
Menu yang sempat mengalami kendala adalah Taichan. Tantangannya ada pada pemilihan bagian ayam, antara dada dan paha. Ayam paha lebih juicy dan enak, namun jika pengolahan apinya tidak tepat dapat menimbulkan bau amis. Perbedaan persepsi pelanggan terhadap tekstur dan aroma ayam menjadi tantangan tersendiri dalam penyajian menu ini.

5. Masukan apa yang paling sering diterima dari pelanggan terkait menu atau pelayanan di Kedai Babeh?

Jawaban:
Masukan yang paling sering diterima adalah waktu penyajian makanan yang cukup lama, terutama saat kondisi ramai seperti malam minggu. Hal ini terjadi karena dapur harus menangani ratusan pesanan secara bersamaan.

6. Apakah Kakak melihat adanya tren makanan atau minuman saat ini yang berpotensi dikembangkan atau diadaptasi oleh Kedai Babeh?

Jawaban:
Kedai Babeh melihat peluang pada pengembangan dessert seperti roti dengan topping es krim dan crumble. Selain itu, ada juga inovasi rice bowl berbasis rendang sebagai menu utama, yang mengangkat cita rasa autentik Indonesia.

7. Menurut Kakak, apa keunggulan yang dimiliki Kedai Babeh dibandingkan kedai atau tempat makan sejenis di sekitar lokasi?

Jawaban:
Keunggulan Kedai Babeh terletak pada konsep open space yang luas, asri, dan jarang dimiliki kafe lain di sekitar lokasi. Selain itu, Kedai Babeh percaya diri pada kualitas makanan yang konsisten enak, bukan hanya mengandalkan kopi atau suasana semata.

© 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

8. Apakah ada produk atau konsep dari kompetitor sekitar yang menurut Kakak menarik namun belum dimiliki oleh Kedai Babeh?

Jawaban:
Produk kompetitor yang menarik adalah pancong. Namun, Kedai Babeh memilih tidak menghadirkan menu tersebut sebagai bentuk etika bisnis dan penghormatan terhadap usaha sekitar agar tidak saling mengambil pasar.

9. Untuk segi harga, bagaimana posisi harga Kedai Babeh dibandingkan dengan kompetitor di sekitar? Apakah lebih terjangkau, setara, atau lebih premium?

Jawaban:
Kedai Babeh memposisikan harga pada segmen menengah. Harganya tidak terlalu murah, namun sebanding dengan kualitas rasa dan kenyamanan tempat, sehingga tetap worth it bagi pelanggan.

10. Siapa target pelanggan utama Kedai Babeh saat ini? Apakah lebih ke mahasiswa, pekerja, keluarga, atau masyarakat sekitar?

Jawaban:
Target pelanggan Kedai Babeh mencakup semua kalangan, mulai dari anak muda, mahasiswa, keluarga, hingga masyarakat sekitar. Konsep open space dan fasilitas ramah anak membuat Kedai Babeh juga diminati oleh keluarga.

11. Dari segi suasana, fasilitas, atau pelayanan, aspek apa yang paling sering mendapatkan respon positif dari pelanggan?

Jawaban:
Pelayanan menjadi aspek yang paling sering mendapat respon positif. Pelanggan selalu disapa saat datang dan pulang, serta makanan disajikan dengan sikap sopan dan penuh keramahan.

12. Apakah ada kendala terkait lokasi, fasilitas, atau operasional (misalnya parkir, kapasitas tempat duduk, atau jam operasional)?

Jawaban:
Kendala utama saat ini adalah kapasitas tempat duduk dan parkir yang mulai terasa kurang seiring meningkatnya jumlah pengunjung dan event. Oleh karena itu, Kedai Babeh berencana melakukan perluasan area.

© 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

13. Biasanya pelanggan mengetahui Kedai Babeh dari mana? Apakah dari rekomendasi teman, media sosial, atau kebetulan lewat?

Jawaban:
Sebagian besar pelanggan mengetahui Kedai Babeh melalui media sosial, khususnya TikTok dan Instagram.

---

14. Apakah Kedai Babeh memiliki rencana untuk mengadakan event atau bekerja sama dengan komunitas tertentu?

Jawaban:
Kedai Babeh memiliki rencana dan sudah mulai menjalin kerja sama dengan berbagai komunitas seperti komunitas boxing, motor, dan musik untuk menghadirkan aktivitas positif di kedai.

15. Dari promosi yang pernah dilakukan, jenis promosi apa yang menurut Kakak paling efektif menarik pelanggan?

Jawaban:
Promosi melalui food influencer dinilai paling efektif karena mampu menjangkau audiens yang tepat dan meningkatkan minat pelanggan untuk datang langsung ke Kedai Babeh.

16. Menurut Kakak, apa tantangan terbesar dalam mempertahankan dan meningkatkan jumlah pelanggan Kedai Babeh saat ini?

Jawaban:
Tantangan terbesar saat ini adalah faktor cuaca, khususnya hujan, yang membuat pelanggan cenderung enggan keluar rumah.

17. Media promosi apa yang menurut Kakak perlu ditingkatkan agar Kedai Babeh lebih dikenal (misalnya poster, banner, menu, atau media sosial)?

Jawaban:
Media sosial menjadi fokus utama promosi dengan unggahan konten yang rutin setiap hari. Selain itu, Kedai Babeh juga mulai mengembangkan promosi di platform baru seperti aplikasi Soplay.

© 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

18. Pesan utama apa yang ingin disampaikan Kedai Babeh kepada pelanggan melalui desain visual atau promosi ke depannya?

Jawaban:
Kedai Babeh ingin menyampaikan bahwa kafe tidak harus monoton. Kedai Babeh menghadirkan makanan khas kaki lima ke dalam suasana kafe yang nyaman tanpa mengurangi cita rasa aslinya.

19. Platform media sosial apa yang saat ini digunakan Kedai Babeh, dan apakah ada rencana untuk mengembangkan promosi di platform lain?

Jawaban:
Saat ini Kedai Babeh aktif di TikTok dan Instagram, serta memiliki rencana untuk mengembangkan promosi di platform baru seperti Soplay.

20. Fokus utama Kedai Babeh saat ini lebih ke mana, Kak: meningkatkan awareness, menarik pelanggan baru, atau mempertahankan pelanggan lama?

Jawaban:
Fokus utama Kedai Babeh adalah menarik pelanggan baru sekaligus mempertahankan pelanggan lama, karena pelanggan lama merupakan pelanggan yang paling loyal.

21. Promosi dari kompetitor seperti apa yang menurut Kakak cukup kuat dan berpengaruh terhadap Kedai Babeh?

Jawaban:
Promosi kompetitor yang cukup kuat adalah konsep live music dengan panggung besar. Hal ini menjadi motivasi bagi Kedai Babeh untuk mengembangkan panggung dan kualitas event ke depannya.

22. Apa dampak yang Kakak rasakan secara langsung terkait jumlah pengunjung Kedai Babeh saat ini?

Jawaban:
Kalau untuk saat ini, jumlah pengunjung sebenarnya sudah cukup ramai. Namun, kalau dilihat lebih dalam, masih didominasi oleh pelanggan lama yang sudah pernah datang sebelumnya. Untuk pelanggan baru sendiri belum terlihat meningkat secara signifikan. Selain itu, kami juga merasa jangkauan yang ada saat ini masih belum cukup luas untuk menjangkau lebih banyak audiens baru.

