



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* PADA YUGIKU SEBAGAI MEDIA *BRANDING*



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

HAURA NADA ZAHRA
2206421002

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* pada Yugiku
Sebagai *Media Branding*
Penulis : Haura Nada Zahra
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, 07 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ardyta Praviyasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* PADA YUGIKU SEBAGAI *MEDIA BRANDING*

Oleh:
Haura Nada Zahra
2206421002

Disahkan:
Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II

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

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Desain Marketing Collateral Pada Yugiku Sebagai Media Branding

Adalah hasil karya saya.

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

Depok, 07 April 2026
Yang menyatakan,



Haura Nada Zahra
2206421002



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan bisnis *dessert* saat ini mengalami peningkatan yang signifikan seiring dengan meningkatnya minat masyarakat terhadap makanan manis sebagai camilan maupun bentuk *self reward*. Kondisi tersebut mendorong pelaku usaha untuk memiliki strategi pemasaran yang tepat agar mampu bersaing di tengah kompetisi yang semakin ketat. Yugiku sebagai salah satu *brand dessert* di Jakarta memiliki potensi dalam menghadirkan produk yang menarik, namun dalam pelaksanaannya masih menghadapi permasalahan pada belum konsistennya penerapan visual branding di berbagai media, baik pada media digital maupun media informasi di toko. Hal ini menyebabkan penyampaian informasi produk, harga, serta tampilan visual belum optimal sehingga identitas *brand* menjadi kurang kuat dan sulit diingat oleh konsumen. Pengumpulan data dalam perancangan ini menggunakan metode *mix method* yang terdiri dari pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, kuesioner, serta studi kompetitor. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT dan disusun dalam bentuk *creative brief* sebagai dasar perancangan. Proses perancangan dilakukan melalui pendekatan *design thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahapan pengembangan ide diawali dengan *mind mapping* dan dilanjutkan dengan *moodboard* untuk menghasilkan kata kunci visual seperti *modern*, *clean look*, *minimalist*, dan *close up*. Selanjutnya dilakukan proses sketsa, digitalisasi desain komprehensif, hingga menghasilkan final desain yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk *mockup* sebagai *prototype* untuk tahap testing kepada pengguna. Hasil dari perancangan ini berupa media *marketing collateral* yang terdiri dari konten *Instagram*, poster, *banner*, dan buku menu. Media tersebut diharapkan dapat membantu membangun sistem visual branding yang lebih terstruktur dan konsisten, sehingga mampu meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat *brand awareness* Yugiku.

Kata Kunci: Yugiku, *Marketing Collateral*, Media Branding, Brand Awareness, Desain Grafis



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The dessert business has experienced significant growth in recent years, driven by the increasing public interest in sweet foods as both snacks and forms of self-reward. This condition encourages business owners to implement appropriate marketing strategies in order to remain competitive in an increasingly intense market. Yugiku, as one of the dessert brands in Jakarta, has strong potential in offering appealing products; however, in practice, it still faces challenges related to the inconsistent application of visual branding across various media, including both digital platforms and in-store informational media. As a result, the delivery of product information, pricing, and visual presentation has not been optimal, leading to a weaker brand identity that is less memorable for consumers. Data collection in this design process employed a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods through observation, interviews, questionnaires, and competitor studies. The collected data were then analyzed using the SWOT method and structured into a creative brief as the foundation for the design process. The design process was carried out using a design thinking approach, which includes the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. The idea development phase began with mind mapping and was followed by the creation of a mood board to generate visual keywords such as modern, clean look, minimalist, and close-up. This was followed by sketching, digitalization into comprehensive designs, and the production of final designs, which were then visualized in the form of mockups as prototypes for user testing. The outcome of this design process is a set of marketing collateral media, including Instagram content, flyers, banners, and a menu book. These media are expected to help establish a more structured and consistent visual branding system, thereby enhancing product appeal and strengthening Yugiku's brand awareness.

Keyword: Yugiku, Marketing Collateral, Promotional Media, Brand Awareness, Graphic Design



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* pada Yugiku sebagai Media *Branding*” dengan baik dan tepat waktu. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis sampaikan kepada orang tua yang senantiasa memberikan dukungan, baik secara moral maupun material, sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta kontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ardyta Praviasari, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing atas bimbingan, kritik, dan saran yang diberikan selama proses penulisan Tugas Akhir.
5. Bapak/Ibu dosen dan staf Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Program Studi Desain Grafis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas ilmu, pengetahuan, pelajaran serta dukungan selama saya menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Bapak Handika selaku pemilik *Brand* Yugiku yang bersedia menjadi klien dan senantiasa memberikan informasi untuk mendukung penulisan Tugas Akhir.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7. Orang tua penulis, Bunda yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, selalu menemani, mendoakan, dan mendengarkan segala keluhan kesah selama penulisan Tugas Akhir.
8. Keluarga penulis yang selalu memberikan doa, semangat, dukungan, serta motivasi.
9. Sahabat, teman-teman, dan seluruh pihak yang telah memberikan doa, dukungan, semangat, motivasi, serta kebersamaan selama masa perkuliahan.
10. Seseorang yang selalu menjadi penyemangat penulis dengan memberikan doa, dukungan, serta menemani penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna, baik dari segi isi, sistematika penulisan, maupun kedalaman pembahasan. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan data, waktu, serta kemampuan penulis dalam mengolah dan menganalisis permasalahan yang diangkat. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan karya ini. Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis dalam pengembangan ilmu desain komunikasi visual maupun secara praktis bagi *brand* Yugiku dalam memperkuat identitas dan media *branding* melalui perancangan *marketing collateral* yang efektif

Depok, 07 Juli 2026

Haura Nada Zahra
2206421002



Hak Cipta :

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

Daftar Isi

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Gambar.....	xi
Daftar Tabel.....	xiii
Daftar Lampiran.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.4.1 Tujuan.....	3
1.4.2 Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II	
LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Branding.....	6
2.1.1 Tujuan Branding.....	6
2.2 Media Branding.....	7
2.3 <i>Marketing Collateral</i>	7
2.3.1 Jenis Media <i>Marketing Collateral</i>	8
2.4 Teori Desain Grafis pada <i>Marketing Collateral</i>	12
2.4.1 Elemen Desain Grafis.....	12
2.4.2 Prinsip Desain Grafis.....	20
2.5 Metode Riset Desain.....	22
BAB III	
METODE PERANCANGAN.....	25
3.1 Metode Penelitian.....	25
3.2 Data dan Analisis.....	28
3.2.1 Profil Klien.....	28
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	30
3.2.3 <i>Target Audience</i>	32
3.2.4 Kompetitor.....	34



© 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

3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	36
3.2.6 Positioning.....	38
3.2.7 Analisis <i>SWOT</i>	39
3.3 Arahan Kreatif.....	41
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	44
4.1 Konsep Visual.....	44
4.1.1 <i>Mindmap</i>	44
4.1.2 <i>Moodboard</i>	45
4.2 Proses Desain.....	46
4.2.1 Sketsa <i>Thumbnail</i>	47
4.2.2 Sketsa Manual.....	47
4.2.3 Desain Komprehensif.....	52
4.2.4 Desain Terpilih.....	55
4.2.5 Penjelasan Media.....	64
4.2.5.1 Sketsa.....	64
4.2.5.2 Desain.....	68
4.2.6 <i>Testing</i>	72
4.2.7 <i>Final Artwork</i>	75
4.3 Pertimbangan Produksi.....	80
BAB V	
PENUTUP.....	82
5.1 Simpulan.....	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR REFERENSI.....	
DAFTAR LAMPIRAN.....	



Hak Cipta :

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

Daftar Gambar

Gambar 2.1 Feeds Media Sosial Instagram.....	9
Gambar 2.2 Menu Book.....	10
Gambar 2.3 Poster.....	11
Gambar 2.4 Banner.....	12
Gambar 2.5 Analogous Color Scheme.....	13
Gambar 2.6 Complementary Color Scheme.....	14
Gambar 2.7 Monochromatic Scheme.....	14
Gambar 2.8 Legibility & Readability.....	15
Gambar 2.9 Jenis Tipografi.....	16
Gambar 2.10 Layout.....	16
Gambar 2.11 Grid.....	17
Gambar 2.12 Z Pattern Layout.....	17
Gambar 2.13 F Pattern Layout.....	17
Gambar 2.14 Fotografi Produk.....	19
Gambar 2.15 Ilustrasi.....	19
Gambar 2.16 Ikon/Grafis.....	20
Gambar 2.17 Lifestyle Image.....	20
Gambar 2.18 Design Thinking.....	23
Gambar 3.1 Logo Yugiku.....	29
Gambar 3.2 Produk Yugiku.....	29
Gambar 3.3 Produk Donat.....	30
Gambar 3.4 Produk Brownies.....	31
Gambar 3.5 Produk Dessert.....	31
Gambar 3.6 Produk Minuman.....	32
Gambar 3.7 Kompetitor Donat Bahagia.....	34
Gambar 3.8 Kompetitor Bloomery Patisserie.....	35
Gambar 3.9 Kompetitor DeliciSoes by Namies.....	36
Gambar 3.10 Matriks Positioning.....	38
Gambar 4.1 Mind Mapping.....	45
Gambar 4.2 Moodboard.....	46
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	47
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	48
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	49
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	50
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 4.....	51
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 5.....	52



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.9 Desain Komprehensif 1.....	53
Gambar 4.10 Desain Komprehensif 2.....	54
Gambar 4.11 Desain Komprehensif 3.....	55
Gambar 4.12 Desain Terpilih.....	57
Gambar 4.13 Kode Warna Desain Terpilih.....	58
Gambar 4.14 <i>Font Cartis</i>	58
Gambar 4.15 <i>Font Montserrat</i>	59
Gambar 4.16 Foto Produk.....	60
Gambar 4.17 <i>Mockup</i> Poster.....	61
Gambar 4.18 Keseimbangan.....	62
Gambar 4.19 Kontras.....	62
Gambar 4.20 Kesatuan.....	63
Gambar 4.21 Penekanan.....	64
Gambar 4.22 Sketsa Buku Menu.....	65
Gambar 4.23 Sketsa <i>Banner</i>	66
Gambar 4.24 Sketsa <i>Feeds</i> Media Sosial <i>Instagram</i>	67
Gambar 4.25 Desain Buku Menu.....	69
Gambar 4.26 <i>Mockup</i> Buku Menu.....	69
Gambar 4.27 Desain <i>Banner</i>	70
Gambar 4.28 <i>Mockup Banner</i>	71
Gambar 4.29 Desain <i>Feeds</i> Media Social <i>Instagram</i>	72
Gambar 4.30 <i>FAW</i> Poster.....	76
Gambar 4.31 <i>FAW</i> Buku Menu.....	78
Gambar 4.32 <i>FAW</i> Banner.....	79



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 <i>Target Audience</i>	33
Tabel 3.2 <i>SWOT</i>	39
Tabel 3.3 Arahkan Kreatif.....	42
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	45
Tabel 4.2 Total Estimasi Biaya Produksi.....	81





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 <i>Transkrip</i> Wawancara Riset.....	
Lampiran 2 Hasil Survei Kuesioner (<i>Consumer Insight</i>).....	
Lampiran 3 Dokumentasi Riset.....	
Lampiran 4 Hasil Survei Kuesioner <i>Testing</i>	
Lampiran 5 <i>Transkrip</i> Wawancara <i>Testing</i>	
Lampiran 6 Dokumentasi <i>Testing</i>	
Lampiran 7 <i>Logbook</i> Bimbingan Tugas Akhir.....	
Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin.....	
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup.....	