© 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

Transkrip Wawancara Testing

Narasumber: calon konsumen kedai babeh
Tanggal wawancara: 27 hingga 28 Juni 2026
Hasil : data testing

Narasumber 1 (Raysa)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh? Kalau iya, mengapa?

Raysa:
Eee... temanya sendiri kan *clean, modern,* sama *casual*, ya. Menurut aku sih kalau konsepnya modern udah pas. Kalau misalnya konsepnya tradisional mungkin masih kurang karena belum ada elemen yang ngasih kesan nusantara. Tapi kalau memang konsepnya modern kayak gini, menurut aku udah sesuai dan cukup menarik.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya?

© 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

Raysa:
Kalau menurut aku sih udah konsisten, ya. Dari warna, layout, sama tipografinya masih nyambung semua. Penempatan elemennya juga udah enak dilihat, jadi identitas brand-nya masih kerasa di setiap media.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desainnya? Apakah sudah mencerminkan konsep *clean, modern,* dan *casual*?

Raysa:
Hmm... menurut aku sih udah, ya. Mungkin karena konsepnya memang *clean*, jadi tampilannya kelihatan rapi. Dari warna sama bentuk-bentuk elemennya juga udah pas, jadi kesan modernnya dapet.

Interviewer:
Apakah desain pada media cetak dan media digital sudah mampu menyampaikan informasi dengan baik?

Raysa:
Iya sih, menurut aku informasinya udah cukup jelas. Pas pertama lihat juga masih gampang dipahami, jadi menurut aku udah cukup efektif.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Raysa:
Kalau saran dari aku sih mungkin efek *glass* atau *glitch*-nya bisa dikurangin. Soalnya kalau dilihat dari jauh agak sedikit ganggu fokus ke fotonya. Menurut aku tanpa efek itu juga desainnya udah bagus kok.

Narasumber 2 (Susi)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh?

Susi:
Hmm... menurut aku sih udah sesuai. Cuma eee... masih ada yang kurang gitu pas dilihat. Produknya udah bagus, tapi elemen pendukungnya menurut aku masih bisa ditambah atau diperbaiki supaya tampilannya lebih menarik.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya?

Susi:
Kalau menurut aku sih udah konsisten. Warna, layout, sama tipografinya masih sama semua, jadi identitas brand-nya masih kelihatan.

Interviewer:
Apakah desain sudah mencerminkan konsep *clean, modern,* dan *casual*?

Susi:
Iya sih. Kalau konsep *clean*-nya menurut aku udah dapet. Tampilannya sederhana, jadi kelihatan rapi.

Interviewer:
Apakah desain sudah mampu menyampaikan informasi dengan baik?

Susi:
Iya, menurut aku informasinya udah cukup jelas kok. Jadi orang masih gampang buat ngerti isi promosinya.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Susi:
Eee... mungkin sama efek *glass*-nya aja sih yang bisa dikurangin. Soalnya menurut aku kalau terlalu banyak malah agak ganggu pas lihat desainnya. Kalau konsepnya memang *clean*, menurut aku lebih bagus tampilannya dibuat lebih sederhana.

Narasumber 3 (Hani)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter brand? Konsepnya sendiri yaitu *clean, modern,* dan *casual* dengan suasana kedai yang *outdoor*.

Hani:
Kalau menurut aku, eee... udah sih, Kak. Soalnya dari desainnya udah ada fotografi produknya juga. Apalagi di menu, jadi orang langsung tahu makanan yang dipesan itu seperti apa. Misalnya *Beef Teriyaki*, kita langsung bisa lihat

© 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

tampilannya, jadi menurut aku itu membantu banget dan bikin desainnya lebih menarik.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya?

Hani:
Kalau menurut aku sih udah konsisten, ya. Warna, tipografi, sama elemen grafisnya masih sama semua. Jadi pas lihat media sosial, banner, sampai menu, identitasnya masih kerasa dan enak dilihat.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah sudah mencerminkan konsep *clean, modern,* dan *casual*?

Hani:
Hmm... kalau modernnya sih udah dapet banget. Kalau *clean*-nya menurut aku juga udah kelihatan. Cuma eee... yang agak mengganggu itu penerapan elemen *glass*-nya. Jadi gambarnya kelihatan kayak kepotong-potong gitu. Menurut aku kalau elemen itu sedikit disesuaikan, tampilannya bakal lebih bersih lagi.

Interviewer:
Apakah desain pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Hani:
Menurut aku udah sih. Soalnya ada fotografi produknya, jadi informasi yang disampaikan lebih jelas dan orang juga lebih gampang ngebayangin produknya.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Hani:
Kalau dari aku sih, eee... elemen *glass*-nya jangan sampai nutup bagian foto atau tulisan. Soalnya ada beberapa bagian informasi yang jadi agak susah kebaca. Mungkin lebih baik penempatannya diatur lagi atau jangan pas di area yang ada teksnya.

Narasumber 4 (Hanii)

© 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

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter brand?

Hanii:
Hmm... menurut aku desainnya udah menarik sih, Kak. Aku kan bukan orang desain, ya, tapi pas lihat tampilannya udah enak dilihat. Foto produknya juga bagus, jadi membantu orang buat tahu bentuk makanannya sebelum pesan.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosi?

Hanii:
Kalau menurut aku udah konsisten. Eee... warna, tipografi, sama layout-nya masih sama dari media sosial, banner, sampai menu. Jadi semuanya kelihatan saling nyambung dan identitas brand-nya juga masih terasa.

Interviewer:
Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan casual?

Hanii:
Kalau menurut aku sih udah, Kak. Konsep clean sama modernnya udah dapet. Cuma memang tadi ada elemen glass yang sedikit mengganggu, tapi karena itu memang bagian dari konsep desainnya, jadi secara keseluruhan masih oke.

Interviewer:
Apakah desain pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Hanii:
Iya sih, menurut aku udah cukup jelas. Menu sama posternya juga gampang dipahami, jadi menurut aku informasi yang disampaikan udah efektif.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Hanii:
Hmm... mungkin warna teksnya bisa lebih dibedain lagi, Kak. Soalnya ada beberapa bagian yang warna font sama background-nya agak nyatu, jadi sedikit susah dibaca. Kalau kontrasnya ditambah sedikit, menurut aku bakal lebih jelas.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Narasumber 5 (Fadly)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh?

Fadly:
Eee... menurut saya sih udah cukup menarik, Kak. Desainnya juga *eye-catching*, jadi menurut saya bisa menarik perhatian orang, apalagi buat kalangan Gen Z. Karakter kedainya juga udah kerasa dari tampilannya.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya?

Fadly:
Kalau menurut saya sih udah konsisten. Background-nya udah saling nyambung, terus font yang dipakai juga nggak berlebihan. Jadi dari media sosial, banner, sampai menu masih kelihatan satu identitas.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan kasual?

Fadly:
Hmm... menurut saya udah sih, Kak. Tampilannya bersih, modern, terus pas dilihat juga langsung menarik perhatian. Jadi konsepnya menurut saya udah dapet.

Interviewer:
Apakah desain pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Fadly:
Iya sih, menurut saya udah efektif. Sekarang kan orang lebih sering lihat media digital juga, jadi desain seperti ini udah cocok buat promosi. Informasi yang disampaikan juga udah cukup jelas.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Fadly:
Eee... mungkin kalau nanti ada penambahan menu atau perubahan harga, informasi menunya bisa dibuat lebih lengkap lagi. Terus mungkin kategori menu,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

seperti minuman, *main course*, sama *snack* bisa lebih dipisahin supaya orang lebih gampang nyarinya.

Narasumber 6 (Hanin)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh?

Hanin:
Hmm... menurut aku sih udah menarik, Kak. Pas pertama lihat juga tampilannya enak dilihat dan menurut aku udah cocok sama konsep kedainya.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya?

Hanin:
Kalau menurut aku udah konsisten, ya. Warna, layout, sama tipografinya masih sama di semua media, jadi kelihatan satu identitas.

Interviewer:
Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan kasual?

Hanin:
Iya sih, menurut aku udah. Tampilannya sederhana tapi tetap modern, jadi masih sesuai sama konsep yang mau ditampilin.

Interviewer:
Apakah desain pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Hanin:
Hmm... menurut aku udah cukup jelas sih. Orang juga masih gampang buat lihat informasi utamanya, jadi menurut aku udah efektif.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Hanin:
Kalau dari aku sih, eee... mungkin sama sih informasi nama-nama menu bisa dibuat lebih lengkap lagi.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Narasumber 7 (Firdha)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh? Kalau iya, mengapa?

Firdha:
Eee... menurut saya udah sih. Soalnya tampilan menunya kelihatan kekinian, terus informasinya juga mudah dipahami. Menunya nggak terlalu padat, jadi enak dilihat. Untuk banner sama desain media sosialnya juga menurut saya udah cukup menarik dan bisa menarik perhatian.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosi, seperti penggunaan warna, tipografi, layout, dan elemen grafisnya? Apakah sudah menunjukkan identitas yang sama?

Firdha:
Iya, kalau menurut saya udah konsisten. Eee... penggunaan warna di semua media udah nyatu, terus tipografi sama layout-nya juga masih sejalan. Jadi dari menu, media sosial, sampai banner masih kelihatan satu identitas brand.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan kasual?

Firdha:
Hmm... kalau aku lihat sih udah masuk banget. Konsep *clean*-nya dapet karena tampilannya rapi dan nggak berlebihan. Terus kesan modernnya juga kelihatan dari tipografi sama layout yang sederhana tapi tetap menarik. Jadi menurut aku konsep clean, modern, dan kasual udah cukup terasa.

Interviewer:
Apakah desain yang diterapkan pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Firdha:
Heem, menurut saya udah cukup efektif sih. Informasinya tersusun dengan jelas,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

jadi pas pertama kali lihat orang langsung paham. Foto produknya juga membantu, jadi desainnya bukan cuma menarik tapi juga informatif.

Interviewer:
Selain hal-hal yang telah dibahas, apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Firdha:
Hmm... kalau menurut saya sih secara keseluruhan udah bagus. Paling mungkin bisa ditambahin QR Code yang mengarah ke media sosial Kedai Babeh atau ke menu digital. Jadi konsumen lebih gampang cari informasi tambahan tanpa mengubah tampilan desain yang sekarang.

Narasumber 8 (Aca)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh? Konsep yang diangkat adalah clean, modern, dan casual, dengan suasana kedai yang *open space*.

Aca:
Hmm... kalau menurut gue sih dari segi poster menu udah oke. Desainnya kelihatan kekinian dan cocok buat *coffee shop*. Cuma eee... yang bagian minuman tadi ada tiga varian, kan. Sebagai orang awam, gue bisa lihat ada tiga minuman, tapi gue nggak tahu nama masing-masing minumannya. Jadi menurut gue informasinya bisa dibuat lebih lengkap lagi, tanpa mengurangi estetikanya.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya, seperti penggunaan warna, tipografi, layout, dan elemen grafisnya?

Aca:
Kalau menurut gue sih udah konsisten. Dari postingan media sosial, poster, banner, sampai media lainnya masih seirama. Warna, layout, sama elemen visualnya juga masih satu konsep, jadi identitas brand-nya tetap kelihatan.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan casual?

© 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

Aca:
Hmm... menurut gue udah masuk sih. Kesan *clean* sama modernnya dapet banget. Buat desain *coffee shop* sekarang juga menurut gue udah sesuai. Jadi secara keseluruhan konsep yang mau ditampilin udah terasa.

Interviewer:
Apakah desain yang diterapkan pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Aca:
Kalau dari segi tampilannya udah menarik sih. Cuma balik lagi ke yang tadi, menurut gue masih ada informasi yang kurang lengkap, terutama nama produk di poster menu. Jadi orang yang baru pertama kali lihat mungkin masih bingung minuman yang ditampilkan itu namanya apa. Kalau informasi itu ditambahin, menurut gue bakal lebih informatif.

Interviewer:
Selain hal-hal yang telah dibahas, apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Aca:
Hmm... kalau secara keseluruhan sih udah oke. Paling saran dari gue tetap di bagian informasi menu tadi, nama produknya bisa ditambahin supaya orang lebih gampang mengenali setiap menu.

Terus kalau untuk desain banner live music, menurut gue bisa dibuat sedikit lebih *artsy*, tapi tetap pakai warna dan *key visual* yang sama. Soalnya pas lihat desain itu, gue ngerasa masih ada yang kurang pas. Cuma gue juga nggak bisa jelasin secara spesifik bagian mana yang kurang. Jadi itu lebih ke selera pribadi aja sih. Selain itu, menurut gue keseluruhan desainnya udah bagus dan informasinya juga udah cukup jelas

Narasumber 9 (Gypari)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh? Kalau iya, mengapa?

Gypari:
Eee... awalnya aku sempat bingung sama konsep warnanya. Tapi setelah aku lihat

© 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

langsung suasana Kedai Babeh, ternyata menurutku udah cocok sih. Warna emas sama elemen kayunya ternyata sesuai sama suasana tempat yang hangat dan banyak unsur alamnya. Jadi menurutku desainnya udah menarik dan sesuai sama karakter brand.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosinya, seperti penggunaan warna, tipografi, layout, dan elemen grafis?

Gypari:
Kalau menurutku sih udah cukup konsisten. Warna, tipografi, sama layout yang dipakai masih sama di semua media. Jadi pas lihat media sosial, poster, banner, sampai menu, identitas brand-nya masih kerasa.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan kasual?

Gypari:
Hmm... menurutku konsep clean sama modern-nya udah dapet. Tampilannya rapi dan enak dilihat. Cuma kalau menurut aku pribadi, kesannya malah sedikit lebih elegan karena perpaduan warna emas sama elemen visualnya. Tapi secara keseluruhan menurutku konsep yang diangkat masih tetap terasa.

Interviewer:
Apakah desain yang diterapkan pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Gypari:
Kalau menurutku udah cukup efektif dan menarik sih. Cuma eee... untuk menu mungkin bisa dibuat lebih lengkap lagi. Misalnya semua menu tetap ditampilkan dalam satu kategori, terus menu yang *best seller* cukup diberi penanda saja. Jadi orang sekali lihat langsung tahu semua pilihan menu tanpa harus pindah-pindah bagian.

Interviewer:
Apakah ada saran atau masukan agar desain ini menjadi lebih baik?