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transformasi industri kuliner dalam beberapa tahun terakhir menunjukkan tingkat persaingan yang semakin tinggi, khususnya pada sektor *food and beverage (F&B)* di bidang *dessert*. Banyaknya *brand* baru membuat pelaku usaha tidak hanya bersaing dari segi kualitas produk, tetapi juga dalam membangun citra dan karakter *brand* yang mampu membedakannya dari kompetitor (Warpindyastuti, 2021). Dalam kondisi ini, strategi komunikasi menjadi faktor penting dalam menarik perhatian serta membangun persepsi terhadap suatu *brand*.

Seiring perkembangan teknologi digital, media sosial menjadi sarana utama dalam aktivitas pemasaran. Platform seperti *Instagram* dimanfaatkan *brand* untuk menjangkau konsumen, membangun interaksi, serta menyampaikan informasi secara cepat dan efisien. (Panjaitan & Simanjuntak, 2024) membuktikan bahwa penggunaan media sosial berperan dalam membentuk efektivitas komunikasi pemasaran serta mempengaruhi respon dan keputusan konsumen. Dalam konteks tersebut, tampilan visual pada media sosial berperan penting dalam menarik perhatian dan membentuk citra *brand*. Angga dan Fikri (2026) menyatakan bahwa konsistensi elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak dapat memudahkan pengenalan merek serta meningkatkan minat konsumen untuk mengikuti akun. *Visual congruence* atau keselarasan visual pada konten media sosial terbukti meningkatkan *engagement* pengguna karena menciptakan kesamaan persepsi dan memperkuat hubungan antara *brand* dengan audiens (Azer dkk., 2024).

Selain media digital, konsistensi visual juga perlu diterapkan pada media branding fisik atau *marketing collateral*. Media seperti buku menu, poster, dan *banner* tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga merepresentasikan identitas visual *brand*. Konsistensi elemen visual pada



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

berbagai media memudahkan konsumen mengenali dan mengingat *brand*, sehingga mendukung pembentukan *brand awareness* (Abelia dkk., 2025).

Perancangan mengenai pemanfaatan *marketing collateral* dalam membangun *brand awareness* telah dilakukan dalam beberapa tahun terakhir. Suariedewi dan Wulandari (2023) menjelaskan bahwa kualitas media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi pemasaran berpengaruh terhadap pembentukan *brand image*. Penyajian konten yang berkualitas dan konsisten menjadi faktor penting dalam membangun persepsi positif konsumen terhadap suatu merek. Temuan tersebut menunjukkan bahwa aktivitas promosi tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi produk, tetapi juga membentuk citra merek melalui komunikasi visual yang terarah. Selaras dengan hal tersebut, Onggo (2024) menyatakan bahwa *marketing collateral* yang dirancang secara konsisten mampu meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkuat identitas visual. Dengan demikian, *marketing collateral* merupakan bagian dari strategi branding yang efektif untuk mengkomunikasikan nilai, karakter, dan identitas merek kepada target konsumen secara visual.

Namun demikian, perancangan sebelumnya cenderung berfokus pada peran *marketing collateral* dalam meningkatkan *brand awareness* dan identitas visual, tanpa merancangnya sebagai satu kesatuan sistem visual yang terintegrasi. Peluang pengembangan tersebut terlihat pada Yugiku yang belum memiliki komunikasi visual yang konsisten, baik pada media digital maupun fisik. Konten *Instagram* masih didominasi video tanpa *feeds* yang terstruktur dan belum didukung media seperti buku menu. Oleh karena itu, perancangan ini menghadirkan kebaruan berupa pengembangan *marketing collateral* yang terintegrasi melalui *feeds Instagram*, buku menu, poster, dan *banner* dalam satu sistem visual yang konsisten untuk meningkatkan *brand awareness* sekaligus memperkuat citra *brand* Yugiku.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam tugas akhir ini yaitu,

1. Bagaimana merancang desain *marketing collateral* pada *brand* Yugiku sebagai media branding?
2. Mengembangkan sistem visual yang konsisten melalui penerapan elemen dan prinsip desain komunikasi visual pada *marketing collateral* Yugiku?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, terdapat batasan pembahasan agar berfokus pada ruang lingkup sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses perancangan desain *marketing collateral* pada *brand* Yugiku.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain komunikasi visual dalam menciptakan kesatuan visual *brand*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Sejalan dengan permasalahan yang telah dirumuskan, perancangan ini disusun dengan tujuan yang terarah serta manfaat yang relevan terhadap perancangan ini.

1.4.1 Tujuan

1. Menjabarkan proses perancangan desain *marketing collateral* yang terintegrasi sebagai strategi branding Yugiku.
2. Menjelaskan penerapan prinsip dan elemen desain komunikasi visual pada *marketing collateral* Yugiku.



Hak Cipta :

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

1.4.2 Manfaat

1. Memberikan pemahaman mengenai pentingnya sistem *marketing collateral* yang terintegrasi dalam membangun branding, khususnya pada industri kuliner.
2. Menjadi referensi dalam perancangan *marketing collateral* yang sistematis dan konsisten melalui penerapan desain komunikasi visual.
3. Membantu Yugiku dalam membangun sistem komunikasi visual yang lebih terstruktur dan terintegrasi pada berbagai media, sehingga mampu meningkatkan citra *brand* yang lebih profesional.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan ini terdapat sistematika penulisan untuk menyajikan informasi secara teratur dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan laporan adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan yang melandasi perancangan desain *marketing collateral* pada *brand* Yugiku sebagai media branding. Selanjutnya, bab ini menjelaskan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas landasan konseptual yang digunakan sebagai dasar dalam proses perancangan *marketing collateral*. Pembahasan meliputi teori branding, serta media *brand* yang mencakup media cetak maupun digital sebagai sarana dalam membangun citra merek. Selain itu, bab ini juga menguraikan elemen dan prinsip desain visual seperti warna, tipografi, *layout*, dan gambar yang berperan dalam menciptakan desain yang komunikatif, menarik, dan konsisten.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi metode yang digunakan dalam proses perancangan serta penyusunan laporan tugas akhir. Metode yang digunakan adalah *mixed methods* dengan pendekatan *design thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Selain itu, dibahas juga proses pengumpulan dan analisis data seperti profil klien, *product knowledge*, *target audience*, kompetitor, *consumer insight*, *positioning*, dan analisis *SWOT*. Seluruh proses tersebut menjadi dasar dalam merancang *marketing collateral* yang sesuai dengan karakter *brand* Yugiku.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menguraikan proses perancangan desain *marketing collateral* untuk Yugiku. Tahapan perancangan diawali dengan pengembangan konsep melalui *mind mapping* dan *mood board*, kemudian dilanjutkan dengan pembuatan sketsa, pengembangan desain komprehensif, hingga penetapan desain terpilih.

BAB V

PENUTUP

Bab ini menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil perancangan desain *marketing collateral* pada Yugiku sebagai media branding, serta saran yang dapat menjadi masukan untuk pengembangan perancangan di masa mendatang.

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan desain *marketing collateral* pada Yugiku sebagai media branding, diperoleh beberapa kesimpulan yang sesuai dengan tujuan perancangan, yaitu sebagai berikut:

1. Perancangan *marketing collateral* Yugiku berhasil menghasilkan identitas visual yang lebih konsisten melalui penerapan metode *design thinking*. Pada tahap *empathize*, diperoleh hasil bahwa Yugiku belum memiliki media branding yang konsisten dan visual produk yang ditampilkan belum optimal. . Tahap *define* menghasilkan rumusan permasalahan berdasarkan analisis *SWOT*, yaitu belum terbentuknya identitas visual yang kuat dan konsisten pada media branding Yugiku. Selanjutnya, pada tahap *ideate* dikembangkan konsep visual *minimalist*, *clean*, dan *product focused* dengan penggunaan warna cokelat, krem, putih, dan hitam sebagai representasi kesan hangat, premium, dan elegan. Konsep tersebut didukung fotografi produk *close up* serta kombinasi tipografi *Cartis* dan *Montserrat*, lalu diwujudkan pada tahap *prototype* serta *banner*, buku menu, dan *feeds Instagram*. sedangkan tahap test menghasilkan revisi berupa penambahan visual donat reguler dan premium, informasi cabang Condet, serta penyesuaian ukuran sebelum memasuki tahap *Final Artwork (FAW)*. Selain itu, proses perancangan menunjukkan bahwa penyusunan instrumen wawancara yang terarah sesuai tujuan penelitian sangat penting agar data yang diperoleh relevan dan mendukung proses analisis serta pengembangan desain.
2. Perancangan media branding Yugiku menerapkan prinsip dan elemen desain komunikasi visual sehingga menghasilkan tampilan yang menarik dan komunikatif. *Layout* menggunakan *picture window layout* dengan visual produk sebagai fokus utama, komposisi asimetris untuk



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

menciptakan keseimbangan visual, serta penekanan melalui *headline* berukuran besar dan fotografi produk. Penggunaan warna coklat, krem, putih, dan hitam mampu membangun kesan hangat, premium, dan elegan. Penerapan elemen visual yang konsisten pada seluruh media mampu memperkuat identitas *brand* Yugiku.

5.2 Saran

Berdasarkan Perancangan Desain *Marketing Collateral* Pada Yugiku Sebagai Media Branding, terdapat saran yang bertujuan untuk perancangan atau penelitian serupa berikutnya agar menjadi lebih baik yaitu:

1. Yugiku disarankan menerapkan hasil perancangan secara konsisten pada media poster, *banner*, buku menu, dan *feeds Instagram*, serta mempertahankan penggunaan warna, tipografi, dan gaya visual yang telah dirancang agar identitas *brand* tetap kuat dan mudah dikenali. Pembaruan media dapat dilakukan secara berkala tanpa mengubah konsep visual utama.
2. Penelitian selanjutnya disarankan mengevaluasi efektivitas penerapan *marketing collateral* terhadap peningkatan *brand awareness*, minat beli, dan penjualan menggunakan pendekatan kualitatif maupun kuantitatif. Pengembangan media juga dapat diperluas ke kemasan (*packaging*), *merchandise*, maupun media digital interaktif.
3. Pada proses pengumpulan data, peneliti selanjutnya disarankan menyusun pedoman wawancara yang lebih terarah sesuai tujuan penelitian. Pertanyaan yang disusun sebaiknya mengacu pada informasi yang benar-benar dibutuhkan sehingga data yang diperoleh lebih relevan, terstruktur, dan memudahkan proses analisis serta perancangan.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Abelia, P., Zahratul, A., Puspita, A., & Putri, A. (2025). Strategi Komunikasi Digital melalui Konten Sambal of The Day (SOTD) dalam Pembentukan Brand Awareness UMKM Sambal Ning Niniek di Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 4, 363–385.
- Agustin, M. (2025). *Perancangan Marketing Collateral Angfau Craft Sebagai Media promosi*. Politeknik Negeri Jakarta.
- Ali, M. T., Wahyuningsih, Y., & Hakim, A. L. (2025). Peran brand image dalam meningkatkan loyalitas konsumen di pasar kompetitif. *Inovasi Pembangunan: Jurnal Kelitbangan*, 13(1).
- Amalia, I. F., Setiawan, L., & Abubakar, H. (2024). Pengaruh Variasi Menu Dan Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Citra Restoran Sebagai Variabel Intervening: Studi Kasus: Nucifera Cafe Dan Pastry Makassar. *Indonesian Journal of Business and Management*, 6(2), 277–286.
- Angga, M., & Fikri, M. (2026). Strategi Penerapan Elemen Desain Komunikasi Visual Dalam Membangun Citra Brand Digital, Studi Kasus @Tndon_Id. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 2528–2545.
- Awaludin, M. I., & Wardhana, S. S. M. (2024). Pengaruh elemen visual pada konten feeds Instagram @P3S Mandiri dalam meningkatkan brand awareness. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 9(2), 529–544.