Gypari:
Kalau dari aku sih, yang pertama tetap di bagian menu tadi. Menurutku lebih enak kalau semua menu ditampilkan dalam satu kelompok sesuai kategorinya, misalnya

© 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

main course, snack, sama beverage, terus menu *best seller* cukup dikasih tanda khusus.

Terus eee... mungkin elemen visualnya bisa sedikit disederhanakan supaya tampilannya terasa lebih ringan. Tapi itu lebih ke preferensi pribadi aja sih. Secara keseluruhan menurutku desainnya udah bagus, identitas brand-nya juga udah kerasa.

Narasumber 10 (Fauzan)

Interviewer:
Menurut Kakak, apakah desain ini sudah mampu berfungsi sebagai media promosi yang menarik dan sesuai dengan karakter Kedai Babeh?

Fauzan:
Kalau menurut gue sih udah. Desainnya cukup *eye-catching*, jadi pas pertama kali lihat langsung menarik perhatian. Menurut gue juga udah sesuai sama karakter kedainya.

Interviewer:
Bagaimana pendapat Kakak mengenai konsistensi visual pada seluruh media promosi, seperti penggunaan warna, tipografi, layout, dan elemen grafisnya?

Fauzan:
Kalau menurut gue sih udah konsisten. Eee... dari media sosial, banner, poster, sampai menu masih pakai tema yang sama. Background, warna, sama layout-nya juga masih nyambung, jadi identitas brand-nya tetap kelihatan.

Interviewer:
Kesan apa yang paling Kakak rasakan setelah melihat keseluruhan desain? Apakah desain sudah mencerminkan konsep clean, modern, dan kasual?

Fauzan:
Hmm... menurut gue udah sih. Kesan *clean* sama modernnya dapet, terus tampilannya juga kelihatan sederhana tapi tetap menarik. Jadi konsep clean, modern, dan kasual menurut gue udah cukup terasa.

Interviewer:
Apakah desain yang diterapkan pada media cetak dan media digital sudah efektif dalam menyampaikan informasi dan menarik minat konsumen?

Fauzan:
Kalau menurut gue udah cukup menarik sih. Cuma eee... informasi di bagian menu masih bisa dilengkapin lagi. Misalnya nama-nama menu atau minuman ditambahin, jadi orang yang pertama kali lihat nggak bingung mau pesan yang mana. Kalau itu ditambah, menurut gue informasinya bakal lebih jelas.

Interviewer:
Selain hal-hal yang telah dibahas, apakah ada saran atau masukan yang dapat diberikan agar desain ini menjadi lebih baik?

Fauzan:
Kalau dari gue sih tetap di bagian informasi tadi. Menurut gue desainnya udah *eye-catching*, jadi nggak banyak yang perlu diubah. Paling informasi nama menu sama kategorinya bisa dibuat lebih lengkap lagi, biar orang lebih gampang mengenali setiap menu yang ditawarkan.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

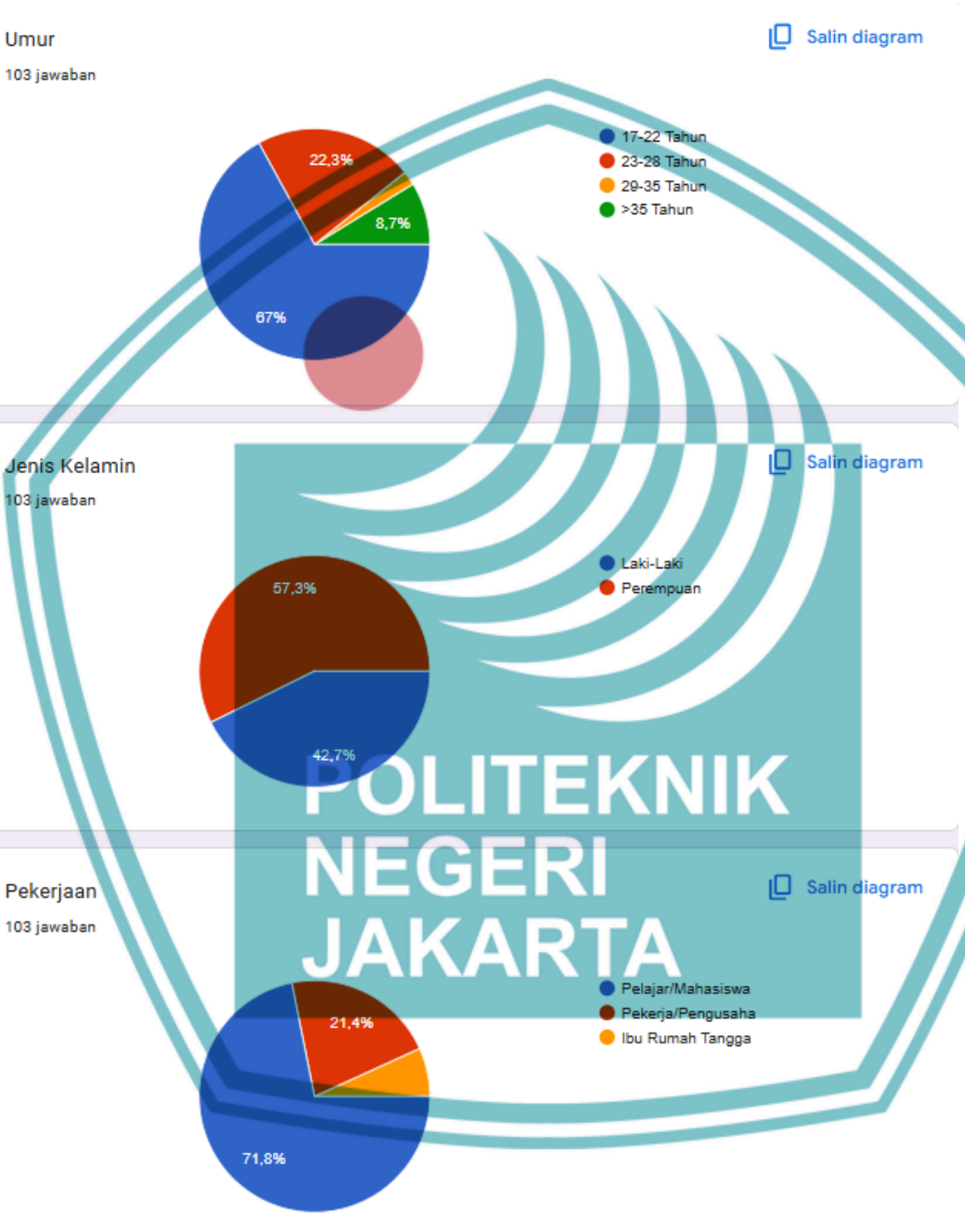
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

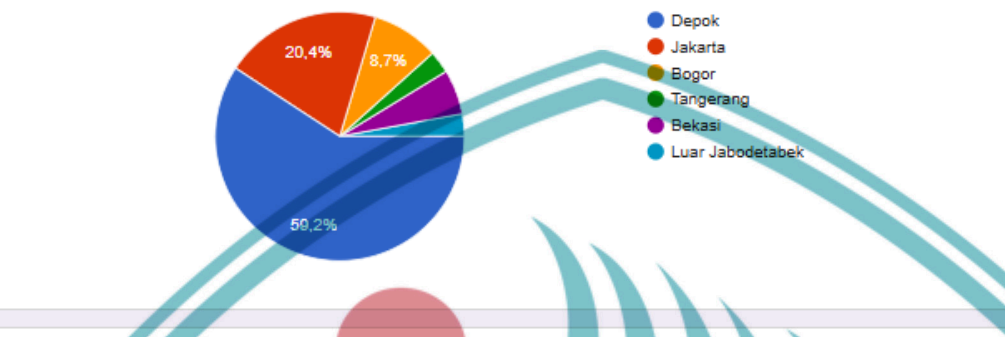
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

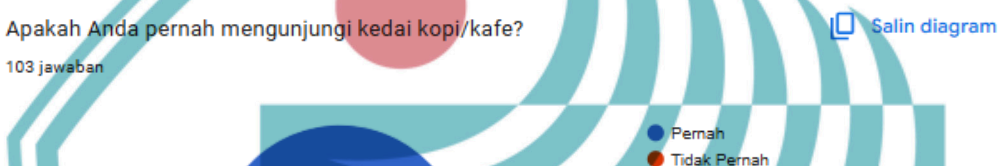
Hak Cipta :

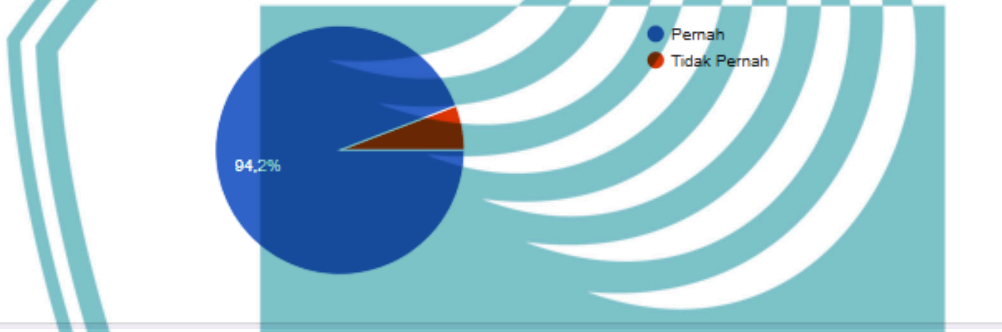
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 2 Hasil Kuesioner









© 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

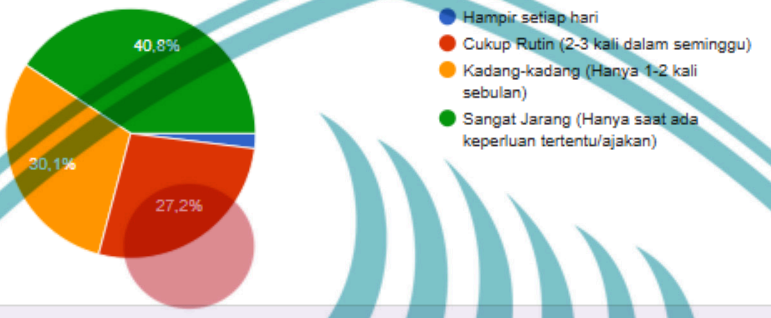
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Survei Konsumen untuk Desain Media Promosi Kedai Babeh

Dalam sebulan terakhir, seberapa intens tingkat kunjungan Anda ke kedai kopi atau kafe?

Salin diagram

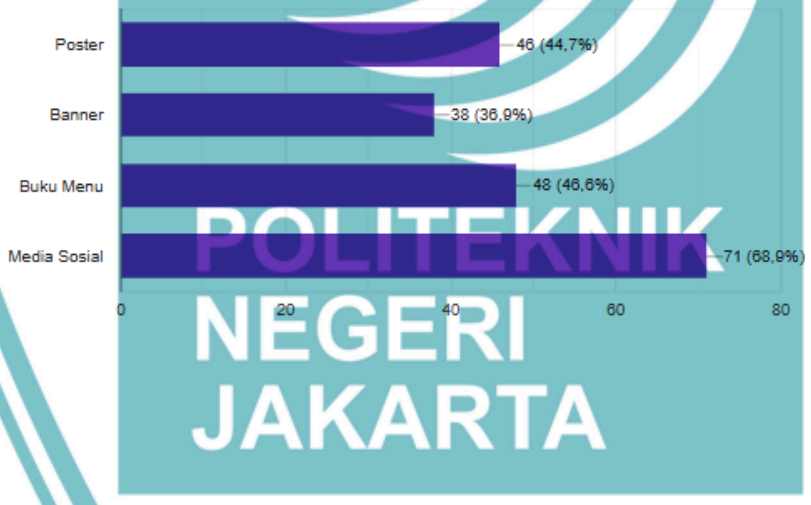
103 jawaban



Jenis sarana promosi apa yang biasanya paling sering Anda jumpai ketika sedang berada di area kafe? (boleh pilih lebih dari satu)

Salin diagram

103 jawaban

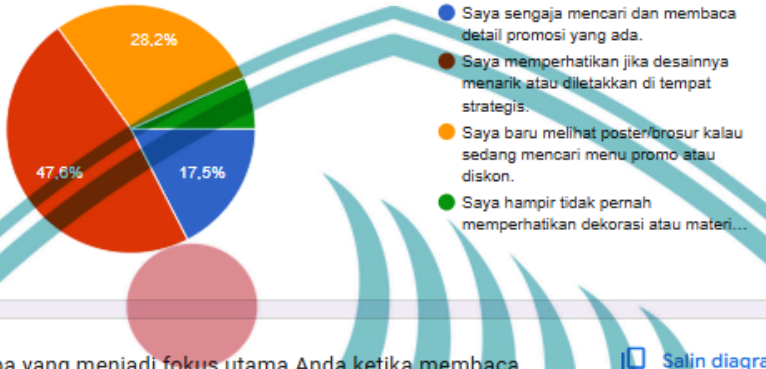


POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Seberapa peduli Anda terhadap keberadaan materi promosi fisik (poster, brosur, dll) saat berkunjung ke kedai kopi?

Salin diagram

103 jawaban



Elemen informasi apa yang menjadi fokus utama Anda ketika membaca sebuah media promosi kafe?