Hak Cipta :

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

Azer, J., Blasco-Arcas, L., & Alexander, M. (2024). Visual Modality of Engagement: Conceptualization, Typology of Forms, and Outcomes. *Journal of Service Research*, 27(2), 231–249. <https://doi.org/10.1177/10946705231190867>.

Firdaus, M. (2024). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan UI/UX Pada Dekonstruksi, Aplikasi Komunitas Sosial Developer Perumahan. *Computing Insight: Journal of Computer Science*, 6(2), 54–61. https://doi.org/10.30651/comp_insight.v6i2.22419

Hasniati, H. (2025). Analisis Efektivitas Iklan *Instagram* Sebagai Media Promosi Pada Usaha Warung Mona Di Makassar.

I Gusti Agung Ayu Mas Suariedewi & I Gusti Ayu Athina Wulandari. (2023). Impact of Social Media Quality and Brand Awareness on Purchase Decision Mediated by Role of Brand Image. *TIJAB (The International Journal of Applied Business)*, 7(2), 217–230. <https://doi.org/10.20473/tijab.v7.i2.2023.46718>

Kamila, R., & Mutaqin, F. (2024). Analisis Visual Desain Poster Event Lokal Di Sukabumi Dan Pengaruhnya Terhadap Minat Hadir. *Prosiding Seminar Nasional Desain, Pariwisata Dan Industri Kreatif*, 2, 10–22.

Lady Diana Warpindyastuti, Mega Arita, Y., Apriyani, H., & Hardani, H. (2021). Analisa Brand Awareness dan Brand Association Pada Merek Minuman Haus! *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2). [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).7786](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).7786)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Novarianto, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019). Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di Carrefour Tamini Square *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.37535/101006120195>

Onggo, S. T. (2024). *Perancangan Media Collateral untuk Meningkatkan Brand Awareness Start Up ; Bersinar*.

Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Gen Z; Analisis Strategi Brand Awareness, Loyalitas, dan Organisasi Pemasaran*.

Purnama, S., Sutisna, F., Lutfiani, N., Prabowo, D. A., & Syahyono, S. (2026). Improving msme competitiveness through visual design and digital branding training. *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2), 120–132.

Putra, R. W. (2021). *Pengantar desain komunikasi visual dalam penerapan*. Penerbit Andi.

Segara, A. (2019). Penerapan Pola Tata Letak (Layout Pattern) pada Wireframing Halaman Situs Web. *Magenta| Official Journal STMK Trisakti*, 3(01), 452–464.

Sharma, V., & Estes, Z. (2024). Seeing is smelling: Pictures improve product evaluations by evoking olfactory imagery. *International Journal of Research in Marketing*, 41(2), 282–307. <https://doi.org/10.1016/j.ijresmar.2024.02.001>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Sitompul, P. N., Harahap, F. Y., & Saragih, M. D. (2025). Peran Strategi Branding Terhadap Peningkatan Penjualan Produk. *Economic Development Progress*, 4(2), 88–93.

Sugiyarto, E. A., & Hanum, I. (2026). Strategi branding berbasis desain komunikasi visual dalam membangun citra merek: Analisis konten visual pada akun Instagram@ annum indonesia. *Advances In Education Journal*, 2(4), 456–466.

Syahid, K. M., Sutarwiyasa, I. K., Setiawan, I. K., Tinarbuko, S., Judijanto, L., Novitasari, D., Anggara, I. G. A. S., Dwitasari, P., Wardani, K. K., & Imanto, T. (2026). *Desain dan Branding: Sebuah Proses Ideasi Hingga Implementasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Usman, I. (2025). Komunikasi visual dalam branding: Peran desain grafis dalam membangun identitas merek. *Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14–25.

**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 Riset

Nama Klien : Handika dan Nurul selaku Owner Yugiku

Tanggal Wawancara : 29 Januari 2026

Lokasi : Jl. Raya Jagakarsa No.1 No.40B, RT.3/RW.7, Jagakarsa, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12620

Hasil: Informasi mengenai Yugiku

a. Kapan usaha Yugiku ini dibuat?

Yugiku itu saya mulai sekitar Maret 2020, pas pandemi COVID 19. Awalnya saya jual brownies dari rumah aja, masih sistem online. Lalu di tahun 2024 saya mulai tambah produk donat karena permintaan makin banyak. Dari situ orderan naik terus sampai akhirnya banyak customer yang minta buka tempat langsung. Saya buka toko pertama di Jalan Jeruk, ukurannya masih kecil. Tapi sekitar 4 bulan jalan, order makin ramai, jadi akhirnya saya pindah ke toko yang lebih besar. Sekarang sejak Desember 2024, saya sudah punya toko yang lebih proper dengan produk yang lebih lengkap seperti donat, brownies, coffee, dan dessert lainnya.

b. Kenapa ingin membuat usaha ini, apa alasannya?

Awalnya saya memang suka bikin dessert, terutama brownies. Dari situ saya coba jual kecil-kecilan waktu pandemi. Ternyata responnya bagus, apalagi banyak yang repeat order dan suka sama produknya, jadi akhirnya saya lanjutkan jadi brand Yugiku.

c. Arti nama Yugiku itu apa?

Yugiku itu singkatan dari “Yuk Gigit Aku”.

d. Konsep dan karakter visual Yugiku seperti apa?

Kalau dari konsep visual, saya memang arahkan Yugiku ke gaya minimalis. Warna yang dipakai itu coklat tua, coklat susu, dan putih. Coklat itu dari identitas awal brownies, sedangkan putih dan coklat susu saya pakai supaya kesannya soft.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

e. Apa saja menu yang ada di Yugiku?

Sekarang menu kita sudah berkembang, ada donat, brownies, coffee, dan beberapa dessert lainnya. Kita juga pengen tempatnya bukan cuma buat beli, tapi juga bisa jadi tempat nongkrong.

f. Apa yang membedakan Yugiku dengan brand lain?

Kalau dari saya, Yugiku itu punya fokus di rasa.

g. Kendala yang sering ditemui?

Kadang customer masih belum terlalu familiar sama menu

h. Visi dan misi Yugiku

Untuk visi, saya ingin Yugiku bisa dikenal luas sebagai brand donat dan brownies, terutama dengan ciri khas donat yang lembut. Untuk misi, saya ingin tetap menjaga kualitas produk, mengutamakan kepuasan customer, dan tetap mengikuti perkembangan tren tanpa kehilangan identitas utama Yugiku.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Nama Marketing : Rifdah selaku Marketing Yugiku

Tanggal Wawancara : 9 April 2026

Lokasi : Jl. Raya Jagakarsa No.1 No.40B, RT.3/RW.7, Jagakarsa, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12620

Hasil: Informasi mengenai strategi marketing dan media branding Yugiku

a. Kak Rifdah di sini posisinya sebagai apa di Yugiku?

Saya Rifdah, di sini saya sebagai tim marketing Yugiku. Saya mulai dari September 2025, awalnya sempat di operasional, terus jadi admin, dan sekarang fokus di marketing.

b. Bagaimana target market Yugiku saat ini?

Kalau untuk sekarang, target market Yugiku masih fokus ke warga sekitar, terutama area Jagakarsa. Tujuan utamanya masih ngenalin dulu brand dan produk Yugiku ke orang sekitar. Makanya di konten-konten juga sering dicantumin lokasi seperti “Yugiku di Jagakarsa”.

c. Siapa kompetitor Yugiku?

Untuk kompetitor, lebih ke brand F&B yang ada di sekitar Jagakarsa juga

d. Dari mana biasanya mencari inspirasi konten?

Saya nggak ngambil dari satu brand aja. Biasanya saya kumpulin referensi dari Tiktok atau Instagram, terus saya ambil bagian yang menarik seperti cara shooting, font, text, dan alur editingnya. Jadi lebih ke mix beberapa referensi, ditambah juga ide dari owner yang saya eksekusi jadi konten.

e. Media apa saja yang digunakan Yugiku?

Kalau yang dipakai itu Instagram dan Tiktok. Tapi kalau untuk Ads, saya fokusnya di Instagram karena insight-nya lebih jelas. Kalau Tiktok masih belum pakai Ads.

f. Konten yang paling sering digunakan di Instagram apa?

Saya lebih sering pakai Reels. Kalau feeds biasanya dipakai untuk momen tertentu saja, misalnya Hari Ibu atau Hari Buruh.

g. Rencana ke depan untuk Yugiku?

Ke depan karena Yugiku mau buka cabang baru, Selain itu juga akan fokus ngenalin menu-menu baru yang nanti ada di cabang tersebut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

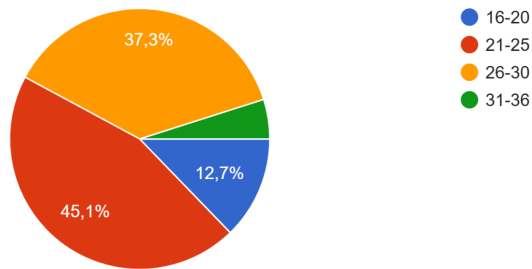
Hak Cipta :

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 Survei Kuesioner (*Consumer Insight*)

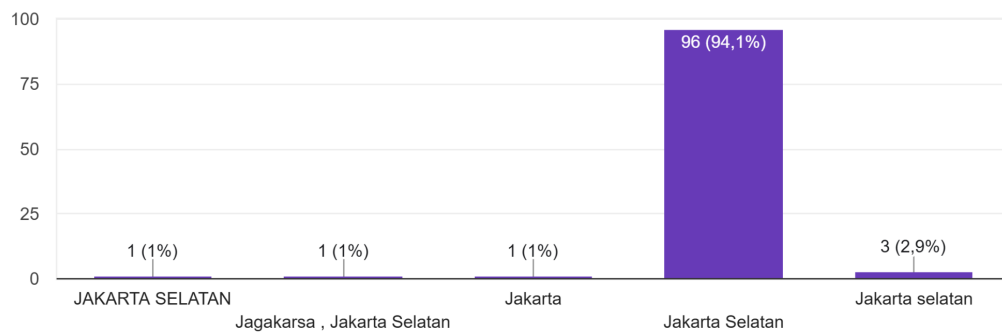
Usia

102 jawaban



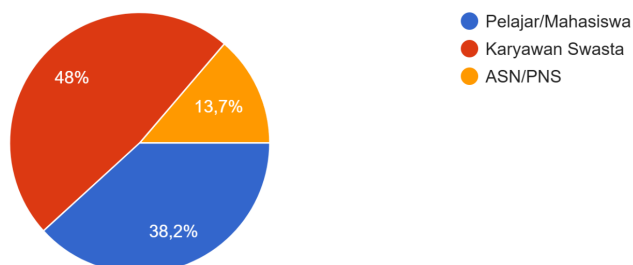
Domisili

102 jawaban



Pekerjaan

102 jawaban





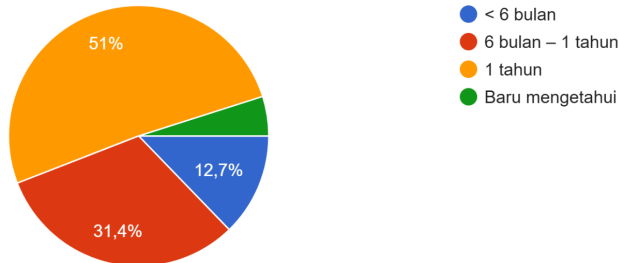
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

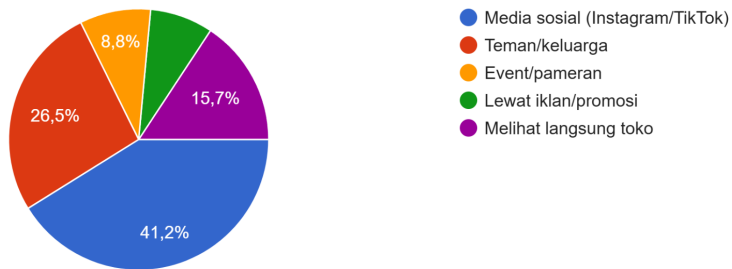
Sudah berapa lama Anda mengetahui Yugiku?

102 jawaban



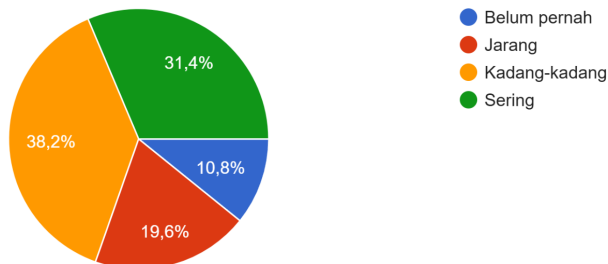
Dari mana Anda mengetahui Yugiku?

102 jawaban



Seberapa sering Anda membeli atau mengunjungi Yugiku?

102 jawaban





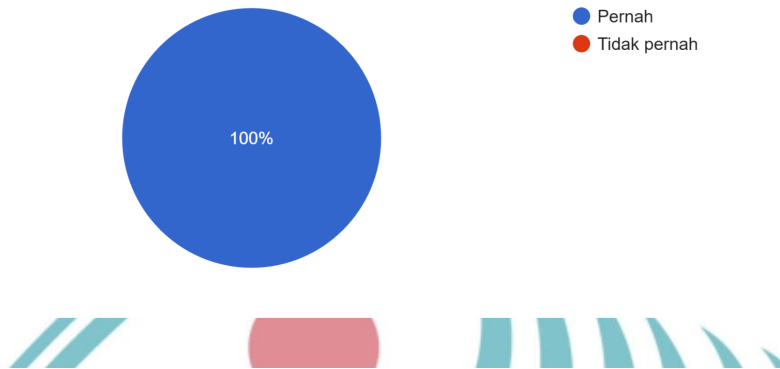
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

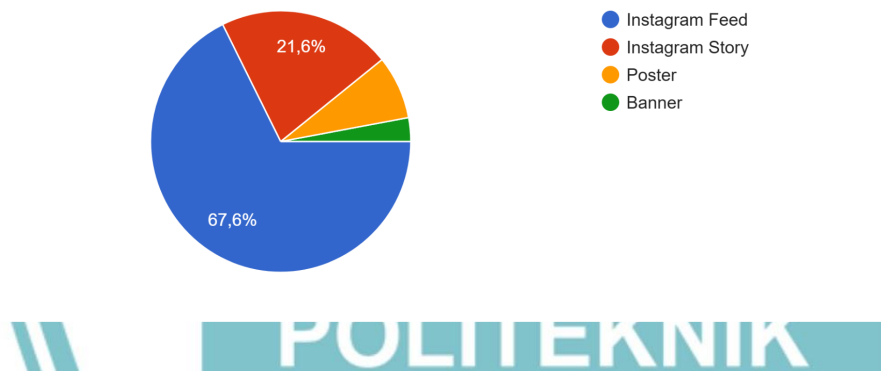
Apakah Anda pernah melihat media promosi Yugiku?

101 jawaban



Menurut Anda, media promosi Yugiku mana yang paling menarik?

102 jawaban



Mengapa Anda memilih media promosi tersebut?

102 jawaban

Saya memilih poster karena mudah dipahami oleh banyak orang.

Bisa dilihat kapan aja tanpa takut hilang

visual foto makanan lebih maksimal dan bikin langsung pengen beli

Karena hanya bertahan 24 jam, Stories sangat efektif untuk menginfokan "Menu Hari Ini"

Karena aplikasi instagram lebih sering yg akses

Bisa disave buat referensi nanti kalau mau order.

Karena saya lebih sering menggunakan platform instagram, dan jika melalui feed instagram bisa lebih gampang diakses karena langsung terlihat di beranda

Karena biar bisa langsung muncul di feed ketika buka instagram



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

memilih feed Instagram karena praktis dan sering di gunakan sehari-hari

Cocok buat referensi kalau mau beli kado

Saya lebih sering membuka Instagram Story setiap hari

Terasa lebih real-time (update terbaru)

feed Instagram mudah diakses dan tampilannya menarik secara visual

Lebih gampang diingat karena sering muncul di explore

Saya memilih Instagram Story karena bisa langsung dilihat oleh banyak orang dalam waktu singkat.

Informasi yang ditampilkan lebih lengkap.

Desain yang menarik bisa langsung mencuri perhatian

Lebih menarik untuk dilihat

Lebih "niat" dibanding story yang cepat hilang

Tampilan feed lebih terstruktur.

Lebih cocok untuk konten promosi.

Lebih nyaman untuk membaca detail.

karena Instagram story tuh enakya bisa berinteraksi langsung

Karena ketika buka instagram lebih sering hanya untuk melihat story, jadi lebih bagus kalau dipromosikan di story

Tidak terganggu oleh durasi singkat.

Lebih gampang diakses



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lebih gampang diakses

instagram Story cocok untuk promosi karena tampilannya cepat dan tidak membosankan.

Karena tampilannya lebih rapi dan mudah dilihat kapan saja

Feed Instagram gampang dilihat update terbarunya tanpa harus mencari-cari

Lebih jelas dalam penyampaian informasi.

karena dapat menggunakan fitur poll, quiz, atau question box di Stories memungkinkan Yukiku mendengar langsung apa yang diinginkan pelanggan, misalnya memilih rasa brownies baru.

Tidak cepat hilang seperti Instagram Story.

Foto-fotonya biasanya estetik dan bikin penasaran buat coba

Mudah untuk melihat ulang postingan.

Bisa langsung cek harga tanpa harus nanya

Ada interaksi kayak polling atau Q&A yang bikin aku ikut engage.

lebih gampang dipahami karena semua info langsung ada di satu tampilan

tampilannya rapi dan foto dessert-nya biasanya kelihatan lebih menggoda. Kalau lewat feed, jadi lebih gampang lihat detail produknya

Bisa dilihat kapan aja, nggak hilang dalam 24 jam.

Lebih banyak orang yang lihat karena lewat beranda

Bisa share ke teman kalau mau beli bareng

Saya memilih Instagram Feed karena tampilannya menarik dan bisa menjangkau banyak orang.

lebih sering muncul di explore jadi lebih gampang menarik minat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

lebih sering muncul di explore jadi lebih gampang menarik minat

Mudah disimpan untuk dilihat kembali di kemudian hari

karena bisa lihat berbagai informasi

karena lebih cepat dilihat dan biasanya update promo terbaru ada di situ

Informasi di feed biasanya lebih lengkap dibanding media lain

Lebih terasa real time & update cepat (kayak promo dadakan).

Banner efektif untuk menarik perhatian banyak orang di tempat umum.

Lebih fokus dibandingkan story yang cepat hilang.

terasa lebih update dan kadang ada info promo khusus hari itu

kalaupun dipasang di depan toko langsung menarik perhatian orang yang lewat

Karena tampilannya lebih rapi dan mudah dilihat.

Lebih sering muncul di beranda sehingga mudah ditemukan

Bisa lihat update terbaru dengan mudah

mudah sampai ke audiens baru

Memudahkan Pelanggan untuk "Save" dan "Share"

karena menurut saya lebih gampang dilihat daripada harus liat di story

Cocok buat lihat desain brownies custom (penting banget buat kado).

Orang gampang share ke teman atau save buat nanti.



© 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

Instagram Feed mudah digunakan untuk menampilkan foto dan informasi produk.

Biasanya ada detail produk di caption, jadi aku gak bingung.

Karena kontennya sering muncul di beranda, jadi tidak terlewatkan

Lebih sering terlihat kalau pas buka instagram

konten di Feed bisa ditemukan melalui fitur pencarian (Explore) dan hashtag

Saya memilih Instagram Story karena mudah digunakan dan praktis.

Poster bisa menampilkan informasi dengan jelas dan menarik.

Karena bisa langsung melihat komentar dan respon dari pelanggan lain

Desain yang bagus bisa langsung bikin orang notice meski cuma lihat sekilas

Karena bisa dikreasikan dengan unik jadi bisa menarik perhatian konsumen

Gambar produk terlihat lebih jelas dan menarik

Agar lebih jelas penjelasan mengenai promosinya

Konten story terlihat lebih update dan kekinian

Karena Instagram Story muncul di bagian atas sehingga mudah terlihat

soalnya lebih enak dilihat dan kesannya lebih estetik. Cocok banget buat promosi dessert

Karena igs tuh lebih sering kelewat kalo lagi liat2 story dari pada feed yg harus di cari terlebih dahulu

tampilannya lebih menarik dan cocok buat promosi makanan manis

Bisa jadi "etalase digital" buat lihat semua menu sekaligus.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Bikin brand keliatan lebih profesional & terpercaya.

Desain feed biasanya lebih estetik dan profesional

karena feed yang menarik dan enak untuk di lihat

Aku lebih suka akun yang feed-nya cantik, rasanya lebih premium

Aku bisa langsung DM dari story kalau tertarik

informasi promo disajikan jelas dan rapi

Pelanggan baru biasanya mengecek Feed untuk melihat menu secara lengkap.

informasi promo langsung keliatan dalam satu gambar tanpa harus cari-cari lagi

Feed lebih enak untuk melihat informasi secara jelas.

Bisa diakses kapan saja tanpa batas waktu

Lebih terasa real time & update cepat

Karena lebih banyak viewsnya dan permanen

karena feed yang rapi menciptakan kesan bahwa Yugiku memiliki kualitas premium meski harganya terjangkau.

Story bikin brand terasa aktif

Aku bisa share ke temen kalau nemu produk lucu atau unik

Cocok untuk promosi event atau diskon

Informasi yang ditampilkan di Instagram Feed biasanya lebih lengkap

Saya memilih Instagram Feed karena banyak orang aktif menggunakan Instagram setiap hari.

Review Jujur Influencer Lokal

Karena kelihatan lebih profesional dan bikin brand-nya lebih meyakinkan

lebih enak buat lihat detail topping dan varian dessert yang tersedia

postingannya bisa dicek lagi kapan aja kalau mau lihat menu sebelumnya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Konten seperti apa yang paling membuat Anda tertarik pada promosi Yugiku?

102 jawaban

Promo flash sale di waktu tertentu, karena bikin pengen buru-buru beli

Konten foto dessert best seller dengan review singkat dari customer

Interaksi Real-time (kek live)

konten yg informatif

Konten promo diskon atau bundling, apalagi kalau jelas dan langsung to the point.

Konten terkait detail-detail menu

Konten yang ada humornya

Foto before after makanan dimasak di grill, terlihat satisfying dan bikin lapar

Konten "custom request customer" (nama, ucapan, dll)

Video cara penyajian atau penggunaan produk

Desain cake unik atau karakter lucu, karena beda dari yang lain

Konten promo diskon atau all you can eat dengan harga spesial paling menarik

ASMR makan brownies/donat

Saya suka konten promo diskon atau potongan harga.

Konten dengan caption yang jelas.

Konten "menu favorit customer hari ini"

Konten aesthetic namun jga informatif

Konten polling "pilih yang mana?" (jadi audiens ikut terlibat)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Foto berkualitas tinggi.

Kombinasi gambar dan teks yang seimbang.

Konten yang langsung ke poin

Konten tempat yang aesthetic

Konten pemberitahuan diskon

Konten yang relevan dengan kebutuhan.

Buat lonten yg interaktif

Saya suka konten yang menampilkan suasana tempat yang nyaman.

Konten diskon atau potongan harga yang jelas

Konten review dari food vlogger atau influencer

Informasi yang lengkap tapi ringkas.

Testimoni Jujur dari Pembeli

Desain modern dan kekinian

Konten promo limited edition atau menu musiman

Visual yang sederhana tapi menarik.

Konten "harga segini dapet apa aja"

Konten before-after brownies custom, dari polos sampai jadi cantik, itu satisfying banget.

Konten menu baru dengan desain warna yang menarik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penggunaan video pendek (reels) yang menonjolkan tekstur produk

Konten flash sale atau promo yang ada countdownnya

Video pendek di TikTok atau Reels yang cepat dan estetik lebih mudah menarik minat

Promo harga / diskon jelas & besar

Saya suka konten yang kreatif dan tidak membosankan.

Desain yang rapi dan tidak terlalu ramai.

Konten repost testimoni customer dan promo terbatas

Konten promo harga spesial yang tulisannya besar

Konten dengan desain visual yang estetik.

Konten foto close up dessert yang toppingnya kelihatan jelas, apalagi kalau ada info promo

Video brownies dipotong terus lumer 🍫
Ini auto bikin ngiler sih, apalagi kalau kelihatan fudgy + moist.

Yang lucu dan menarik

Saya suka konten yang menunjukkan porsi makanan yang besar.

Konten promo diskon atau bundling, karena aku jadi merasa lebih hemat

Saya tertarik dengan informasi menu baru.

Konten video proses pembuatan dessert

Video singkat yang menunjukkan produk secara langsung

Penggunaan video pendek (reels) yang menonjolkan tekstur produk



© 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

Konten testimoni dari pelanggan

Konten "rekomendasi menu untuk hadiah"

Giveaway atau challenge kecil

Interaksi di Kolom Komentar

mungkin konten promosi yang lebih banyak melibatkan penonton seperti di story

Konten review jujur dari orang lain, bukan cuma dari brand.

Foto best seller brownies topping rame Close up brownies full topping (oreo, kitkat, almond, dll).

Saya tertarik dengan testimoni dari pelanggan lain.

Konten rekomendasi menu untuk hadiah atau hampers, karena aku sering bingung mau beli apa

Testimoni pelanggan yang puas juga membuat saya lebih yakin untuk mencoba

Promosi tentang tempatnya

Konten "Banjir Cokelat" (Close-up Visual) karena jujur saja, saya paling nggak tahan lihat video reels yang nge-zoom brownies pas baru keluar oven atau donat yang lagi dicelup cokelat lumer.

Saya suka konten yang menjelaskan harga dengan jelas.

Saya tertarik dengan promo paket hemat.

Konten yang menampilkan porsi besar dan variasi menu lengkap bikin penasaran

Konten poster diskon atau buy 1 get 1

Konten yang mengikutsertakan karyawan atau konsumen



© 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 promo bundling atau paket hemat

Konten berpartisipasi dalam trend di kalangan gen z

Konten yang menampilkan rekomendasi produk favorit pelanggan

Foto produk dengan tampilan yang estetik dan menggugah selera

Konten video singkat pas dessert dipotong atau isinya lumer

Konten Promo atau bundling

Konten carousel menu lengkap plus harga promo

Konten yang ada perbandingan harga vs porsi, jadi aku merasa worth it.

Konten ukuran/portion (berapa slice, buat berapa orang)
Ini penting banget biar orang kebayang worth it atau nggak buat dibeli.

Perbandingan harga sebelum dan sesudah promo

video promosi makanan

Konten yang nunjukin tekstur makanan secara close-up (brownies lumer, donat lembut) karena aku jadi kebayang rasanya.

Konten flash sale dengan waktu terbatas, bikin aku gak mikir lama

Video makanan yang menggugah selera

Konten yang menawarkan keuntungan langsung, seperti Promo 17 Agustus atau Giveaway review produk

Konten promo paket hemat dengan gambar menu dan harga yang jelas

Gambar produk yang jelas dan menarik.

Konten yang informatif dan sinoket.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Behind the scenes baking Ngeliat proses ngadon, oven, topping

Konten yang fresh dan viral

Konten Perayaan Momen Spesial

Perbandingan ukuran produk (biar kebayang real size)

Konten testimoni pembeli asli, apalagi pakai video atau chat screenshot.

Konten "best seller" biar gak bingung pilih

Foto produk dengan tampilan yang menarik dan menggugah selera

Saya tertarik dengan foto makanan yang terlihat lezat.

Konten ASMR

Konten ASMR

Konten foto produk dari berbagai angle dengan caption promo

Konten foto dessert yang lumer atau creamy

Konten carousel isi varian rasa dan harga

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Dokumentasi Riset





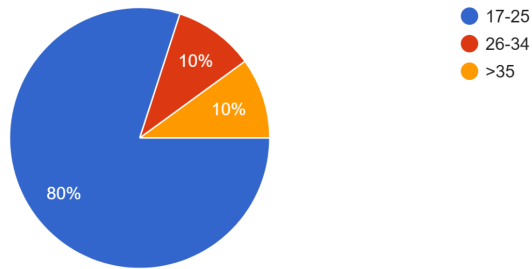
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

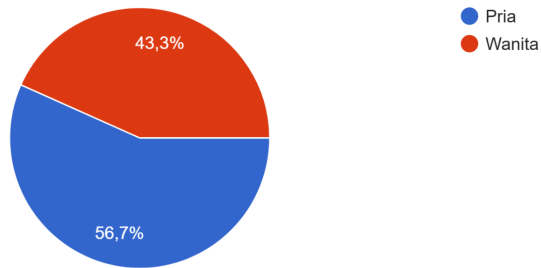
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 4 Hasil Survei Kuesioner *Testing*

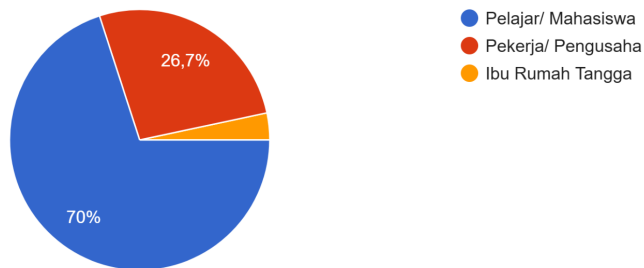
Usia
30 jawaban



Jenis Kelamin
30 jawaban



Pekerjaan
30 jawaban





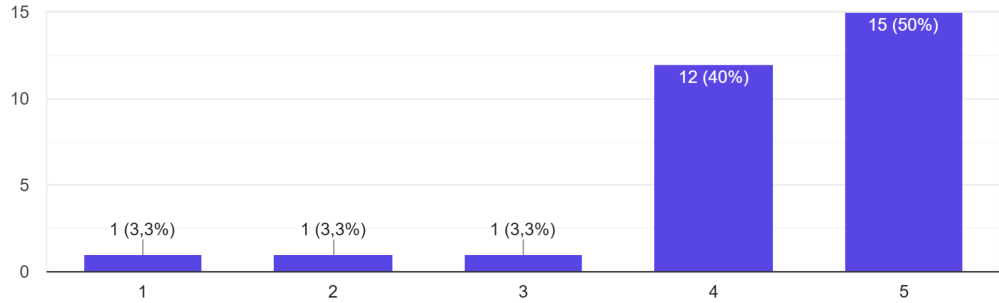
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

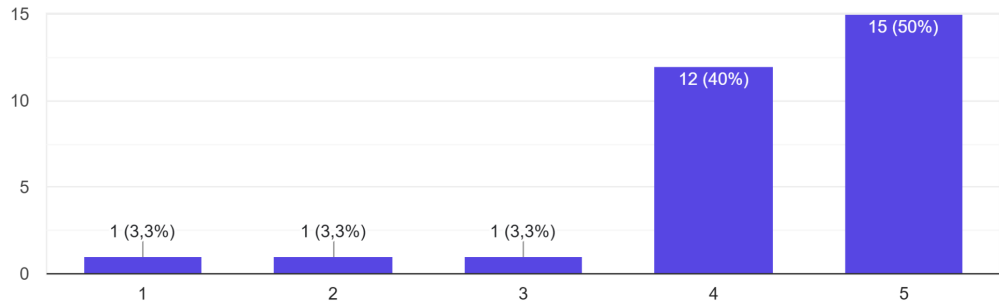
Poster ini menarik perhatian saya

30 jawaban



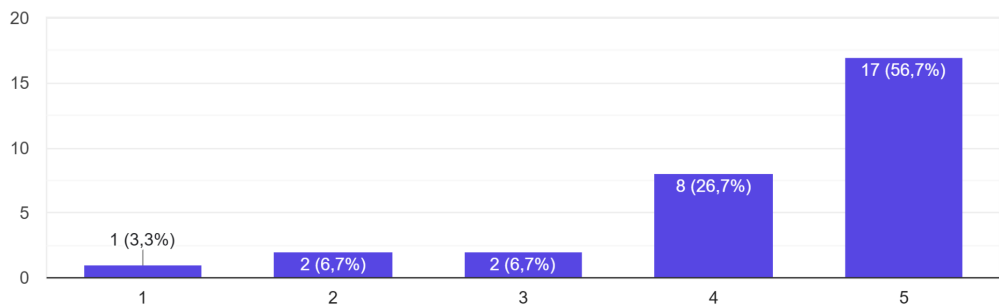
Informasi pada poster mudah dipahami

30 jawaban



Tata letak antara gambar dan teks terlihat rapi dan jelas

30 jawaban





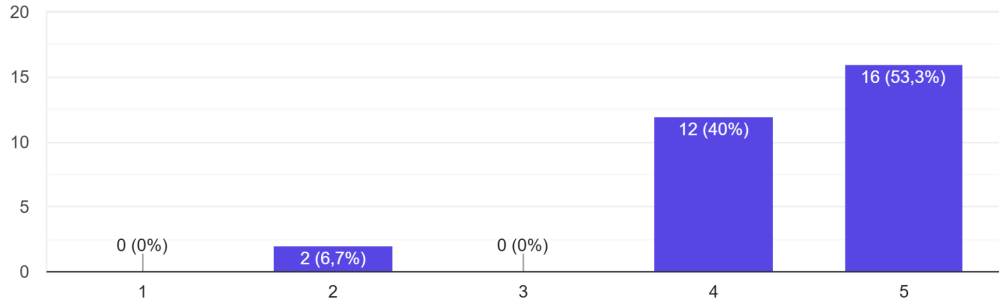
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

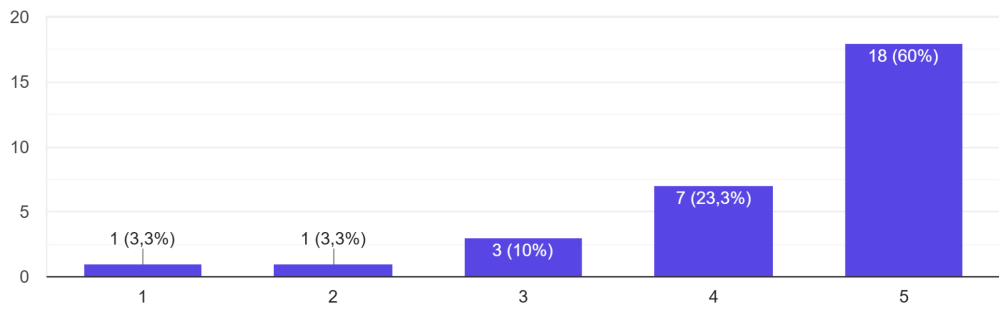
Visual/gambar pada poster membantu memahami isi pesan

30 jawaban



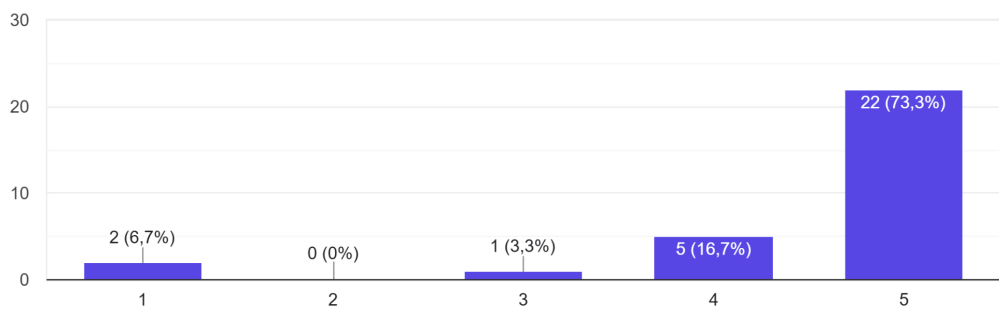
Poster ini memiliki alur informasi yang jelas

30 jawaban



Poster ini mencerminkan identitas brand Yugiku

30 jawaban





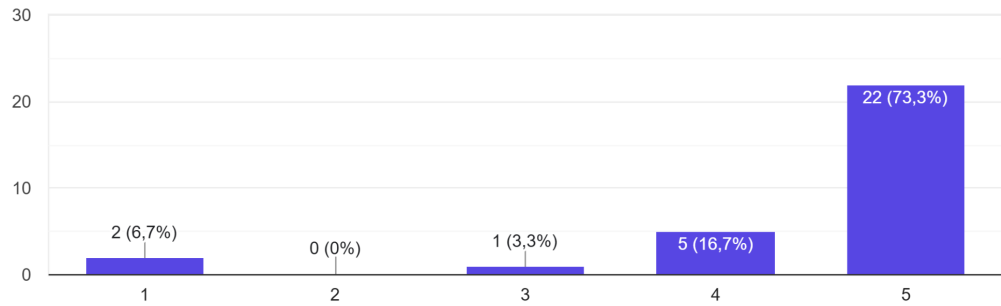
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

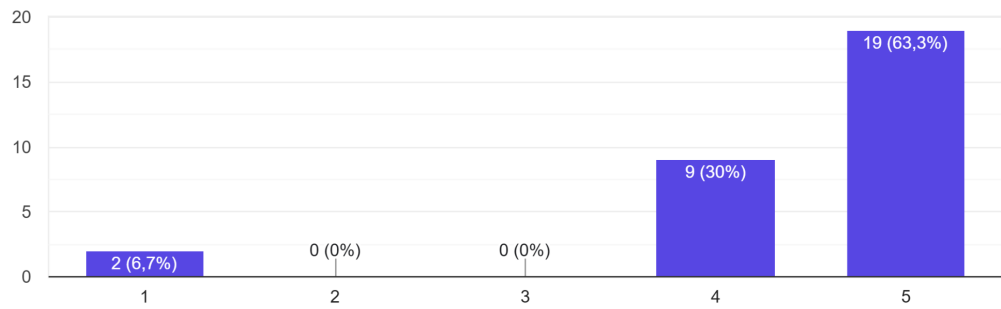
Informasi menu mudah dibaca dan dipahami

30 jawaban



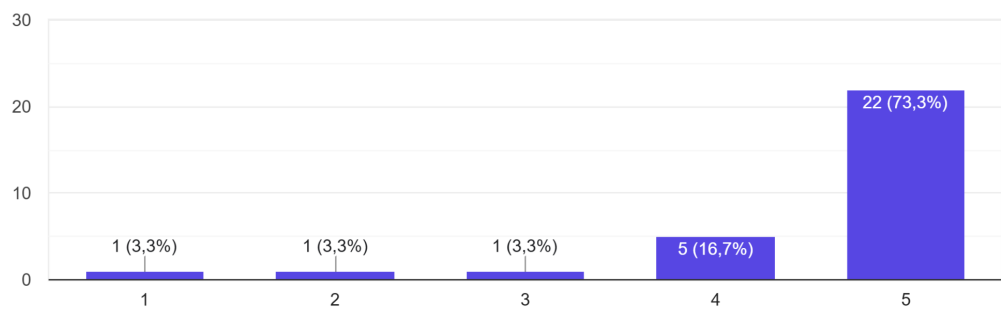
Visual pada menu mendukung daya tarik produk

30 jawaban



Buku menu mencerminkan identitas brand Yugiku

30 jawaban





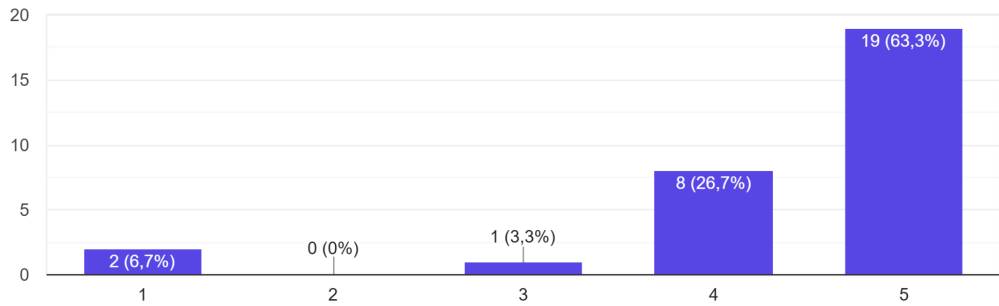
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

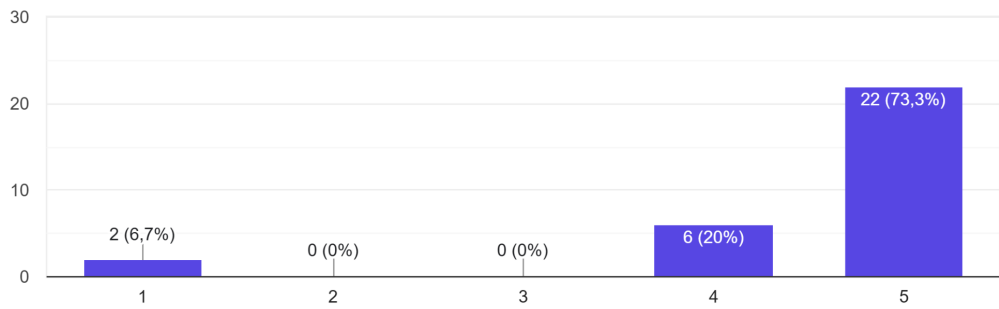
Buku menu membantu saya dalam memilih produk

30 jawaban



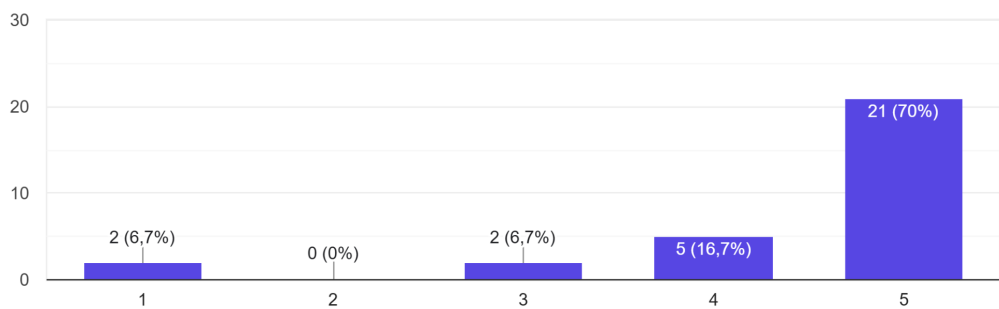
Informasi pada banner mudah dibaca

30 jawaban



Tata letak desain terlihat jelas

30 jawaban





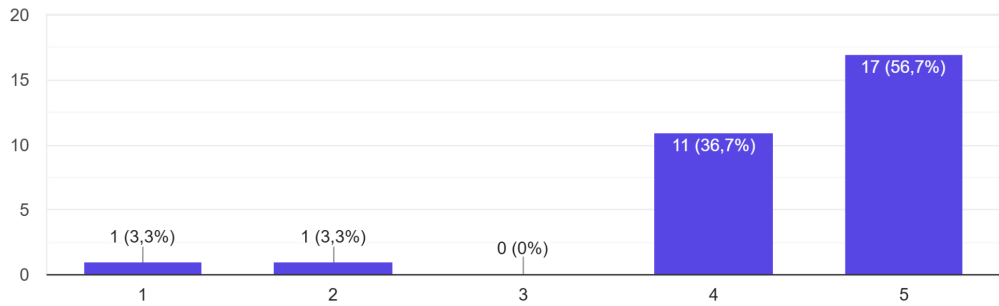
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

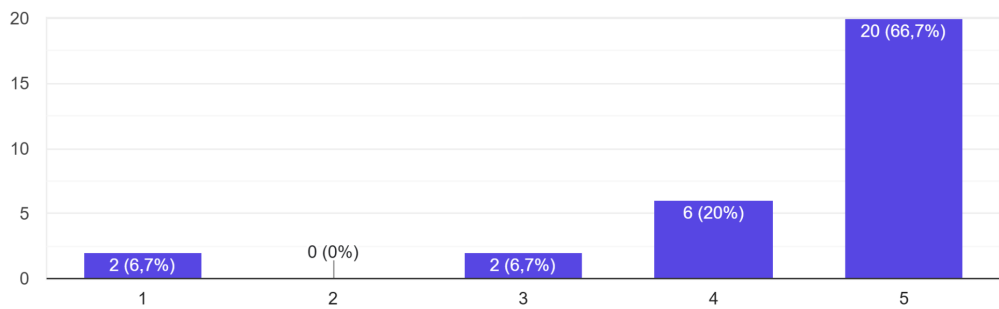
Penggunaan warna dan visual menarik

30 jawaban



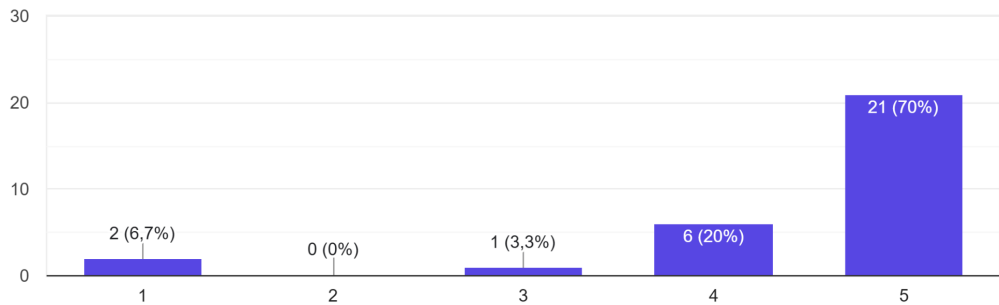
Banner mencerminkan identitas brand Yugiku

30 jawaban



Desain feeds Instagram terlihat menarik

30 jawaban





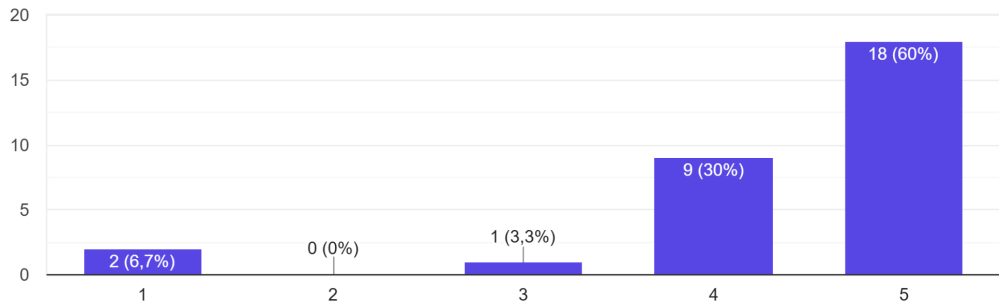
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

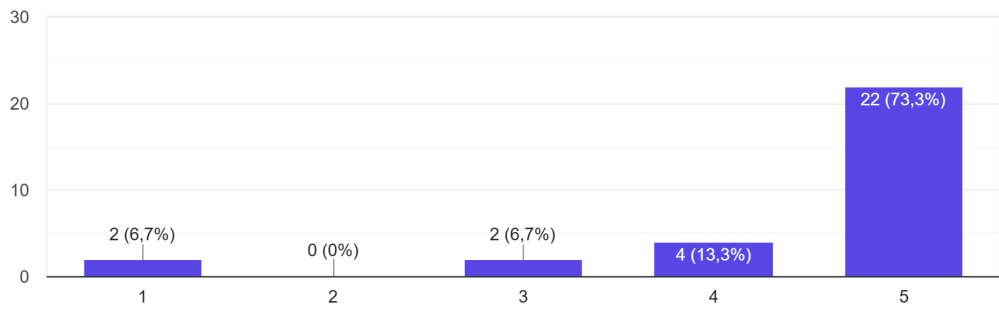
Desain antar postingan terlihat konsisten

30 jawaban



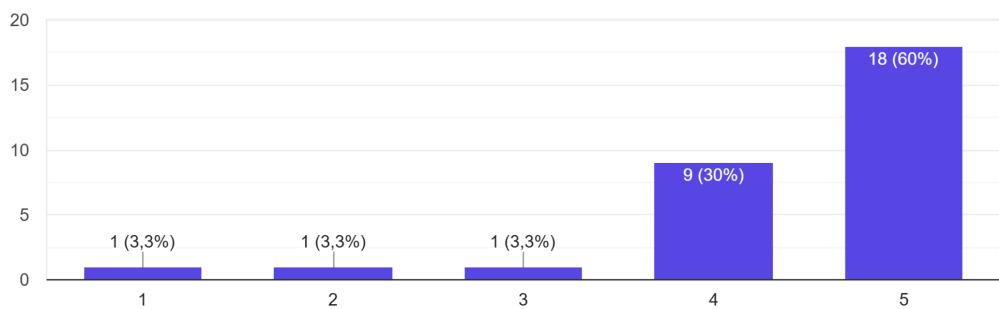
Visual feeds mencerminkan karakter brand Yugiku

30 jawaban



Konten membuat saya tertarik untuk melihat lebih lanjut

30 jawaban





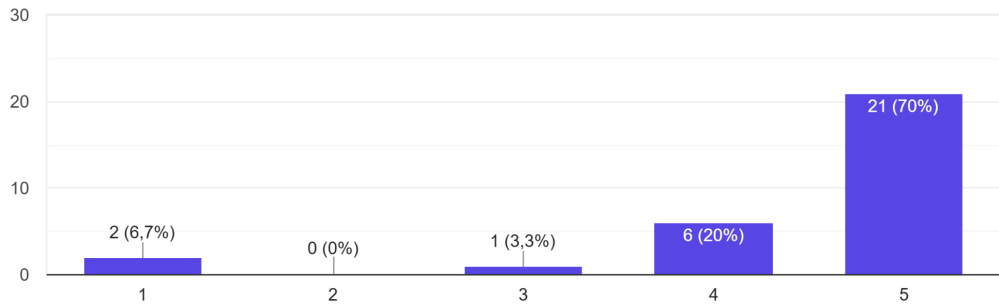
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

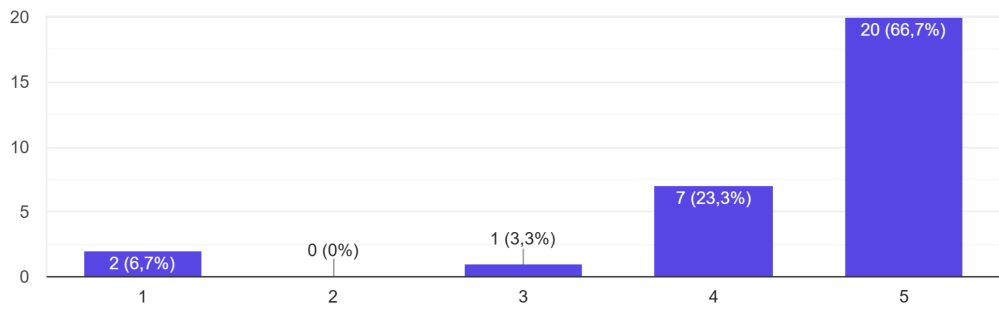
Desain pada seluruh media terlihat konsisten

30 jawaban



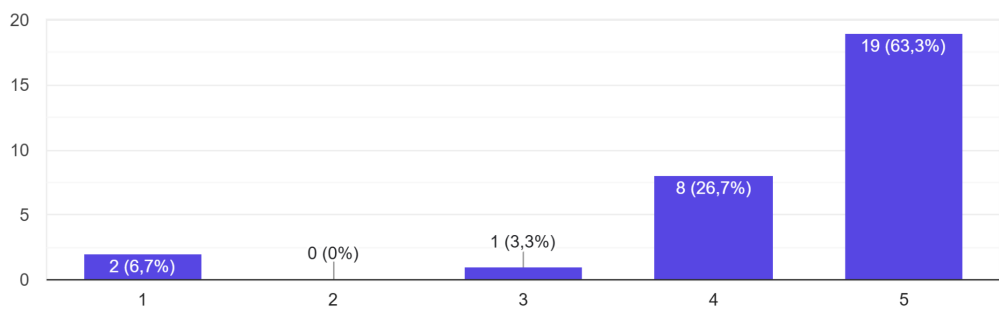
Desain mencerminkan identitas visual Yugiku dengan baik

30 jawaban



Desain membuat saya lebih tertarik pada produk Yugiku

30 jawaban





Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Transkrip Wawancara *Testing*

Nama Klien : Handika dan Nurul selaku Owner Yugiku

Tanggal Wawancara : 21 Juni 2026

Lokasi : Jl. Raya Jagakarsa No.1 No.40B, RT.3/RW.7, Jagakarsa, Kec. Jagakarsa, Kota Jakarta Selatan, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 12620

Hasil: FAW Marketing Collateral Yugiku

Penulis : Siang Pak, datangnya saya hari ini mau menunjukkan hasil dari marketing collateral Yugiku yang sudah selesai, saya tunjukkan ya.

Pak Handika : Iya, silahkan jadi gimana?

Penulis : Saya mulai dari poster dulu Pak. Ini poster untuk branding Yugiku.

Pak Handika : Hmm... ini bagus, kelihatan produknya jelas.

Penulis : lanjut ke banner Pak, ini digunakan untuk media display di area toko pakai tripod.

Pak Handika : Oh iya, ini juga sudah oke, masih satu konsep ya sama posternya.

Penulis : Iya Pak, masih satu konsep. Lanjut ke buku menu Pak, ini sesuai dengan informasi yang sudah diberikan.

Pak Handika : Ini rapi menu nya, hardcover kan ya.

Penulis : Iya betul Pak, terakhir ini tampilan feeds Instagram untuk media digitalnya.

Pak Handika : Oke.. ini untuk feeds kemarin yaa, berarti sudah lengkap semua yaa.

Penulis : Iya Pak..dari Bapak ada saran atau masukan dari hasil keseluruhan desainnya Pak? apakah sudah sesuai dengan kebutuhan Yugiku ya?

Pak Handika : Untuk desainnya sih sudah sesuai banget. Apalagi kamu sudah pakai konsep yang clean, terus warnanya juga hangat pakai coklat dan itu sudah sesuai dengan warna Yugiku. Fontnya juga saya sudah suka, karena simple dan nyaman dibaca. Overall sudah mewakili brand kita, baik dari segi warna maupun tampilan visualnya, jadi sudah cocok dengan konsep Yugiku.

Penulis : Baik terima kasih..berarti untuk desain ini sudah bisa lanjut ke tahap finalisasi ya Pak?

Pak Handika : Iya, boleh..

Penulis : Baik Pak, terima kasih banyak atas waktunya.

Pak Handika : Sama sama ya haura.

Lampiran 6 Dokumentasi *Testing*

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7 Logbook Bimbingan Tugas Akhir

Ani Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Progress	Catatan Pembimbing
Bimbingan ke-1	Bab 1	Latar Belakang	Done	February 20, 2026	Briefing dan menentukan topik laporan, membuat latar belakang	latar belakang disusun dari gambaran umum menuju aspek yang lebih spesifik
Bimbingan ke-2	Bab 1	Latar Belakang Tujuan Penelitian	Done	February 26, 2026	Asistensi latar belakang dan mulai menulis tujuan penelitian	menambahkan judul (sebagai...), menyederhanakan latar belakang dan tujuan
Bimbingan ke-3	Bab 1	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan	Done	March 3, 2026	Perbaikan latar belakang, asistensi rumusan masalah dan ruang lingkup dan batasan	Revisi rumusan masalah dan ruang lingkup
Bimbingan ke-4	Bab 1	Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Kerangka Teori	Done	March 6, 2026	Asistensi update perbaikan rumusan masalah dan ruang lingkup, dan asistensi kerangka teori	melanjutkan penulisan ke bab 2
Bimbingan ke-5	Bab 2	Penulisan Bab 2	Done	March 19, 2026	Menambahkan state of art, dan mulai menulis kerangka teori	melengkapi dan menambahkan kutipan di penulisan teori
Bimbingan ke-6	Bab 2	Penulisan Bab 2 Pertanyaan Questioner	Done	April 1, 2026	Melengkapi kerangka teori, dan asistensi draft kuesioner yang akan di publish	revisi menambahkan pertanyaan yang kurang di kuesioner
Bimbingan ke-7	Bab 3	Metode Penelitian Profil Klien Product Knowledge Target Audience Consumer Insight	Done	April 12, 2026	Asistensi penulisan metode penelitian, profil klien, product knowledge, target audience hingga consumer insight	penulisan metode pengumpulan data disatukan dimasukkan saja dalam emphatize design thinking
Bimbingan ke-8	Bab 3	Analisis SWOT Analisis Positioning Analisis Kompetitor Creative Brief	Done	April 13, 2026	Asistensi hasil analisis berdasarkan data survei yang dilakukan	Penyusunan laporan dirapikan
Bimbingan ke-9	Bab 1 Bab 2 Bab 3	Latar Belakang	Done	April 21, 2026	Revisi sesuai arahan dari sidang sempro sebelumnya	latar belakang di urutkan sesuai dengan revisi dosen penguji (penjelasannya terbalik), gambar yg digunakan di sesuaikan dengan media yg di angkat, dan revisi beberapa bagian di bab 3 sesuai komen dari dosen penguji
Bimbingan ke-10	Bab 1 Bab 4	Latar Belakang Wawancara	Done	May 10, 2026	Melakukan perbaikan berdasarkan hasil sempro, penambahan data pada bagian wawancara owner	Menggal lebih dalam informasi klien dan menentukan permasalahan yang paling sesuai
Bimbingan ke-11	Bab 4	Mind Mapping Moodboard	Done	May 25, 2026	Progress Mindmap Moodboard	Pengerjaan Mindmap dan Mood di bab 4
Bimbingan ke-12	Bab 4	Sketsa	Done	May 26, 2026	Bimbingan penentuan sketsa media utama	Membuat icon dan elemen dahulu, kemudian manual sebelum ke digital
Bimbingan ke-13	Bab 4	Sketsa Manual Sketsa Digital	Done	May 28, 2026	Revisi media utama yang di sketsa dan digitalisasi	Tentukan urgensi dan kesulitan ada di media apa, dan menyesuaikan yang paling tepat
Bimbingan ke-14	Semnas	Abstrak	Done	May 30, 2026	Bimbingan pengumpulan abstrak semnas	kata pengembangan dirubah dan judul dibedakan dengan TA
Bimbingan ke-15	Bab 4	Sketsa Manual	Done	July 5, 2026	Bimbingan hasil sketsa thumbnail dan manual	sudah baik dan tidak ada perbaikan
Bimbingan ke-16	Bab 4	Sketsa Digital	Done	June 15, 2026	Update hasil desain bagian digitalisasi	konsep ada yang kurang modern dan penggunaan foto produk ada perbaikan
Bimbingan ke-17	Bab 4	Sketsa Digital	Done	June 16, 2026	Revisi digitalisasi dengan konsep terbaru	Hasilnya sudah baik dan bisa dilanjutkan
Bimbingan ke-18	Bab 4	Testing	Done	June 20, 2026	Bimbingan bagian testing bab 4	Testing tidak menjawab tujuan perancangan masih 1 media
Bimbingan ke-19	Bab 4	Testing	Done	June 21, 2026	Perbaikan pada bab 4 testing	Perbaikan bagian testing, sesuaikan dengan tujuan perancangan
Bimbingan ke-20	Semnas		Done	June 22, 2026	Review tulisan artikel secara lengkap	sudah bisa lanjut submit
Bimbingan ke-21	Bab 1 Bab 2 Bab 3 Bab 4 Bab 5	Desain Komprehensif FAW Testing	Done	June 30, 2026	Review keseluruhan sebagai persiapan pengعلان Turmfin	Menambahkan detail dimensi ukuran gambar digital di desain komprehensif dan FAW, dan jumlah testing lebih dari 10
Bimbingan ke-22	Bab 4 Bab 5	FAW Pertimbangan Produksi	Done	July 4, 2026	Review keseluruhan laporan	ada penambahan revisi di bab 4 bagian FAW dan Pertimbangan Produksi
Bimbingan ke-23	Bab 1 Bab 2 Bab 3 Bab 4 Bab 5		Done	July 5, 2026	Review hasil revisi bab 4 sebelumnya dan cross check revisi dari revisi sempro	perjelas hasilnya di simpulan dan saran, dan perbesar foto media di bab 4
Bimbingan ke-24	Bab 1 Bab 2 Bab 3 Bab 4 Bab 5		Done	July 7, 2026	Reviewi keseluruhan laporan bab 1-5 dan ttd persetujuan sebelum submit	sudah bisa lanjut submit



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 8 Hasil Cek Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144665109

PAPER NAME

Desain Grafis 8A_Haura Nada Zahra_Per
ancangan Desain Marketing Collateral P
ada Yugiku Sebagai Media Branding.pdf

WORD COUNT

12469 Words

CHARACTER COUNT

81153 Characters

PAGE COUNT

76 Pages

FILE SIZE

1.2MB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 4:04 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2026 4:05 PM GMT+7

● 6% Overall Similarity

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

- 5% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material



Hak Cipta :

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

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup

Haura Nada Zahra

Desainer Grafis

Jakarta Selatan | 083807623255 | hauradzh@gmail.com |
<https://www.linkedin.com/in/hauranadazahra> | IG: @hauradzh_

TENTANG SAYA

Saya Haura, mahasiswa desain grafis yang berpengalaman di dunia kreatif, dan selalu punya keinginan besar untuk terus belajar dan berkembang di bidang desain. Saya terbiasa menggunakan perangkat lunak desain dan editing sehingga siap membantu menciptakan visual yang menarik dan berkesan.

PENDIDIKAN

Politeknik Negeri Jakarta - Jl. Prof.DR.G.A. Siwabessy, Agustus 2022 - Sekarang
Kampus Universitas Indonesia
Desain Grafis

SMK Negeri 41 Jakarta - Jl. Komp. Timah, Pd. Labu, Juli 2019 - Juni 2022
Kota Jakarta Selatan
Multimedia
Memiliki Rata-rata sebesar 84,26

PENGALAMAN KERJA

PT. Siam-Indo Gypsum Industry – Jl. Inspeksi Kalimalang Agustus 2025 - Sekarang
KM.2.Kp. Cikedokan, Cibitung Barat, Bekasi

Desainer Grafis (Freelance)

- Mendesain konten media sosial untuk Instagram dan Facebook dalam format feed dan story, termasuk pembuatan konsep visual, copy visual, dan caption.
- Membuat motion graphic dan mengedit video untuk kebutuhan promosi digital.
- Berkoordinasi dengan klien untuk revisi desain dan memastikan hasil sesuai standar brand.

Desainer Grafis (Magang)

- Mendesain konten digital untuk media sosial untuk Instagram dan Facebook dalam format feed dan story.
- Melakukan editing foto dan video, meliputi photo retouching, color correction, video cutting, penambahan subtitle, motion graphic sederhana, dan elemen visual pendukung untuk konten digital.
- Mendesain media promosi non-digital, seperti banner, backdrop, serta merchandise perusahaan seperti kaos, payung, pouch, dan media pendukung promosi lainnya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

PT. RANS Bisnis Indonesia – Green Andara Residence
Pangkalan Jati Baru, Depok, Jawa Barat
Desainer Grafis (Magang)

Januari 2025 - Mei 2025

- Mendesain konten media sosial Instagram untuk brand di bawah naungan RANS, yaitu Slavina, Bundbestiec, dan Mylk.
- Membuat motion graphic untuk konten digital sesuai dengan kebutuhan kampanye dan identitas masing-masing brand.

PENGALAMAN ORGANISASI

Pankreas - Jl. Prof.DR.G.A. Siwabessy, Kampus UI
Pencinta Seni dan Kreasi
Desainer Grafis (Kepanitiaan)

Desember 2022 - Sekarang

- Mendesain konten visual untuk promosi acara di media sosial, meningkatkan antusiasme audiens dan jangkauan promosi.
- Mendokumentasi momen, memastikan setiap momen acara terekam dalam bentuk visual yang berkesan.

KETRAMPILAN, SERTIFIKASI & PENGALAMAN LAINNYA

- **Keterampilan Pribadi:** Keterampilan Analisis, Perhatian terhadap Detail, Pemecahan Masalah, Kemampuan Beradaptasi, Komunikasi, Kreativitas, Manajemen Waktu.
- **Keahlian Perangkat Lunak:** Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe Premier, Adobe Indesign, Canva, Capcut.
- **Bahasa:** Indonesia (Native), Inggris (Intermediate)
- **Sertifikasi:**
 - Juara ke-3, lomba poster bertema “New Normal After Pandemic” (2021), oleh FKBMK UPN.
 - KKNI Tingkat II Kompetensi Keahlian Multimedia (2022), oleh Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP).
 - Berkontribusi sebagai desainer dalam “Gerakan Tatarupa Nusantara” bersama Kementerian Sosial Republik Indonesia.