Salin diagram

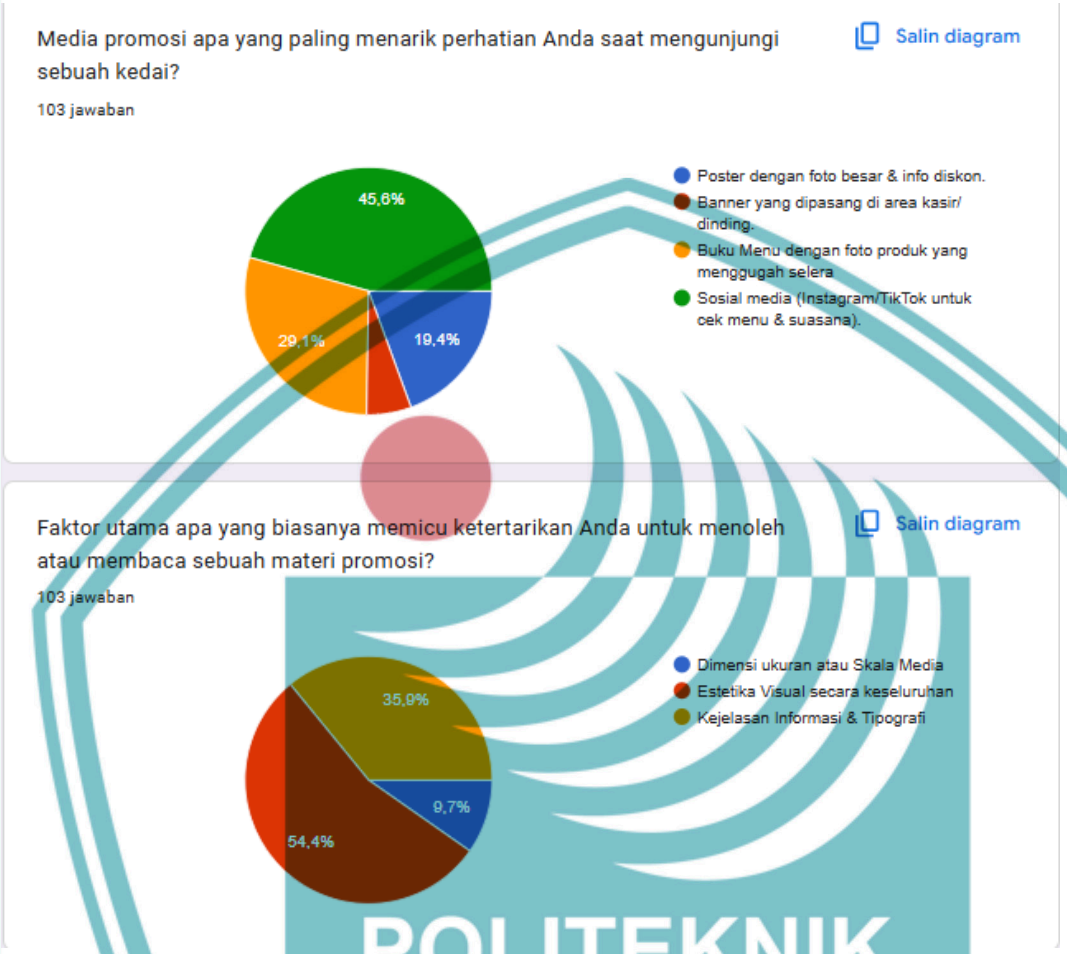
103 jawaban

© 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



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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

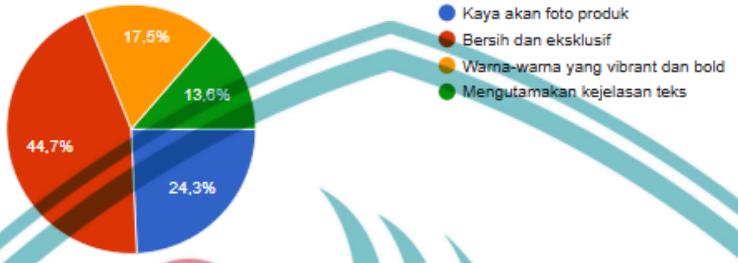
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Gaya artistik atau *vibe* desain mana yang paling merepresentasikan selera pribadi Anda?

Salin diagram

103 jawaban



Jenis karakter huruf (font) seperti apa yang menurut Anda paling nyaman untuk dibaca pada sebuah informasi promosi?

Salin diagram

103 jawaban

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

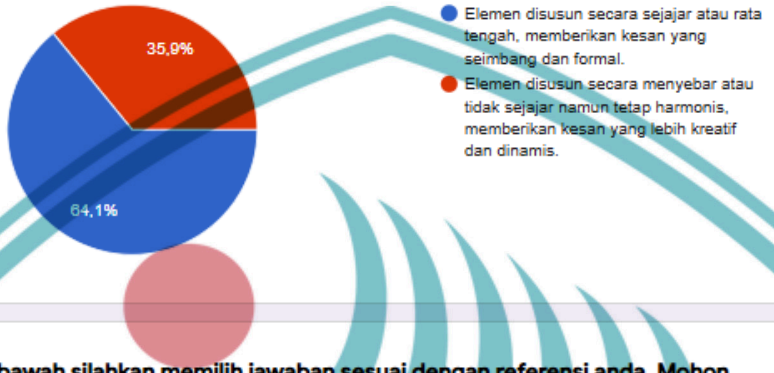
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Susunan antara gambar dan teks mana yang paling menarik perhatian Anda dalam sebuah karya visual?

Salin diagram

103 jawaban



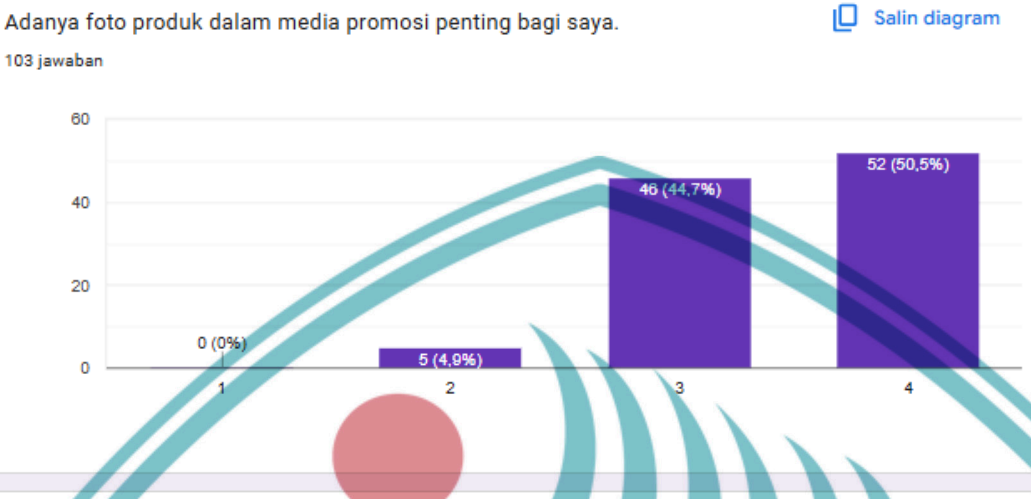
Pada pernyataan dibawah silahkan memilih jawaban sesuai dengan referensi anda. Mohon membaca setiap pernyataan dengan seksama dan berikan jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman dan pendapat Anda

Media promosi yang dipajang di area kafe mampu mengalihkan perhatian saya secara instan.

Salin diagram

103 jawaban

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA



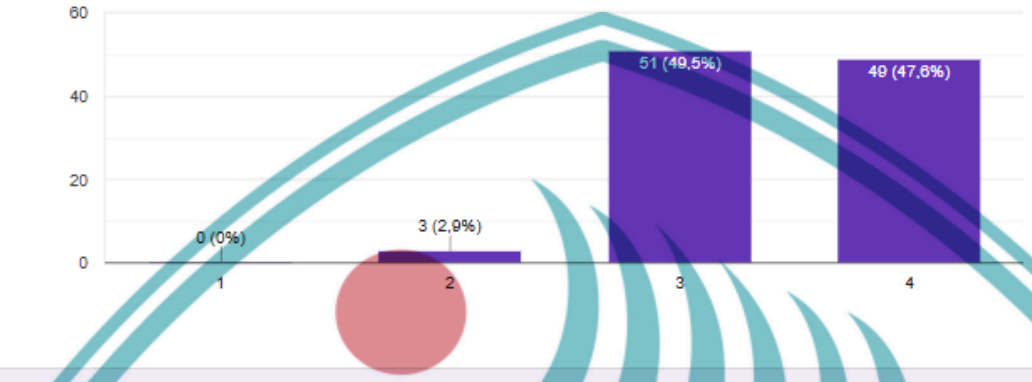
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Informasi di media sosial merupakan pelengkap yang penting bagi promosi fisik yang saya lihat di lokasi.

Salin diagram

103 jawaban



Konten digital di media sosial berhasil membuat saya lebih mengenal keberadaan dan keunikan kedai kopi ini.

Salin diagram

103 jawaban

© 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

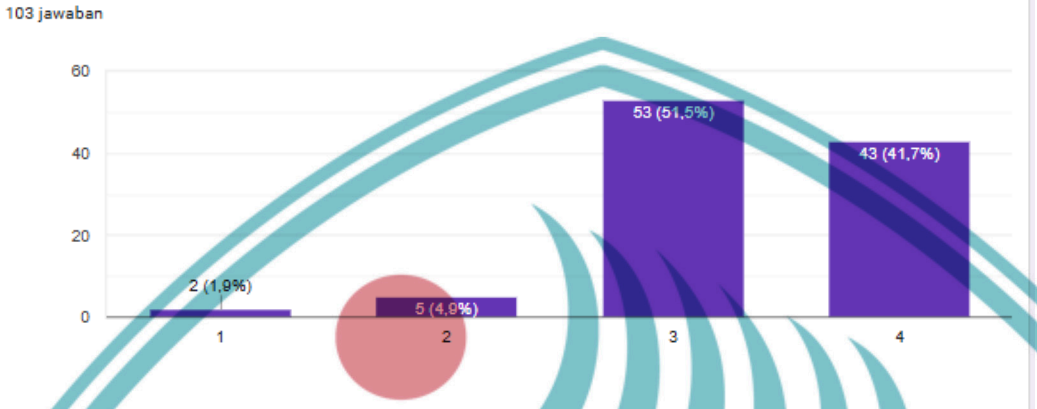
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Salin diagram

Informasi dan tampilan pada media promosi menjadi pertimbangan utama saya saat memutuskan untuk memesan menu.

103 jawaban



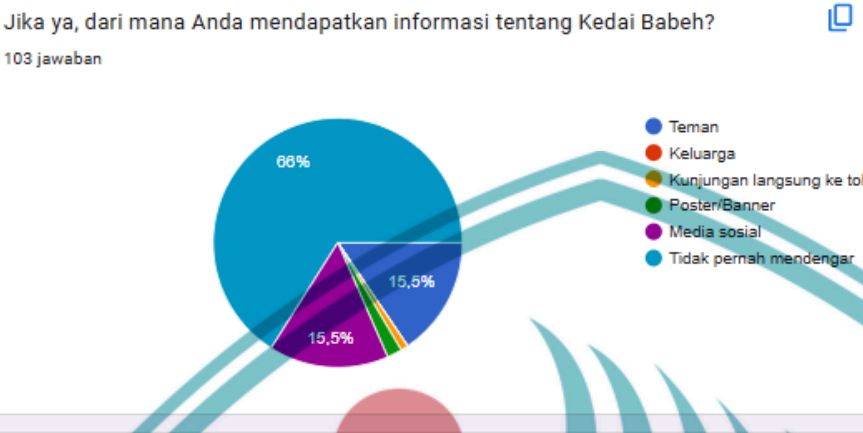
Apa itu Kedai Babeh?

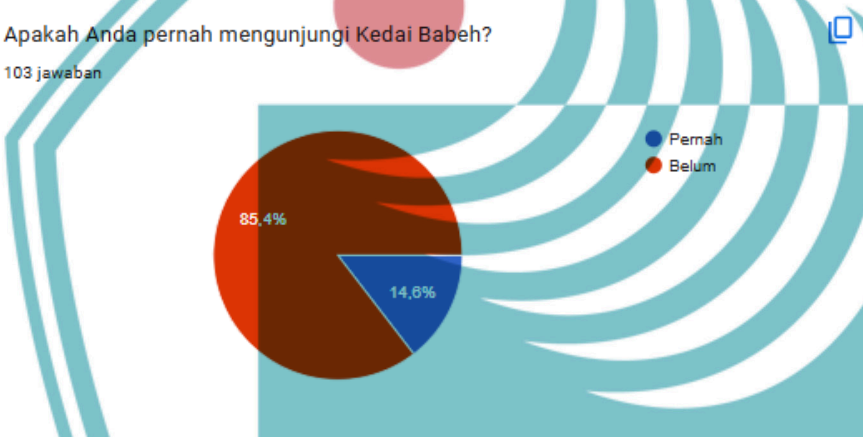
Salin diagram

Apakah Anda pernah mendengar Kedai Babeh?

103 jawaban

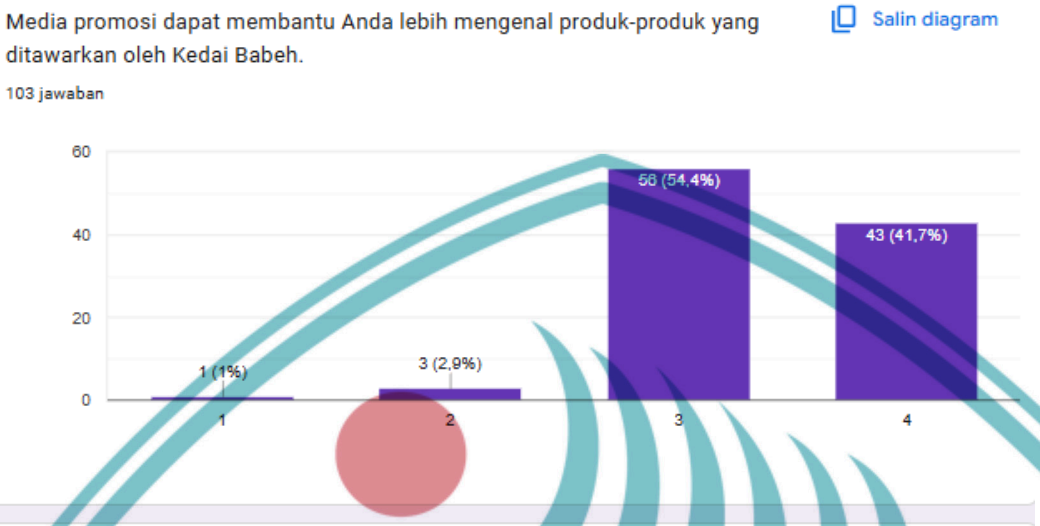
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA





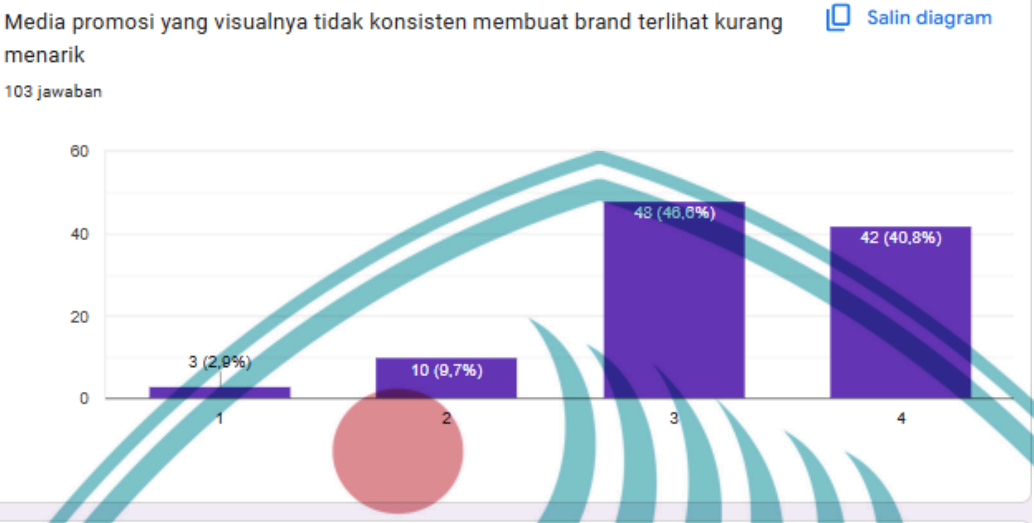
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

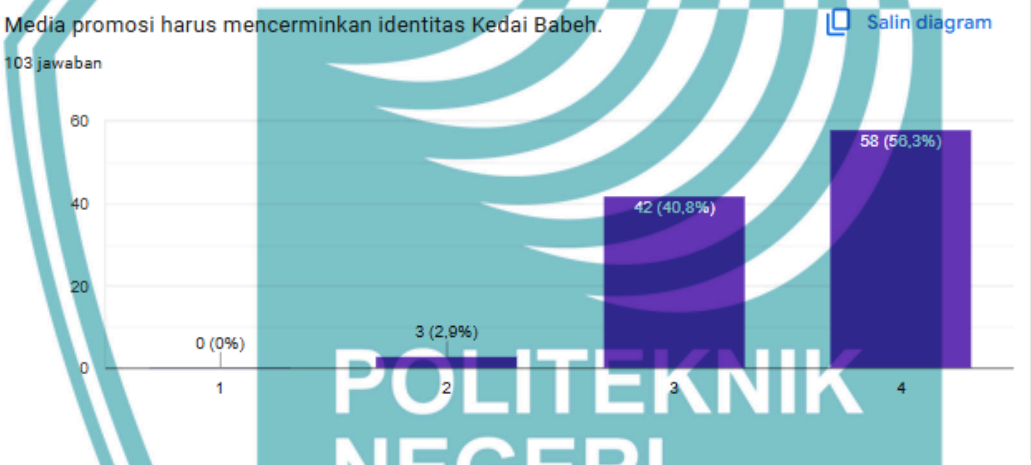
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan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



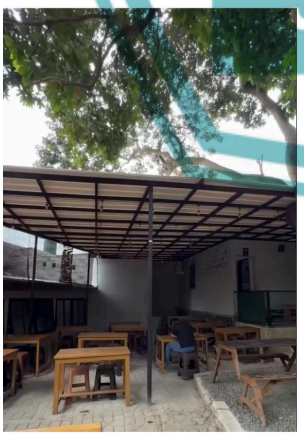
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

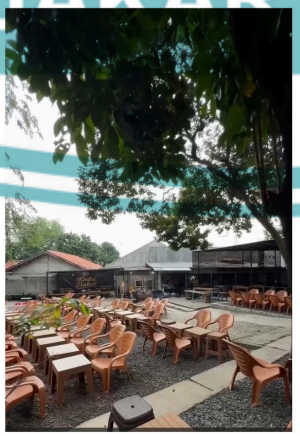
Hak Cipta :
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan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

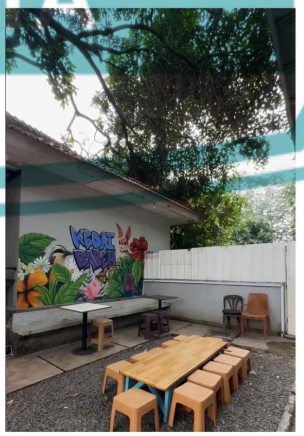




Lampiran 3 Dokumentasi Riset







© 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

Lampiran 4 Logbook Bimbingan Ta

Nama	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	February 19, 2026
Bimbingan ke- 2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	March 5, 2026
Bimbingan ke- 3	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Done	March 11, 2026
Bimbingan ke-4	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan	Latar Belakang Kerangka teori	Done	March 20, 2026
Bimbingan ke- 5	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori Penulisan Bab 2	Done	March 30, 2026
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Mencari data consumer insight	Done	April 7, 2026
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Target Audience Profil Klien Analisis kompetitor Analisis consumer insight Analisis SWOT Creative Brief	Done	April 13, 2026

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

Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme

iThenticate Page 2 of 85 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::3618:144628636

7% 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.

iThenticate Page 2 of 85 - Integrity Overview Submission ID trn:oid:::3618:144628636

© 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

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

FLANDI HEFRIZA SUWARDI

Address: Jalan Singkarak Ujung Kp.Sidamukti No.39C, RT.1/RW.8, Sukamaju, Cilodong, KOTA DEPOK

Phone: 0896-8779-8058
Email: hefrizaflandi@gmail.com

SUMMARY

Sebagai seorang Desainer Grafis, saya berdedikasi untuk menciptakan karya visual yang tidak hanya menarik secara estetika tetapi juga memberikan dampak nyata. Saya memiliki pengalaman dalam menghadapi tantangan dinamis dengan pendekatan kreatif yang efektif. Dengan keahlian dalam manajemen proyek, pemecahan masalah yang berfokus pada kebutuhan klien, dan kemampuan berkolaborasi yang solid, saya siap berkontribusi dalam berbagai proyek untuk mencapai hasil terbaik.

WORK EXPERIENCE

Project Based Learning 2023 - 2024

- Rebrand Packaging UMKM
- Membuat Box Packaging UMKM
- Membuat brand profile & Company profile perusahaan

Freelance 2022 - 2023

- Menjadi freelance desain grafis di platform digital seperti fastwork dan juga facebook

Magang – PT Ventura Semesta Wisata (Ventour Travel) Jan 2025 - Sekarang

- Merancang konsep merchandise seperti tumbler, tote bag, dan pakaian untuk mendukung branding perusahaan.
- Membuat aset visual dan maket yang selaras dengan identitas Ventour untuk produk promosi dan suvenir.
- Berkolaborasi dengan tim untuk menerjemahkan ide-ide menjadi desain yang menarik dan fungsional.
- Memperkuat keterampilan praktis dalam branding, komunikasi visual, dan desain siap produksi.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta 2022 - Sekarang
D-4 Desain Grafis

SMA PLUS PGRI CIBINONG 2019 - 2022

SKILLS

- **Adobe Photoshop –** Mengolah foto, membuat desain visual sederhana hingga kompleks.
- **Adobe Illustrator –** Membuat logo, ilustrasi vektor, dan elemen grafis.
- **Adobe InDesign –** Menyusun layout untuk brosur, company profile, dan media cetak.
- **Canva –** Mendesain konten digital secara praktis untuk kebutuhan promosi dan media sosial.

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA