



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN BUKU KATALOG
SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONI-C BUBUR ORGANIK**

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

Oleh:
MOHAMAD ATTAR REYHAN
2106421085

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN

LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Buku Katalog Sebagai Media Promosi
ONi-C Bubur Organik
Penulis : Mohamad Attar Reyhan
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

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

NIP. 197209021995122001

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN BUKU KATALOG SEBAGAI MEDIA
PROMOSI ONI-C BUBUR ORGANIK**

Oleh:
Mohamad Attar Reyhan
2106421085

Disahkan:

Penguji I

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

Penguji II

Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds.,M.Ds.
NIP. 199005112019032019

Kepala Program Studi

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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN BUKU KATALOG SEBAGAI MEDIA PROMOSI ONI-C BUBUR ORGANIK

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, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Mohamad Attar Reyhan

2106421085



ABSTRAK

Tumbuhnya kebutuhan masyarakat modern terhadap konsumsi produk yang praktis, sehat, dan mudah didapat menciptakan persaingan yang kini ketat di industri UMKM kuliner, khususnya pada segmen makanan organik. Dalam memenangi persaingan tersebut, pelaku usaha kini dituntut tidak hanya fokus pada mutu produk, tetapi juga wajib menyediakan media pemasaran yang informatif, menarik, dan selaras dengan citra merek. ONi-C menghadapi kendala dalam hal ini, komunikasi dengan konsumen serta calon mitra waralaba belum berjalan optimal karena belum tersedianya media promosi yang *representative*. Penelitian ini bertujuan untuk mengonsep desain promosi yang mampu mempresentasikan ONi-C sebagai produk makanan yang menawarkan makanan sehat siap saji yang praktis, halal, dan mudah. Metode yang diterapkan adalah kuantitatif dan kualitatif dan melakukan tahapan *brainstorming* (mindmap, moodboard, sketsa, digitalisasi). Dalam mengidentifikasi kebutuhan klien, karakteristik target pasar, dan efektivitas media yang sudah ada, pengumpulan data dilakukan secara komprehensif lewat teknik observasi, wawancara mendalam, *survey*, kuesioner, studi literatur dan menganalisis SWOT. Menurut hasil analisis data, konsep yang digunakan ini menerapkan pendekatan *visual* yang didasarkan pada *key message* yang menekankan kualitas produk dan kepercayaan terhadap bahan baku yang digunakan dan penerapan *tone and manner* yang alami, *simple*, dan profesional. Konsep ini diwujudkan dengan menggunakan desain yang menampilkan beberapa elemen elemen bahan makanan, penggunaan tipografi *sans serif*, *layout*, serta pemilihan warna yang sesuai dengan konsep desain. Dengan demikian konsep desain ini mampu menjadi fondasi utama dalam memperkuat citra merek, meningkatkan kepercayaan *audiens*, serta mendukung perluasan pasar ONi-C secara lebih terarah.

Kata kunci: Media promosi, *visual*, kuliner, citra merek, Bubur Organik

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The growing demand of modern society for practical, healthy, and easily accessible products has created intense competition in the culinary MSME industry, particularly in the organic food segment. To win this competition, business actors are now required to not only focus on product quality but also provide informative, attractive marketing media that aligns with the brand image. ONi-C faces obstacles in this regard, communication with consumers and potmindmap, moodboardartners has not been optimal due to the lack of representative promotional media. This study aims to conceptualize a promotional design that can present ONi-C as a food product that offers healthy ready-to-eat food that is practical, halal, and easy. The methods applied are quantitative and qualitative and include brainstorming stages (mindmap, moodboard, sketch, digitization). In identifying client needs, target market characteristics, and the effectiveness of existing media, data collection is carried out comprehensively through observation techniques, in-depth interviews, surveys, questionnaires, literature studies, and SWOT analysis. According to the results of the data analysis, the concept used applies a visual approach based on key messages that emphasize product quality and trust in the raw materials used and the application of a natural, simple, and professional tone and manner. This concept was realized through a design featuring several food elements, sans serif typography, a layout, and color choices that aligned with the concept. This design concept served as a key foundation for strengthening the brand image, increasing audience trust, and supporting ONi-C's more targeted market expansion.

.Keywords: *Promotional media, visual, culinary, brand image, Organic Porridge.*

**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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Katalog Sebagai Media Promosi ONi-C Bubur Organik” ini dengan baik. Laporan ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai perancangan buku katalog untuk PT Rofindiya Ekamulia Sukses.

Dalam proses penyusunan tugas akhir ini, rasa hormat dan terima kasih kepada pihak yang membimbing dan memberikan dukungan dalam penyusunan tugas akhir ini. Pihak-pihak yang bersangkutan adalah sebagai berikut:

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta
3. Dwi Agnes Natalian Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Materi dan Teknis Politeknik Negeri Jakarta.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds. M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik Negeri Jakarta
6. Seluruh dosen pegampu mata kuliah program studi Desain Grafis yang memberikan pengetahuan beserta arahan pada perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Keluarga yang telah mendukung dari moral dan materi dalam merancang laporan tugas akhir.
8. Eko Priyanto, S.Kom., selaku Owner ONi-C Bubur Organik
9. Puspa, ahnaf, Wenda, Cerry, Kalila, Vito, Aqsal, Argy, Vino, dimas, serta teman-teman mahasiswa khususnya jurusan teknik grafika dan penerbitan lainnya dan juga teman lingkungan rumah yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang telah menemani dan menghibur dalam proses menyelesaikan laporan tugas akhir ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Terima kasih ini juga ditujukan kepada pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan satu per satu, atas segala dukungan yang telah diberikan kepada penulis, baik secara tidak langsung maupun langsung, sehingga laporan tugas akhir ini mampu diselesaikan dengan baik.

Laporan Tugas akhir ini sudah dibuat sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dari kata kesempurnaan baik isi maupun sistematiknya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati. Harapan penulis adalah semoga laporan ini dapat memberikan manfaat maupun referensi untuk para pembaca dalam merancang laporan tugas akhir di hari yang mendatang.

Jakarta, 8 Juli 2026

Mohamad Attar Reyhan



© 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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	5
1.4.1 Tujuan	5
1.4.2 Manfaat	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Promosi	8
2.2 Media Promosi	9
2.3 Katalog	11
2.4 Layout.....	12
2.5.1 Elemen Layout	13
2.5 Warna	14



Hak Cipta :

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

2.5.1	Harmoni Warna.....	14
2.6	Tipografi.....	17
2.6.1	Jenis Huruf	17
2.7	<i>Prinsip Desain Grafis</i>	19
2.8	<i>Design Thinking</i>	25
BAB III METODE PERANCANGAN.....		27
3.1.	Metode Penelitian	27
3.1	Data dan Analisis	29
3.2.1.	<i>Product Knowledge</i>	31
3.2.2.	<i>Target Audience</i>	33
3.2.3.	Kompetitor	34
3.2.4.	<i>Consumer Insight</i>	41
3.2.5.	Analisis SWOT	43
3.2.6	Arahan kreatif	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN		50
4.1	Konsep Visual.....	50
4.1.1	Mindmapping	50
4.1.2	Moodboard	53
4.2	Proses Desain	54
4.2.1	Sketsa Alternatif.....	54
4.2.2	Sketsa Digital	58
4.2.3	Desain Komprehensif Terpilih	62
4.2.4	Penerapan Elemen Desain.....	63
4.2.5	Desain Terpilih.....	67
4.3	Testing.....	69



© 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

4.3.1	Final Artwork	70
4.3.2	Penerapan Prinsip Desain Grafis.....	71
4.3.3	Media Pendukung	75
4.4	Pertimbangan Produksi	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran.....	79
DAFTAR REFERENSI		81
LAMPIRAN.....		86
1.	Lembar Bimbingan Tugas Akhir	86
2.	Transkrip Wawancara	88
3.	Transkrip Wawancara Testing	105
4.	Dokumentasi	117
5.	Hasil Kuesioner.....	117
6.	Biodata Penulis	122
7.	Hasil Turnitin	123



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Warna Triadic.....	15
Gambar 2. 3 Warna Split Complementary	15
Gambar 2. 4 Warna Tetradic	16
Gambar 2. 5 Warna Monochromatic.....	16
Gambar 2. 6 Warna Analogous.....	16
Gambar 2. 7 Sans Serif	17
Gambar 2. 8 Serif.....	18
Gambar 2. 9 Script	18
Gambar 2. 10 Dekoratif	18
Gambar 2. 11 Monospace	19
Gambar 2.12 Contoh Proximity	20
Gambar 2.13 Contoh Alignment.....	20
Gambar 2. 14 Contoh Repetition	21
Gambar 2.15 Contoh Kontras	21
Gambar 2.16 Contoh Keseimbangan Simetris.....	22
Gambar 2. 17 Keseimbangan Asimetris.....	23
Gambar 2.18 Contoh Rhythm	24
Gambar 2.19 Gambar Emphasis	24
Gambar 2. 20 Contoh Proposi.....	25
Gambar 3.1 Logo ONi-C	30
Gambar 3.2 Logo Nayz.....	34
Gambar 3.3 Logo Promina.....	37
Gambar 3 4 Logon Bubur SUN	39
Gambar 4.3 Moodboard	53



© 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 4.4 Sketsa Manual "Visual Organik"	54
Gambar 4.5 Sketsa Manual "Structured Product"	55
Gambar 4.6 Sketsa Manual "Modern Fungsional"	56
Gambar 4.7 Sketsa Manual Modern Natural.....	57
Gambar 4.8 Sketsa Manual "Natural Informative.....	58
Gambar 4.9 Sketsa Digital "Natural Informative.....	59
Gambar 4.10 Sketsa Digital "Structured Product"	60
Gambar 4.11 Sketsa Digital "Visual Organik"	61
Gambar 4.12. Desain Komprehensif Terpilih	62
Gambar 4.13 Ilustrasi	63
Gambar 4.14 Pallet Warna	65
Gambar 4.15 Font Cormorant	65
Gambar 4.16 Font Metropolis	66
Gambar 4.17 Desain Terpilih.....	68
Gambar 4.18 Prototype	69
Gambar 4.19 FAW	71
Gambar 4.20 Penerapan Keseimbangan Simteris Hal (7-8)	66
Gambar 4.21 Penerapan Keseimbangan Asimetris Hal(11)	72
Gambar 4.22 Penerapan Emphasize Hal(27)	72
Gambar 4.23 Penerapan Rythm	73
Gambar 4.24 Penerapan Unity	73
Gambar 4.25Penerapan Hierarki Visual	74
Gambar 4.26 Penerapan White Space	74
Gambar 4.27 Banner ONi-C	75
Gambar 4.28 Mockup Instagram Feeds	76



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Product Knowledge ONi-C.....	31
Tabel 3.2 Hasil Analisis SWOT.....	43
Tabel 3.3 Creative Brief.....	47
Tabel 4.2 Key Visual	52





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor Usaha Mikro, Kecil dan Menengah (UMKM) di Indonesia, khususnya pada subsektor kuliner, menunjukkan perkembangan yang signifikan serta berperan penting dalam perekonomian nasional. Hal ini tercermin dari industri makanan dan minuman yang secara konsisten menjadi salah satu kontributor utama terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) industri pengolahan nomigas dengan kontribusi yang mencapai lebih dari 39%. Kondisi tersebut mengindikasikan bahwa sektor kuliner memiliki tingkat pertumbuhan yang tinggi sekaligus tingkat persaingan yang semakin ketat. Situasi ini menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya berfokus pada peningkatan kualitas produk, tetapi juga pada penguatan strategi komunikasi merek yang efektif. Dalam konteks persaingan yang semakin kompleks, kemampuan dalam menyampaikan informasi produk secara jelas, membangun identitas visual yang konsisten, serta menciptakan citra merek yang kuat menjadi faktor penting dalam menarik perhatian dan membangun kepercayaan konsumen. Dengan demikian, strategi komunikasi merek yang terencana dan terarah menjadi salah satu elemen kunci dalam mendukung keberlanjutan dan daya saing UMKM di sektor kuliner (Yunaz & Latifah, 2024)

Sejalan dengan kebutuhan tersebut, pemanfaatan media promosi yang mampu menyampaikan informasi produk secara lengkap dan menarik menjadi semakin penting bagi UMKM. Kepentingan dalam pemanfaatan katalog bagi UMKM semakin bertambah dalam menghadapi kompetisi pasar digital. Katalog hadir untuk membantu mendeskripsikan detail produk secara mendalam dengan efektif (Indrianawati dkk., 2025). Selain aspek informatif, aspek visual juga memiliki fungsi vital. Mengangkat kutipan pada kotler dan keller dalam (Tommy & Rahmat, 2024) media konvensional mempunyai peran dalam menarik perhatian konsumen dengan memiliki visual yang kuat. Penyusunan katalog sangat memperhatikan keserasian setiap konten dan identitas visual merek. (Nafi akbar, 2025) menekankan bahwa



© 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

katalog yang baik tidak hanya untuk memuat data, namun juga bisa dalam memikat pembaca dengan memainkan tata letak dan warna yang estetik.

Salah satu UMKM yang menerapkan strategi tersebut adalah O-NIC sebagai produsen Bubur Organik yang secara strategis menargetkan segmen pasar makanan sehat, khususnya produk Makanan Pendamping ASI (MPASI) berbahan organik, menjanjikan kualitas terbaik dan praktik higienis. Untuk memproyeksikan citra ini, O-NIC membangun citra merek melalui identitas visual yang sederhana dan konsisten, dengan penggunaa warna hijau dan kuning yang memberikan kesan natural, segar, dan alami. Pemilihan jenis huruf yang sederhana serta mudah dibaca turut memperkuat kesan bersih, jelas, dan mudah dikenali. Identitas visual ini menjadi bagian penting dalam membentuk citra merek yang lebih kuat dan terarah. Selain itu, dengan kemampuan menekan Harga Pokok Penjualan (HPP) melalui pembelian bahan baku skala ton dan negosiasi dengan *supplier*, O-NIC berhasil menjaga stabilitas harga jual hingga 8 tahunan, memberikan keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar produk premium.

Keunggulan tersebut turut mendorong perkembangan usaha O-NIC. Meskipun ONi-C telah berhasil membangun jaringan 199 mitra franchise dalam kurun waktu enam tahun yang tersebar di berbagai wilayah Indonesia, perusahaan masih berupaya meningkatkan jumlah kemitraan untuk memperluas jangkauan pemasaran dan distribusi produk. Penambahan mitra dinilai penting agar produk O-NIC dapat menjangkau lebih banyak konsumen, memperkuat kehadiran merek di berbagai daerah, serta mendukung pertumbuhan bisnis secara berkelanjutan. Namun, dalam upaya tersebut, ONI-C masih menghadapi tantangan pada aspek komunikasi produk. Hingga saat ini, Meskipun ONi-C telah memanfaatkan media sosial sebagai media promosi, informasi yang disampaikan masih terbatas pada pengenalan produk dan daftar menu. Media tersebut belum mampu menyajikan informasi secara lengkap mengenai komposisi bahan, manfaat produk, variasi menu, serta identitas merek dalam satu media yang terstruktur. Di sisi lain, ONi-C juga belum memiliki katalog cetak sebagai media komunikasi pemasaran yang mampu menyajikan informasi produk secara komprehensif. Akibatnya, calon konsumen maupun calon mitra franchise belum memperoleh informasi yang utuh



© 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

mengenai produk dan keunggulan yang ditawarkan ONi-C. Kondisi ini menjadi kendala dalam proses penyampaian informasi kepada calon mitra, khususnya dalam memberikan pemahaman yang jelas dan meyakinkan sebagai dasar pertimbangan kerja sama. Dalam konteks ekspansi kemitraan, kebutuhan akan media yang mampu merepresentasikan produk secara informatif, sistematis, dan profesional menjadi semakin penting. Tanpa adanya media yang terstandarisasi, proses komunikasi cenderung tidak konsisten dan berpotensi menimbulkan perbedaan persepsi terhadap kualitas dan nilai produk. Oleh karena itu, diperlukan suatu media komunikasi yang mampu menjembatani kebutuhan informasi tersebut sekaligus mendukung strategi pengembangan dan perluasan jaringan mitra ONI-C secara lebih efektif. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan informasi, terutama bagi calon mitra yang membutuhkan pemahaman menyeluruh sebelum memutuskan untuk bergabung. Beberapa calon *franchise* mengungkapkan keraguan karena keterbatasan materi promosi yang dapat menjelaskan produk secara jelas dan profesional. Ketidaktersediaan katalog sebagai media informasi terstruktur membuat citra merek kurang kuat dan mengurangi kepercayaan calon mitra, meskipun secara bisnis ONI-C telah menunjukkan pertumbuhan yang signifikan. Oleh karena itu, penyusunan buku katalog yang informatif, menarik, dan sesuai identitas visual menjadi kebutuhan penting untuk meningkatkan kredibilitas serta mendukung proses promosi dan ekspansi *franchise*.

Melihat berbagai kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan akan informasi produk yang jelas, lengkap, dan disajikan secara menarik menjadi aspek penting dalam mendukung keberhasilan pemasaran, terutama bagi produk pangan bernilai gizi seperti bubur organik. ONi-C sebagai pelaku usaha yang sedang berkembang memerlukan media promosi yang mampu merepresentasikan kualitas, identitas, serta keunggulan produknya secara efektif. Ketidaktersediaan katalog yang sistematis tidak hanya menghambat penyampaian informasi kepada konsumen dan calon mitra, tetapi juga berpotensi melemahkan citra dan kredibilitas merek. Oleh karena itu, perancangan buku katalog dipilih sebagai solusi karena mampu menyajikan informasi produk secara lebih lengkap dan terstruktur, meliputi variasi menu, komposisi bahan, manfaat produk, cara penyajian, hingga identitas



© 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

visual merek dalam satu media. Berbeda dengan brand profile yang lebih berfokus pada pengenalan perusahaan, visi, misi, dan profil usaha, buku katalog lebih sesuai dengan kebutuhan ONi-C yang memerlukan media untuk mengomunikasikan detail produk sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen maupun calon mitra *franchise*. Dengan demikian, perancangan buku katalog yang informatif, memiliki visual yang konsisten dengan identitas merek, serta mampu mengomunikasikan nilai dan manfaat produk secara jelas menjadi langkah strategis dan relevan untuk menjawab kebutuhan ONi-C. Perancangan ini diharapkan dapat meningkatkan kepercayaan konsumen, memperkuat daya saing, dan mendukung ekspansi usaha secara lebih terarah.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang buku katalog produk ONI-C sebagai media promosi yang mampu menyajikan informasi produk secara lengkap, jelas, dan menarik?
2. Bagaimana menerapkan konsep visual, tata letak (*layout*), dan identitas merek (*brand identity*) pada buku katalog agar informasi produk tersampaikan secara efektif?
3. Bagaimana merancang buku katalog yang mampu memperkuat identitas merek ONI-C serta meningkatkan kepercayaan konsumen dan calon mitra *franchise*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penulisan tugas akhir ini, Batasan masalah ditetapkan agar pembahasan tetap terfokus pada pokok permasalahan. Oleh karena itu, ruang lingkup kajian diarahkan pada aspek-aspek berikut:

1. Proses perancangan buku katalog sebagai media promosi ONi-C (Bubur Organik).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Penerapan teori, prinsip, dan metode desain grafis dalam proses pembuatan buku katalog untuk memastikan konsistensi identitas visual, keterbacaan materi, dan efektivitas pesan promosi ONi-C (Bubur Organik).
3. Penerapan elemen desain pada media pendukung seperti *Instagram feed* , dan *stand banner*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah serta ruang lingkup pembahasan yang telah dijelaskan sebelumnya, tujuan dan manfaat dari proses perancangan buku katalog sebagai media promosi ONi-C (Bubur Organik) adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari penulisan Laporan Tugas Akhir pada Perancang Buku Katalog Sebagai Media Promosi ONi-C (Bubur Organik) adalah sebagai berikut:

1. Merancang buku katalog produk ONI-C yang berfungsi sebagai media promosi yang informatif, estetik, dan profesional guna memperkuat citra merek serta membangun kepercayaan publik.
2. Menciptakan desain tata letak (*layout*) dan visualisasi produk yang menarik dan konsisten untuk memperkuat identitas merek (*brand identity*) ONI-C.
3. Menghasilkan media promosi yang mampu meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata konsumen serta meyakinkan calon mitra akan potensi bisnis *franchise* ONI-C.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat yang ingin didapatkan dari penyusunan Laporan Tugas Akhir pada Perancangan Buku Katalog Sebagai Media Promosi ONi-C (Bubur Organik) adalah sebagai berikut:



© 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

a. Manfaat Klien

Desain buku katalog ONi-C (Bubur Organik) dirancang tidak hanya untuk memperkuat *brand image* dan memacu pertumbuhan bisnis di era digital, tetapi juga untuk meningkatkan efektivitas komunikasi produk. Melalui penyajian yang menarik dan sistematis, katalog ini memudahkan konsumen memahami variasi menu serta harga untuk pengambilan keputusan yang cepat. Katalog ini berfungsi sebagai media informasi kredibel bagi calon mitra untuk melihat kualitas produk dan potensi kerja sama secara komprehensif.

b. Manfaat Akademis

Berfungsi sebagai referensi bagi akademisi, terutama mahasiswa desain grafis, dalam mengembangkan perancangan buku katalog UMKM di bidang kuliner yang informatif dan menarik.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini diperlukan sistematika penulisan yang baik dan terstruktur agar materi mudah dipahami serta informasi dapat tersampaikan secara tepat dan terarah. Oleh karena itu, penulisan laporan ini disusun kedalam lima bagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas dasar permasalahan yang melatarbelakangi perancangan buku katalog sebagai media promosi ONi-C (Bubur Organik). Selain itu, bab ini juga memaparkan rumusan masalah, tujuan, manfaat, ruang lingkup, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menyajikan teori-teori pendukung yang digunakan dalam perancangan buku katalog sebagai media promosi ONi-C (Bubur Organik). Pembahasan mencakup teori desain grafis terkait perancangan buku katalog, prinsip tata letak, dan metode riset desain yang digunakan dalam proses 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

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas hasil observasi dan wawancara yang dilakukan terhadap ONi-C (Bubur Organik). Selain itu, pembahasan juga mencakup analisis SWOT, *target audiens*, serta identifikasi kebutuhan dan hambatan pada media promosi yang saat ini digunakan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas proses dan hasil perancangan karya desain yang mengacu pada arahan kreatif yang telah ditetapkan sebelumnya. Pembahasan meliputi pengembangan konsep visual, mulai dari pembuatan sketsa alternatif hingga penentuan desain final, serta penerapannya pada media utama dan media pendukung. Selain itu, dipaparkan pula rincian estimasi biaya produksi sebagai dasar pertimbangan dalam mengimplementasikan media desain yang dihasilkan.

BAB V PENUTUP

Bab ini terdiri atas dua bagian utama, yaitu simpulan yang dirumuskan secara singkat dan sistematis dari hasil analisis dan pembahasan, serta saran yang berfungsi sebagai rekomendasi untuk memecahkan permasalahan yang menjadi fokus penelitian.

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Keseimpulan pada proses perancangan buku katalog ONi-C sebagai media promosi, disimpulkan sebagai berikut,

1. Proses perancangan buku katalog ONi-C Bubur Organik menerapkan metode *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahapan, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pada tahap *empathize*, dilakukan pengumpulan data melalui wawancara dengan pemilik ONi-C, survei kepada target audiens, observasi, studi literatur, dan analisis kompetitor untuk memahami kebutuhan klien serta karakteristik target audiens. Tahap *define* dilakukan dengan mengolah data yang diperoleh untuk mengidentifikasi permasalahan utama ONi-C, khususnya keterbatasan media promosi yang dapat menyampaikan informasi produk secara lengkap dan terstruktur, kemudian dirumuskan ke dalam *creative brief*. Pada tahap *ideate*, permasalahan tersebut dikembangkan menjadi gagasan visual melalui proses *mindmapping*, *moodboard*, dan eksplorasi sketsa alternatif. Konsep yang telah ditentukan kemudian diwujudkan melalui tahap *prototype* dengan melakukan digitalisasi desain terpilih dan membuat *mockup* katalog. Selanjutnya, tahap *testing* dilakukan untuk memperoleh tanggapan terhadap hasil rancangan sebelum menghasilkan *final artwork*. Dengan demikian, penerapan metode *Design Thinking* membantu proses perancangan berjalan secara sistematis dan menghasilkan solusi desain yang didasarkan pada kebutuhan klien, karakteristik target audiens, serta permasalahan komunikasi promosi ONi-C.

2. Konsep visual buku katalog ONi-C Bubur Organik mengusung *tone and manner* yang alami, profesional, dan sederhana (*natural, professional, and simple*) dengan menerapkan elemen serta prinsip desain secara fungsional untuk mendukung penyampaian informasi. Kesan alami diwujudkan melalui penggunaan ilustrasi *line art* bergaya *botanical* yang mengambil bentuk daun dan bahan makanan, serta pemilihan warna hijau, kuning, dan krem yang merepresentasikan kesan organik, sehat, dan alami. Kesan profesional diterapkan melalui komposisi



© 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

layout yang terstruktur, penggunaan tipografi *Cormorant* sebagai headline untuk memberikan karakter visual dan *Metropolis* sebagai *body text* untuk menjaga keterbacaan. Sementara itu, kesan sederhana diterapkan dengan membatasi penggunaan elemen yang tidak diperlukan dan memanfaatkan *white space* agar informasi tidak terlihat padat. Penerapan prinsip keseimbangan simetris digunakan pada halaman yang membutuhkan kesan stabil, rapi, dan formal, sedangkan keseimbangan asimetris diterapkan untuk menciptakan dinamika visual tanpa menghilangkan keteraturan. Prinsip *hierarchy* digunakan dengan membedakan ukuran dan posisi judul, informasi produk, serta elemen pendukung agar pembaca dapat menentukan informasi yang perlu dibaca terlebih dahulu. Prinsip *contrast* diterapkan melalui perbedaan ukuran tipografi, warna, dan bobot visual untuk menonjolkan informasi utama. Prinsip *repetition* diterapkan melalui pengulangan penggunaan warna aksen, margin, tipografi, dan pola *layout* sehingga tercipta konsistensi antar halaman. Selain itu, *white space* digunakan untuk memberikan ruang bernapas pada komposisi sehingga katalog terlihat lebih bersih dan profesional. Dengan penerapan elemen dan prinsip tersebut, konsep visual katalog tidak hanya berfungsi sebagai daya tarik estetik, tetapi juga mendukung keterbacaan informasi, memperkuat identitas visual ONi-C, dan menyampaikan karakter produk sebagai makanan organik yang berkualitas..

3. Hasil testing menunjukkan bahwa rancangan buku katalog ONi-C telah mampu merepresentasikan konsep visual yang ditetapkan dan dinilai sesuai dengan tone and manner alami, sederhana, dan profesional. Pengujian dilakukan kepada 10 responden yang terdiri dari beberapa target audiens dan masyarakat umum. Berdasarkan hasil testing, penggunaan *layout*, warna, tipografi, fotografi, dan ilustrasi dinilai telah mendukung tampilan katalog secara keseluruhan. Responden juga menilai bahwa desain yang sederhana, rapi, serta penggunaan *layout* simetris dan asimetris mampu memperkuat kesan profesional pada katalog. Namun, testing juga menghasilkan beberapa masukan untuk meningkatkan efektivitas desain, seperti penyesuaian ukuran *font* pada beberapa halaman, memperbesar margin yang terlalu dekat dengan area tepi, menyederhanakan elemen pada cover agar tidak terlalu ramai, menambahkan elemen visual pada halaman daftar isi, memberikan



© 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

variasi warna background, memperjelas informasi harga dan varian rasa pada bagian komposisi, serta mengganti foto pada halaman tips and trick agar lebih relevan dengan produk. Masukan tersebut kemudian digunakan sebagai dasar dalam melakukan revisi desain sehingga menghasilkan final artwork yang lebih optimal, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan media promosi ONi-C Bubur Organik. Dengan demikian, proses testing berperan penting dalam mengevaluasi efektivitas rancangan sekaligus memastikan hasil akhir dapat menyampaikan informasi produk secara lebih jelas dan mendukung citra ONi-C sebagai merek yang alami, profesional, dan terpercaya..

5.2 Saran

Pengembangan pada media komunikasi perusahaan mampu terus berkembang secara strategis, berikut adalah beberapa saran yang diberikan ke perusahaan, dan peneliti ataupun perancang selanjutnya:

1. Untuk memaksimalkan strategi pemasaran, pihak ONi-C disarankan untuk memperluas jangkauan promosi secara efisien dengan mendistribusikan katalog secara menyeluruh, baik dalam versi cetak untuk kebutuhan pameran dan pertemuan klien, maupun format *digital* interaktif di situs resmi serta media sosial. Seiring berjalannya waktu, konten di dalam katalog tersebut perlu diperbarui secara berkala setiap 6 hingga 12 bulan agar informasi produk yang disajikan tetap akurat serta relevan dengan perkembangan tren desain. Selain itu, konsistensi elemen visual seperti pilihan warna, tipografi, dan gaya fotografi harus tetap dijaga agar selaras dengan media promosi ONi-C lainnya, termasuk kemasan demi memperkuat identitas merek. terakhir, penting untuk mengevaluasi efektivitas penggunaan katalog ini melalui metrik konversi penjualan atau umpan balik dari tim pemasaran sebagai landasan pacu dalam mengembangkan media komunikasi visual di masa mendatang.

Untuk pengembangan di masa mendatang, perancangan katalog dapat ditingkatkan dengan mengeksplorasi format *digital* yang lebih interaktif, seperti *e catalog* yang dilengkapi animasi, dan video produk demi menciptakan pengalaman pengguna yang lebih memikat. Selain itu, keputusan estetika seperti



© 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

pemilihan warna dan gaya visual sebaiknya didasarkan pada riset *audiens* yang mendalam melalui wawancara atau kuesioner agar keputusan desain lebih terukur dan berbasis data. Evaluasi terhadap performa media promosi ini juga perlu diperkuat menggunakan pendekatan kuantitatif, misalnya dengan membandingkan tingkat persepsi serta minat beli konsumen sebelum dan sesudah membaca katalog. Terakhir, apabila katalog didistribusikan dalam bentuk fisik, perancang disarankan untuk mengeksplorasi variasi material dan Teknik penyelesaian seperti jenis kertas khusus, laminasi, atau embossing guna memberikan sentuhan akhir yang berkualitas tinggi dan berkesan premium.





Hak Cipta :

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

- Agus Budi Setyawan. (2021). *TINJAUAN TATA LETAK (LAYOUT) ISI BUKU SENI BUDAYA DAN KETERAMPILAN KELAS III SEKOLAH DASAR DI PENERBIT YUDHISTIRA*.
<https://www.scribd.com/document/537367379/Isi-Artikel-703275733981>
- Alexander, J., Pangestu, D. R., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan Genetic Neural Network dalam Pemilihan Color Palette untuk Desain Skema Warna. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 284–297.
<https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.271.284-297>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking*.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/8/>
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar—Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain Yang Konseptual*. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#page=2>
- Garaika, G., & Feriyan, W. (2019). PROMOSI DAN PENGARUHNYA TERHADAP TERHADAP ANIMO CALON MAHASISWA BARU DALAM MEMILIH PERGURUAN TINGGI SWASTA. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Hafidh Ardiyansyah Suwandi & Dwi Sudjanarti. (2023). Pembuatan Katalog Produk Menggunakan Canva Sebagai Media Promosi Pada Warkop R.



Hak Cipta :

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

Basman Malang. *Mutiara : Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah*, 2(1), 28–36. <https://doi.org/10.59059/mutiara.v2i1.837>

Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). MEDIA VISUAL BERBENTUK KATALOG PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *SENSI Journal*, 2(2), 184–197. <https://doi.org/10.33050/sensi.v2i2.752>

Ilham, I. (2022). PERANCANGAN BUKU KATALOG PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUSEN MEUBEL YASMIENITURE. *JURNAL DASARUPA: DESAIN DAN SENI RUPA*, 1(3), 54–79. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v1i3.119>

Indrianawati, D. N., Putra, G. B. S., & Kharismawan, P. G. S. (2025). PERANCANGAN KATALOG PRODUK “NENEK MOYANG 69” DI CV. BOREH BALI. 2025.

Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>

Kusumo, H. (2018). PEMANFAATAN BROSUR SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PESERTA DIDIK PADA DUTA ISLAMIC SCHOOL (DIS) SEMARANG. *JURNAL NUSANTARA APLIKASI MANAJEMEN BISNIS*, 3(1), 88. <https://doi.org/10.29407/nusamba.v3i1.11916>

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



Hak Cipta :

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

Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). PERANCANGAN FEED
INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI TAPE KETAN
SURABAYA. 2021.

<https://www.scribd.com/document/644697454/42446-Article-Text-68435-1-10-20210729-1>

Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022).

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK UNTUK PEMASARAN
BISNIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. 2022, 11.

<https://ejournal.stpmataram.ac.id/JIH/article/view/1612/1285>

Nafi akbar, M. N. A. (2025). PERANCANGAN BUKU KATALOG ADA
PERUSAHAAN, SEBAGAI EFESIENSI ROMOSI. 2025.

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/8138/1/22420100040-2025-UNIVERSITASDINAMIKA.pdf>

Nugroho, S. (2015). *Manajemen Warna Dan Desain* (Vols. 1–25).

https://books.google.co.id/books?id=axKCCwAAQBAJ&pg=PA1&source=gbs_selected_pages&cad=1#v=onepage&q&f=false

Nurmi, N. (2017). Membangun Website Sistem Informasi Dinas Pariwisata. *Edik Informatika*, 1(2), 1–6. <https://doi.org/10.22202/ei.2015.v1i2.1418>

Nurnawati, R. (2023). Strategi Promosi untuk Meningkatkan Jumlah Anggota Koperasi Simpan Pinjam Pembiayaan Syariah Mitra Insan Mandiri. *La Zhulma | Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 3(2), 158–164.

<https://doi.org/10.70143/lazhulma.v3i2.258>



Hak Cipta :

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

Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan*.

https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=yQwVEAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=putra+rw+2021+pengantar+desain+komunikasi+visual+dalam+penerapan&ots=za7YZod0wL&sig=eckDJZcgK5FhBL1KVNe06t7AxUM&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

Safari, I. B., & Roosandriantini, J. (2025). *Penerapan Prinsip Desain D.K. Ching pada Bangunan Sessat Agung*. 4(1).

Salman, S., & Deniaty Sholihah, D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>

Solikhah, A., Widyasmoro, H., Jamroji, B., & Khodijah, S. (t.t.). *STRATEGI PENGGUNAAN FLYER DI MEDIA SOSIAL SEBAGAI SARANA UNTUK MENARIK MINAT BACA MASYARAKAT*.

Suharyanto, E., Trisianto, C., & Persada, G. N. (2022). CARA DESAIN POSTER PROMOSI DARI APLIKASI “CANVA” PADA SMP PGRI 1 CIPUTAT. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(2), 171–177. <https://doi.org/10.53769/jai.v2i2.218>

Tommy, M., & Rahmat, F. (2024). Pengaruh Media Komunikasi Konvensional (Baliho) Dan Media Komunikasi Digital (Instagram) Terhadap Minat Kunjung Pada Event Bazar Midtown. 2024.

Uluwiyah, A. urul. (2022). STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat. 2022.



© 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

[https://eprints.iainu-](https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/722/1/020%20Anisatun%20N.%20U._Strategi%20bauran%20promosi.pdf)

[kebumen.ac.id/id/eprint/722/1/020%20Anisatun%20N.%20U._Strategi%20bauran%20promosi.pdf](https://eprints.iainu-kebumen.ac.id/id/eprint/722/1/020%20Anisatun%20N.%20U._Strategi%20bauran%20promosi.pdf)

Witabora, J., Adidharma, K. S., Meilani, M., & Respati, A. A. (2018). Studi Skema Warna Berdasarkan Lokal Konten Budaya Kota. *JSRW (Jurnal Senirupa Warna)*, 5(1). <https://doi.org/10.36806/jsrw.v5i1.7>

Yunaz, N. A. P., & Latifah, L. (t.t.). *Aspek Manajemen Pada Umkm Dapur Bunda Bifa Sebagai Fondasi Penilaian Kelayakan Bisnis*.

Zainudin, A. (2021). *TIPOGRAFI*.

<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312/333>

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

https://www.notion.so/Logbook-Penelitian-Tugas-Akhir-285d063053bb8190859dc1eb53b65e96?source=copy_link

Table 4.1 Bimbingan

Nama Agenda	Tanggal Bimbingan	Catatatan Pembimbing	To-Do-Next
Bimbingan 1	Sep 23, 2025	Revisi judul proposal, latar belakang	melakukan revisi judul proposal dan latar belakang
Bimbingan 2	Oct 1, 2025		
Bimbingan 3	Dec 4, 2025	Data masih sangat kurang lengkap di bab2 dan ada beberapa revisi penulisan di bab 1, ada juga beberapa point yang harus di hilangkan, masukan gambar di setiap point di bab2 yang membutuhkan gambar, di bagian target audience ditambahkan segmentasi behaviour	melengkapi data yang kurang di bab 2 dan merevisi penulisan di bab 1, dalam bab2 masukan beberapa teori yang berkaitan dengan bab 3 dan masukan gambar yang dibutuhkan

Hak Cipta :

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

Bimbingan 4	Dec 9, 2025		
Bimbingan 5	Dec 13, 2025	di bab 2 ada satu point yang salah dalam mesukan jurnal yang dibutuhkan, banyak kata asing yang tidak di italic, melengkapi creative brief dan blm mengisi lampiran	mengganti jurnal yang di pakai pada satu point di bab 2 dengan jurnal yang membahas judul sesuai dengan judul proposal, akan melengkapi creative brief sesuai dengan hasil yang telah di dapat
Bimbingan 6	Dec 17, 2025	di point bab 2 bagian katalog di tambahkan lagi jurnalnya, masukan lampira kuesioner dan logbook bimbingan, revisi customer insight, revisi sedikit di creative brief	menambahkan jurnal di bagian point katalog, akan memasukan lampiran yang berisi hasil kuesioner, logbook. dan akan merevisi creative brief dan customer insight
Bimbingan 7	May 9, 2026	Ekplorasi mendalam mindmap dan moodboard	Merancang mindmap dan juga moodboard, setelah itu



© 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

			membuat 5 sketsa manual
Bimbingan 8	May 30, 2026	Merevisi abstrak Semnas	Abstrak semnas di revisi dan melanjutkan sketsa
Bimbingan 9	June 9, 2026	Merevisi full paper	Merevisi full paper dan melanjutkan sketsa ke sketsa digital terpilih
Bimbingan 10	June 30, 2026	Melanjutkan penulisan dan melakukan testing	Revisi bab 4 dan membuat pertanyaan testing untuk di asistensi

2. Transkrip Wawancara

Berikut transkrip wawancara di tanggal 9 Oktober 2025 dengan owner ONi-C.

Pewawancara: Bang eko mau nanya dong, Bang eko tuh mendeskripsikan brand Bubur Onic tuh kayak gimana sih?

Informan: Jadi, kalau gue mendeskripsikan gini, gue tuh produk Bumbur Onic itu karena bahan bakunya organik Yang jelas alami ya. Itu ramah lingkungan. Kita kerjasama juga dari petani-petani yang mereka punya Komitmen untuk membantu anak-anak yang gak mampu jadi kita kerjasama sama sebuah lembaga dimana lembaga itu mengumpulkan para petani-petaninya kemudian mereka punya lembaga yang mau punya sekolah untuk anak-anak yang gak mampu makanya kita tuh bener-bener apa ya care dengan lingkungan

Pewawancara: itu dari setiap daerah tuh ada tuh?



© 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

Informan: Enggak sih, ini terutamanya di daerah Cianjur. Nah di Cianjur itu, kita kan kesana tuh waktu awal-awal bikin eh waktu itu sih belum, ini ya, belum apa, kita belum tahu tempatnya gitu. Kita baru beras biasa aja gitu Tapi ketika kita melihat ada masyarakat yang mengelola apa, untuk pendidikan orang-orang yang mampu kemudian mereka menanam Dengan padinya, dengan padi organik tanpa beban kimia kenapa engga, hasilnya. Dulu kan sebenarnya bukan adik dulu itu namanya babylon. Nah semenjak kita pakai beras organik itu, kita langsung ganti menjadi bubur onic, kita lebih ke alaminya itu, terus tanpa pengawet juga kemudian tanpa pewarna kemudian tanpa MSG gitu jadi aman banget untuk dikonsumsi oleh balita.

Pewawancara : media promosi apa yang dipakai di brand bubur onic ini ?

Informan: Media promosinya yang jelas kita punya website, kemudian kita punya IG, kemudian punya tiktok juga dan itu kita gunakan sarana untuk promosi termasuk FB FB kan jarang yang pake, tapi kan karena Meta pake FB juga, kemudian settingan Meta Ads juga pake FB ya akhirnya kita buka FB juga

Pewawancara: terus kalau untuk yang fisiknya apa aja?

Informan: oh itu jelas ada lah ya, kalau brosur, leaflet, itu ada di setiap outlet itu kita siapkan untuk media katalog untuk promosi kita

Pewawancara: terus menurut abang nih, efektif gak media-media yang udah di jalanin selama ini?

Informan: Jadi gini kalau kita bilang efektif lumayan ya gitu kan secara apa pengenalan produk lebih dikenal luas gitu Terus dari IG kayak gitu kemudian dari channel Youtube kita punya juga Youtube Nah bahkan kita kan sudah membuka kemitraan Nah kemitraan itu kemarin banyak yang mereka tahu Bubur onic itu dari Youtube Gitu, dari short video itu, kita banyak short video yang kita up di IG,



© 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

kemudian kita juga up juga di Youtube juga Akhirnya banyak orang kenal dan bergabung menjadi Mitra Group onic.

Pewawancara: Berarti selama ini itu yang masih sangat berpengaruh berarti Youtube sebenarnya itu?

Informan: Youtube pengaruh gitu, makanya kita Youtubanya terus ada kayak gitu Oh iya

Pewawancara: Terus caranya Bang eko untuk mengukur keberhasilan kampanye promosinya gimana tuh?

Informan: Kita setiap minggu kan evaluasi Evaluasi lead itu dari mana aja Nah ternyata Sebagian besar Kalau kita gak ngiklan ya Itu dari Youtube Tapi kalau ngiklan itu ya ada yang dari FB sama IG Jadi itu untuk iklan kita itu iklan Bulan kemitraan Tapi kalau untuk yang Penjualan biasa-biasa aja Yang ada harian harian Itu sih kita promosi lewat Posyandu Kita datengin posyandu posyandu kita bagi makanan gratis ke sana, kemudian kita kasih kupon. Nah, kupon itu bisa ditebus di outlet kita, gitu.

Pewawancara: Terus apa, karena itu jadi penjualan juga lebih tinggi dong?

Informan: Iya, gitu. Jadi orang lebih tenang.

Pewawancara: Terus filosofi atau nilai utama yang ingin Abang sampaikan melalui desain visualnya apaan dong?

Informan: Alami.

Pewawancara: Tantangan terbesar yang telah abang hadapi dalam mempromosikan apa?



© 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

Informan: Kalau tantangan terbesar sebenarnya gini, ini kan produk memang untuk Apa, untuk balita ya gitu kan, kemudian Kita masih banyak gitu yang harus kita kulik karena Beda banget kita bermain untuk yang segmen Ibu-ibu yang punya balita sama segmen yang remaja secara umum ya ataupun yang secara umum itu beda banget makanya kita perlu ini banget sering ngeliat gimana sih konten-konten di luar sana kayak gitu kan dan ya apa ya harus banyak kreativitas lah gitu gak melulu tentang bayi juga tentang edukasi juga tapi kalau biasanya kalau yang Yang lucu-lucuan kayak gitu yang nonton banyak gitu, tapi kalau yang sifatnya edukasi itu ya dikit ya, gitu.

Pewawancara : terus untuk elemen visual yang udah ada di brand ini tuh kayak logo, kayak palet warna atau jenis huruf, itu abang deskripsinya gimana?

Informan: Jadi kalau logo itu kan kita lebih ke brand hijau sama kuning ya gitu, terus kalau untuk fontnya fontnya itu saya lupa namanya Oduda atau apalah kayak gitu ya, Oduda kalau nggak salah itu nggak ada gitu karena ya memang apa selain, Apa sih namanya fond hijau fonding kan lebih ke natural ya natural dan alami kemudian gak terlalu apa ya mencereng banget kayak gitu kan nah itu saya ambilnya itu terus dulu sempet warnanya itu ada merahnya ada birunya, warna kuning merah hijau, biru gitu kan Ada empat warna kalau nggak salah, ada putihnya gitu kan Cuma pokoknya rame banget ya gitu, malah makin nggak ngena gitu brandnya Akhirnya kita sempurnain lagi Warnanya difokuskan ke hijau sama kuning gitu Jadi cuma dua warna dan lebih jelas lah brandingnya Gitu Terus kalau masalah fun sih ini aja sih karena lebih simpel gitu

Pewawancara: masalah utama yang dilihat dari desain kalau dibandingin sama produk lain gitu dari Instagram YouTube itu apa gimana masalah utamanya itu dimana?



© 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

Informan: masalah utama sebenarnya gini kalau punya orang lain itu kan mereka dia sebenarnya kalo gue liat sih ya, kadang gini kita tuh punya apa punya karyawan tim desainnya itu karena kadang berganti itu antara desain Satu karyawan dengan karyawan lain itu kadang-kadang berbeda gitu, Ininya ya, mungkin kayak, karena kan kita nggak pakai template, ya. Imajinasi orang itu beda gitu. Nah, ketika yang bagus itu misalkan resign, kemudian ketemu sama orang baru lagi, gitu. Nah, itu mendesain ulanganya itu untuk mengetahui karakter yang sebelumnya. Itu jadi beda lagi. Itu butuh waktu juga Iya, butuh waktu, dan ini sebuah kendala juga sih buat kita. Tapi kalau udah mulai udah kenal karakternya ya udah. Udah bisa nih.

Pewawancara: Terus dari semua media promosi, Abang rasa mana yang paling tidak efektif?

Informan: Paling tidak efektif apa ya Kalau kita ngerasa gak efektif Udah langsung kita tutup sih Oh gitu Kita gak pake Itu apa

Pewawancara: Pernah tuh

Informan: Pernah Itu apa tuh Pernah gitu Jadi Apa Kayak kemarin itu kita Kayak misalkan promo apa ya Jadi kita ada promo, tapi bukan promo point, salah satunya promo kayak kita kasih hadiah Kayak apa, elektronik kayak gitu-gitu, terus hadiah apa ya, kayak toples-toples atau apalah Tapi lebih kayak elektronik sih waktu itu, itu ternyata ga efektif, orang malahan ga tertarik Pengikutnya sedikit, tapi kalau kita kasih promo pengumpulan kupon atau poin itu dengan sembako, itu lebih banyak gitu Makanya, ini udahlah ini yang kalau yang elektroniknya itu ternyata mereka nggak terlalu tertarik

Pewawancara: Itu berjalan berapa lama tuh?

Informan: Itu kita berjalan, kita biasanya periode promosi itu sekitar 2 bulan lah, 2-3 bulan lah 2 bulan sampai 3 bulan Jadi kalau emang udah gak efektif Yaudah



© 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

lah kita stop aja gitu Tapi kalau promo sembako Malahan kita masih gitu Jadi yang sembako itu sebenarnya receh lah ya gitu Kayak misalkan Susu gitu kan, kemudian gula, kemudian minyak orang lebih tertarik karena memang marketnya kan ibu-ibu ya, jadi ibu-ibu lebih sukanya kayak gitu kalau yang elektronik misalkan magic foam, kemudian gosokan kayak gitu rata-rata mereka udah punya iya terus biasanya kan udah punya kesayangannya sendiri, mau dihenti makanya yaudahlah kita tetap di sembako aja gitu Itu sih salah satu yang sempet udah kita lakukan terus kita stop, Ada lagi, kita pernah ikut pameran pameran franchise waktu itu ya Pak. Karena kan kita memang udah mulai jual franchise juga ya kebiasaan juga gitu ternyata biaya mahal gak ada satupun yang closing gitu jadi ternyata ketika kita ngikut pameran franchise kayak gitu itu mereka mencari franchise yang mereka ini, apa sih namanya yang mereka gak ngurusin sendiri lah jadi autopilot gitu mereka pengen yang autopilot gitu Kalau franchise-nya kita kan bubur onic itu harus masak sendiri, harus jualan sendiri, untuk orang-orang yang baru memulai usaha. Jadi lebih ke usaha sampingan ibu-ibu lah gitu kan. Kalau Autopilot tuh jadi yang langsung udah jadi sangat setan gitu? Oh enggak, kalau Autopilot itu franchise, tapi mereka itu udah gak ngurusin bisnisnya. Cuma keluar uang aja dari franchise, udah semuanya dikelola oleh pusat Beda sama franchise yang kecil-kecil ya, kalau franchise kecil-kecil rata-rata udah keluar duit harus keluar tenaga juga buat bikin buat jualan kayak gitu jadi beda lah, franchise-nya misalkan kayak Indomaret, Mie Gacoan, kemudian franchise-nya kayak yang besar-besar apa sih Misalnya itu kan mereka cuma keluar duit kan mereka gak mau tau yang kelola dari pusat yang terima hasil kayak gitu sih akhirnya kita kayaknya kita udah gak perlu lagi ikutan pameran franchise abis itu ini ya kurang ya berarti hasil promosi kurang gitu, biayanya lumayan besar gitu kan lima hari aja itu berapa ya lima hari itu Bisa 7,5 juta 8 juta 6 juta, 8 juta

Pewawancara: Itu dimana?

Informan: Di JCC

Pewawancara: Berapa hari itu?



© 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

Informan: 5 hari kalau gak salah atau 4 hari gitu Udah 8 juta setengah kayaknya kalau gak salah Itu udah pake diskon gitu Pake diskon gitu, orang dalam Tapi tetep aja, udah bakar duit Iya gitu, karena harga aslinya kan sekitar 20 jutaan Jauh banget berarti ya potong-potongnya Dapet potongnya karena pakaia orang dalam,

Pewawancara: wah gimana kalo misalnya abang kemarin gak pakai orang dalam ya makin sia-sia

Informan: Karena kan harus bikin booth, bikin layout kayak gitu lah gimana franchise yang keren-keren.

Pewawancara: pernah dikasih feedback dari pelanggan tentang tampilan visual dari produk atau promosinya?

Informan: Banyak, banyak. Masukkan kalau masukkan banyak.

Pewawancara : Tapi rata-rata dari feedback yang positif atau yang negatif?

Informan: Ada yang negatif ada yang positif

Pewawancara: Kalau yang negatif itu kayak gimana?

Informan: Negatif itu gini, contohnya gini. Kita bikin foto produk menurut mereka gak menarik akhirnya, tapi feedbacknya itu kasih masukan jadi, fotonya jangan kayak gitu dong biasanya lewat DM oh, langsung DM itu dari pelanggan-pelanggan kita ada juga yang dari mitra kita juga ini coba deh, Onic bikin Ininya apa sih namanya, bikin kontennya, apa dia bilang sih, produknya kayak gini-gini-gini, kemudian fotonya, angelnya kayak gini, gitu ya, detail.

Pewawancara: Wah, pelanggan lu sampe begitu ya? Itu mah berarti kecintaan sih.



© 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

Informan: Ada, ada Ada yang kayak gitu. Kemudian, ada konten apa ya, konten jadi beberapa hal yang konten menurut mereka gak menarik gitu kan, mereka komen ke kita.

Pewawancara: Jadi mereka pelanggannya care semua gitu

Informan: Ada nih Gue kasih contoh ya Nih,Ini pelanggan kita di Kalimantan Timur Sampai detail, mau detail banget. Apa detail? Ini orang desain. Ini orang pelanggan. Itu untuk pelanggan? Di Kalimantan, karena jangkar kami sudah sampai di Kalimantan. Ada outlet juga di Kalimantan Timur Yaudah mereka melihat IG kita, dilihat.

Pewawancara Nah, kalau dikasih kesempatan untuk mengubah total desain visual, itu tujuan utama apa yang ingin disampaikan?

Informan: Mengubah total ya? Kalau mengubah total sih kayaknya jangan ya gitu. Karena orang udah nge-branding banget gitu kan, udah nge-branding gitu dan udah mulai udah banyak orang kenal gitu kan orang udah ngeliat hijau kuning tuh udah brandingnya onic gitu kan, sampe apa...Itu juga steak go ya, itu kan warnanya hijau-puning ya, itu kan warnanya onic gitu Ada yang bilang gitu Berarti pentingnya di ini banget, di melekat Ya gitu, jadi orang udah identik dengan warnanya gitu ya Jadi orang ngelihat hijau-puning aja udah ngelihat warna onic gitu, makanya Sayang kalau misalkan kita mau dirubah total tapi kalau misalkan untuk diperbaiki kalau mungkin kalau struktur warna jangan dirubah tapi kalau untuk mungkin desain-desain yang yang memang lebih menonjol ke warna bukan warna ya desain yang mungkin lebih lebih ceria, lebih mendekat sama pelanggan yang mereka jadi target market kita, it's okay sih, Warna sih jangan gitu Karena udah ngeblending banget sayang gitu Ibaratnya kayak Indomaret lah Kayak gitu terus diubah total kan Jadi aneh orangnya Ya mungkin kalau suatu waktu gitu kan Suatu waktu orang sudah memang Memerlukan brand baru gitu yang Refreshing ya mungkin bisa gitu Tapi kan Enggak dalam waktu dekat ini nah



© 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

Pewawancara: terus aku mau nanya nih elemen desain apa yang paling penting untuk ditingkatkan atau diperbaiki terlebih dahulu contohnya itu kayak fotografi makanan tipografi atau konsistensi visual

Informan: paling konsistensi visual gitu konsistensi visual ya fotografi mungkin perlu banyak yang di ini ya di Di foto ulang kaya gitu, karena kan butuh refreshing juga ya gitu, orang bosan ngeliatnya gitu-gitu mulu gitu nah mungkin perlu di-refresh ulang gitu, itu perlu sih

Pewawancara: keunggulan Inti yang paling kuat dan unik dibandingkan pesaing?

Informan: organik ini udah pasti organik tanpa pengawet gitu kan, tanpa pewarna terus praktis bener.

Pewawancara: Nah terus, sejauh mana model distribusi multi channel Onic menjadi keunggulan kompetitif dalam memastikan kesegaran produk fresh dan kesiediaan produk instan?

Informan: Jadi kalau yang, apa namanya, model distribusinya, Karena kan kalau kita yang untuk jauh-jauh kayak gitu itu kan kita pakai model ini ya model bahan baku kering yang orang bisa masak sendiri kita mau udah keringkan tapi keringkan dengan suhu rendah yang artinya nilai gizinya itu nggak berubah itu yang paling penting kemudian bikin praktis juga orang bisa masak sendiri juga jadi kita ada Yang instan tapi gak instan banget, jadi semi instan jadi orang bisa udah kita siapkan bahan bakunya, bumbunya jadi satu dan orang udah tinggal masak aja nah kemudian kalau yang untuk di perjalanan kita pun udah siapkan juga yang instan Tinggal apa, istilahnya tinggal disobek langsung dimakan, gitu dah oh, untuk duduk pokoknya udah semua ada ya ada, gitu, jadi misalkan yang instan yang instan itu kan mahal ya gitu kan karena kan memang apa, ya teknologi sih yang kita jual paling nggak pakai pengawet kan iya nggak pakai pengawet gitu terus kalau instan



© 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

kan harusnya lebih ini lah lebih mudah gitu, lebih praktis buat di jalan tapi kalau orang, kan kalau makan instan terus, apalagi Di apa lagi keluar kota gitu kan kalau diperjalanan oke lagi tapi ketika sudah sampai tujuan ya kan gak mungkin makan di ekstern lagi kan nah itu kita siapkan yang memang orang bisa masak sendiri kan bisa anget gitu kan dan itu bisa simple bisa dipakai buat sehari-hari.

Pewawancara: terus di onic tuh udah punya teknologi yang memadai untuk menjamin konsistensi kualitas tinggi produk?

Informan: kalau menjamin keseluruhan sih pasti belum lah ya, karena kita juga masih UKM, tapi kita berusaha untuk selalu menjaga standarisasi kualitas produknya.

Pewawancara: Terus bagaimana kekuatan Citra Merik Onyx saat ini dalam menciptakan kepercayaan di kalangan orang tua?

Informan: Dari apa ya, dari testimoni pelanggan-pelanggan itu mereka kalau udah beli onic gitu, udah kerasa wah banget gitu jadi sempet gitu kan kita denger cerita pelanggan, wih makannya onic nih gitu kan kenapa ya, kan onic lebih mahal gitu kan dibanding yang bubur yang biasa kayak gitu kan Kalau bubur biasa, misalkan bubur abang-abang lah, itu kan cuma bubur doang gak ada sayurannya, gak ada dagingnya. Kalau makan bubur onic itu udah ada dagingnya, sayurannya, jadi tercukupi protein baik nabati hewannya. Udah tercukupi nah itu kesannya wah banget, dan ini menjadikan citra onic itu sebagai makanan sehat Dipercaya sama mereka Bahkan kita udah kerjasama juga kan dengan Puskesmas Posyandu Yang mereka sudah mengandalkan Jadi mereka kalau Orang tua, Yang balitanya itu Kita sering datang ke Posyandu Kalau mau ke Posyandu Itu kan juga harus izin dari Puskesmas Makanya dari Puskesmas Itu udah kenal banget dengan Onic Dibanding brand lain Gitu Ya ada sih brand lain Cuma yang berani masuk ke posnya Ya udah kita, udah diterima lah Apalagi untuk di Kecamatan Bojonggede kemudian Tanjung Kalang kemudian daerah Pokoknya pinggir-pinggir disini Jakarta pun kemarin kita



© 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

Sudah sempat kerjasama juga Dengan Puskesmas Di Jakarta Utara pademangan Itu untuk Pemenuhan Pemenuhan Makanan tambahan Itu Balita Selama Berapa bulan 6 bulan Habis setahun lah, habis setahun Jadi udah dipercaya sama mereka.

Pewawancara: Nah terus, dibandingkan dengan merek makanan bayi pas market, Kayak Milna, Promina gitu, seberapa besar kendala dalam hal kapasitas produksi, jangkauan geografis retail nasional, dan brand awareness-nya secara umum?

Informan: Jadi, ya memang pesaing kita memang brand-brand besar seperti itu ya, karena kan mereka juga udah cukup masif penjualannya, semua orang sudah mengenalnya, ya memang Kalau secara ini ya, secara marketing kayak gitu ya memang kita masih cukup yang dibawa persaingan kita gitu, tapi kita timbulnya biasanya dari kepercayaan-kepercayaan orang tua gitu. Karena kan sekarang di puskesmas ataupun di posyandu itu mereka menginginkan makanan yang bukan instan ya gitu. Jadi, bubur onic itu termasuk makanan yang bukan... Bukan instan jadi kalau mereka tinggal tuang air kemudian bisa dimakan ya, kalau nur onic itu kan memang dimasak dulu, dari beras sayuran gitu yang memang bisa dimasak dulu dan masih kelihatan teksturnya, panasnya, kayak gitu dan memang bukan makanan yang instan banget nah ini yang banyak yang lagi kita edukasi kepada masyarakat juga nah sementara kalau yang Mereka instan ini yang brand besar Itu kan mereka sudah tersedianya udah kemana-mana ya Jadi ya kapasitas produksi mereka juga lebih tinggi gitu kan Kemampuan mereka juga untuk melakukan promosi juga lebih besar gitu Ya kita masih merangkak ke arah sana Tapi kita yakin gitu Buber Onic ini Tidak hanya sekedar dikenal di daerah Bojong gede saja, karena Alhamdulillah kita sudah mulai menasionalkan Untuk area-area Indonesia bagian barat bagian tengah itu sudah masuk kan Ya tinggal bagaimana menguatkan pasar yang sudah ada, yang sudah kita ciptakan Untuk lebih kenal lagi dengan gubernur.

Pewawancara: kalau untuk harga, kan Onic nih harganya cenderung premium kan, karena bahannya tuh ya premium lah gitu, terus indikasi bahwa sensibilitas harga menjadi hambatan utama nggak?



© 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

Informan: Kalau di area tertentu iya makanya kalau kita bubur onic itu tidak bisa masuk ke kalangan yang istilahnya dengan penduduk yang Pola hidupnya mungkin biasa-biasa aja atau masuk di perumahan-perumahan yang harganya murah gitu jadi ada nih kompleks perumahan-perumahan kalau di Bojonggede itu ada kompleks perumahan yang harganya murah-murah gitu kan jadi terus di Bogor lain juga daerah Bogor lain juga ada gitu perumahan yang mungkin di bawah 200 juta gitu kan gitu jadi ketika kita membuka online Ya kita akan melihat dulu ini rumahnya di apa levelnya mana kalau dia level yang bisnis gitu kan yang rumahnya 300 jutaan sampai 500 sampai 600 juta itu masih bisa masuk gitu tapi kalau yang di bawah itu biasanya nggak masuk gitu makanya harus tahu marketnya ada di mana gitu Ketika kita masuk ke area yang tidak memungkinkan untuk onic dibuka disitu ya kita gak bisa untuk melaksanakannya disitu capek doang terus pasti bakal rugi-rugi juga iya gitu jadi kita harus melihat markanya ada dimana jadi kalau dibidang kendala dengan kendala harga yang tinggi kayak gitu Ya sebenarnya kalau kita marketnya pas ya kita enggak pernah jadi kenalan itu pasti bisa masuk.

Pewawancara: nah terus seberapa besar resiko dan tantangan yang dihadapi Onic dalam mengontrol kualitas pelayanan dan produk pada semua outlet yang dijalankan melalui program kemitraan

Informan: kalau kontrol ya apa Kontrol secara langsung sih mungkin kita nggak terlalu apa ya, terlalu sering gitu ya. Karena kan kita misalkan sidak ke lokasi mitra kayak gitu itu kan Paling juga belum tentu sebulan sekali tapi biasanya kita hanya kontrol dari sisi pembelian bahan baku kalau pembelian bahan baku kita rutin artinya dia menggunakan bahan baku kita tapi ketika pembelian bahan bakunya mulai berkurang kita biasanya ngecek kenapa sih kendalanya apa kalau misalkan pasar lagi jenuh itu biasanya kita Support untuk ini ya untuk strategi marketingnya kayak gimana yang harus dijalani jadi mitra-mitra kita itu merasa ketika mereka bermitra dengan Onic tidak sekedar beli apa beli franchise yang ditinggal putus gitu tapi tetap kita lindungi tetap kita bantu agar mereka penjualannya juga tetap bagus



© 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

gitu nah jadi kita kontrolnya paling bisa di situ gitu Tapi kalau kontrol secara kualitas produk langsung kayak gitu ke sana ya kita agak sulit sih karena kan udah mulai jauh-jauh. Tapi secara bahan baku ketika kita bisa melihat SOP-nya kalau mereka jalanin aman sih gitu. Biasanya komplain kalau ada mitra yang nakal gitu kan, tidak sesuai dengan kualitas, komplainnya itu langsung ke kita. Ke pusat. Dan kita pernah memutuskan kerjasama dengan mitra gitu karena dia berlaku curang.

Pewawancara : Gitu itu kayak gitu-gitu ada surat peringatan dulu gak sih?

Informan: ada oh ada? ada kita surat peringatan satu, peringatan dua, dan ketiganya pemutusan oh gitu gitu

Pewawancara: itu kayak gimana sih kalau nakal tuh? contohnya kayak gimana?

Informan: contohnya gini dia pembelian bahan baklu ee.. sedikit gitu kan tapi pembelian baku sedikit sementara kita melihat di sana itu rame gitu itu bisa jadi indikasinya Dia tidak menggunakan bahan-bahan kita. Kemudian ada komplain dari pelanggan. Mereka ramai tapi kok ada komplain? Harusnya nggak ada. Nah komplain pelanggan itu masuk ke pusat ke CS. Kan yang tertera di sosmed itu kan kita kan pusat kan. Itu di semua franchise tuh? Di semua franchise. Sosmednya seperti kita semua. Gitu kan, tapi kalau nomor kontaknya nomor kontak pemilih gitu tapi kalau sosmednya sosmed kita semua yang kita dicantumkan disana gitu karena kan boot dari kita semua iya sih gitu jadi biasanya ada DM masuk di outlet ini ini ini ada masalah ini gitu kan disini ketahuan pernah jadi yang melindungi kita justru Pelanggan-pelanggan jadi mereka nggak mau gitu kan apa cipta kita juga juga iya sih kayak desain aja dibantu ini gimana yang sampai ada yang nakal-nakal gitu ya maka pasti masuk ke kita.

Pewawancara: strategi apa yang dilakukan Onic untuk mengoptimalkan penggunaan marketplace?



© 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

Informan: Marketplace gitu, jadi kita saat ini marketplace emang ada satu yang memang lagi kita kulik banget gitu kan kemudian kita juga live tiap hari 8 jam sehari gitu untuk live oh iya ada gitu kan, jadi untuk live di marketplace ya sudah rutin gitu, sudah kita lakukan tapi kan itu untuk penjualan bubur yang kering ya gitu tapi kalau yang buber fresh itu hanya di outlet

Pewawancara: Terus kalau dari inovasi menu nih, peluang menu baru apa yang bakal dikembangkan untuk memperpanjang siklus hidup pelanggan?

Informan: Ya, kalau ini kan kita ada tim R&D-nya ya, tim artigisi juga gitu. Ya mereka selalu riset untuk produk-produk baru gitu Jadi ketika produk lama gitu kan Sebenarnya kita sudah memiliki menu itu Kalau gak salah sekitar 16 varian menu ya gitu Untuk buburnya aja gitu kan 16 varian menu Jadi kita biasanya cek laporan di tiap bulannya Mana menu yang favorit mana yang kurang favorit Ketika yang kurang favorit itu ya kita tarik gitu Kita tarik Kembali Bentuk menu-menu baru lagi.

Pewawancara: deket-deket ini bakal ada menu baru berarti?

Informan: Kalau deket ini Sebenarnya udah ada beberapa riset sih, tapi belum kita keluarin Ada sih, ada menu yang lagi kita riset

Pewawancara: Nah terus saya mau nanya, bagaimana Onic mengatasi ancaman dari produsen Bubur bayi homemade lokal yang harganya lebih rendah atau memiliki ikatan emosional lebih kuat dengan komunitas lokal

Informan: jadi ya itu memang ada gitu kan tapi ya kita gak nyerah gitu ya terus berhenti gitu biasanya sih gini, kita tetep ada gitu misalkan ada pesaing yang homemade lokal itu di samping kanan kirinya ya kita tetep ada disitu gitu, biasanya sih Kalau mereka yang kenal brand Onic kayak gitu Mereka akan ke Onic Tau kesehatan tau secara Secara ini ya Apa sih kayak Kandungan gizinya kayak gitu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Mereka tetap lagi ke Onic gitu, Tapi kalau mereka melihat harga Ya pasti ke arah mereka gitu Jadi kita punya pelanggan masing-masing yang memang Ini yang memang ya setia biasanya sudah ada gitu walaupun misalkan itu melihat kadang-kadang betul disentuh rame banget sih gitu kan dengan bubur itu itu kan Ya udah kita masih tetap di tempat kita ada itu kan apa ya tetap memberikan layanan yang terbaik memberikan edukasi yang terbaik untuk Kalian

Pewawancara : juga pelanggan juga pasti ngebandingin dengan sendirinya kan Iya gitu.

Informan: Ya kalau nyari harga ya kita nggak bisa gitu kan. Tapi kalau nyari secara gizi, ya Insya Allah ada di kita. Jadi nggak bisa dibandingin harga sih. Kayak misalkan kayak misalkan iPhone sama Samsung lah gitu kan Apa iPhone sama Xiaomi gitu kan. Mau sebelah-sebelahan juga kalau orang mau udah kenal iPhone ya tetep aja ngambil iPhone kan gitu. Orang yang biasa itu gitu kan dengan dengan apa fasilitasnya Samsung atau Xiaomi susah lagi untuk merebut biasanya susah kan kayak gini-gini harusnya mereka sendiri gitu bukan lebih itu tapi tetap memberikan pelayanan yang baik.

Pewawancara: terus untuk potensi perubahan regulasi pemerintah terkait Standar M-PASI Organik atau label Bebas pengawet dapat mempengaruhi Proses produksi dan klaim Pemasaran onik ? Nah bagaimana potensi Perubahan regulasinya?

Informan: Kalau potensi perubahan Sebenarnya gini ya M-PASI ini Sebenarnya termasuk yang Kategori Resiko tinggi Nah kebetulan juga Kita kan memang sudah ada izin edar dari Bpom juga ya, gitu, ada ratu-ratunya kita menjadi binaan Bpom, bahkan kemarin kita ee.. apa di.. apa ya akan di support oleh Bepom, jadi udah ada orang Bepom yang memang kemarin sempat nanya-nanya ke kita untuk memberikan pelatihan dan kebutuhan apa yang memang diinginkan oleh kita gitu, jadi insya Allah kita akan menjadi binaan dari Bpom gitu, jadi insya Allah lebih aman lah beneran kok ini kodei banget ya Bpom per banget banget banget yaa



© 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

Alhamdulillah gitu kan, kemarin itu bener kita sampai ditanya-tanya kebutuhan, oh ini apa gitu kan kemudian secara perizinan kayak gimana gitu bisa nggak gitu kan untuk di data terlebih dahulu kita akan mengajukan untuk pelatihannya apa, sebagai pembinaan Ke bubur onic karena kita tau bubur onic ini jadi kata mereka ya kita tau bubur oneg kan kita semua ya sebenarnya itu kan bubur bayi kan, cuma perizinannya memang belum selengkap bubur bayi yang perusahaan besar gitu, nah itu mereka membantu itu semua insya Allah kita dengan senang hati gitu, tadinya kita agak takut kan gitu, ada apaan Bpom juga nanya-nanya kayak gitu kan, nah ternyata mereka yang support, bahkan Mereka menjanjikan kita itu menjadi Apa ya UKM yang kedua yang disupport oleh Bpom, jadi sebelumnya sudah ada satu UKM Gitu, dan sekarang sih sudah Ini ya sudah Go Ini ya, Go National gitu, apa sih namanya Sudah sahamnya sudah dijual berbasis bahkan sudah Sudah dijual gitu kan Sudah ada satu perusahaan gitu, nah Insya Allah Onic bakal menyusul Berarti memang Onic itu kualitasnya berarti Amin amin amin Bukti banget ya Baru bulan kemarin kita diminta sama Bpom data kebutuhan yang ingin dikembangkan di Bukur Onic.

Pewawancara: sejauh mana kenaikan harga bahan baku organik mengancam margin keuntungan onik?

Informan: Gak hahaha, ya, ya ya. Jadi gini, kalau ukur onik bahan baku itu yang relatif naik itu kemarin itu adalah harga Beras ya beras organik itu Kemarin sempat naik pada saat musim kering Lalu naiknya lumayan banget gitu kan Tapi setelah Sudah Sudah melewati masa itu Alhamdulillah sih Berasnya sekarang berjalan normal lagi Jadi kenaikan yang kemarin Kita aduh ini naiknya tinggi banget Sempat naik tinggi banget

Pewawancara: Berapa persen tuh?

Informan: Ya persen mungkin ada sekitar 10% ada lumayan lah gitu kan tapi akhirnya sudah bisa kembali normal lagi sih sekarang bahkan mereka sangat



© 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

mensupport kan ini ya kita kerjasama kan udah lama ya kita mungkin ada sekitar mungkin ada delapan tahunan ya kerjasama dengan supaya belas itu gitu dari kita beli gitu kan beli sekitar mungkin 5-10 pack gitu kan, per 5 kilo-an gitu kan sampai sekarang, per minggu itu udah pembelian 1 ton gitu kan jadi, kenaikannya udah cukup banyak makanya, mereka terus men-support kita ketika ada harga naik pun gitu kan, mereka selalu ini dulu, apa, menanyakan terlebih dahulu ini emang informasikan ya, ini harga mau naik gitu kan cuman, buat Onyx kita gak kasih harga yang sekian gitu kan Tetap ngasihannya sekian gitu jadi masih apa ya masih bisa diajak kerjasamanya masih enak banget gitu jadi supaya ya yang paling tinggi kan kenaikan di beras karena teman bakunya kan beras gitu kalau untuk yang lain-lain sih kayak sayuran kemudian apa ya agak yang lain sih enggak terlalu paling kemasan nih kalau kemasannya enggak ada naik kemasan kan plastik-plastik agak naik Naiknya sih ya Alhamdulillah nggak terlalu tinggi-tinggi banget gitu cuman ada kenaikan gitu nah pengaruhnya tinggi banget nggak sih gitu kita dari tahun 2000, 2018 apa 2019, 2018 sampai sekarang penjualan harga apa secara retail di Onic itu belum ada kenaikan sama sekali Belum ada Jadi semenjak kita mulai branding Onic sampai sekarang Itu gak ada kenaikan Kemudian untungnya dari mana? Ya untungnya kita banyak Dapat dari beberapa hal Yang mungkin akhirnya bisa bersaing Pembelian dengan kapasitas besar pun Kita sudah dapat margin Jadi makanya Dengan kenaikan harga Yang menurut kita harga naik Tapi Naiknya itu kalau Harga pembelian kecil ya, kilo-an kayak gitu, itu udah berasa banget.

Pewawancara: Tapi ketika pembelian dalam jumlah besar, nggak berasa naik. Iya sih, karena juga lebih banyak HP-nya.

Informan: Iya, dan selisihnya juga lebih banyak, selisihnya. Jadi, dulu jaman beras mungkin masih sekilo, sekilo itu berapa ya, per pack itu sekitar 70. Rp5.000 ya Rp75.000 untuk per pack kecil eh per pack ukuran lima kilo nah kemudian sekarang per pack itu udah sekitar Rp90.000an gitu itu kan naik sebenarnya udah kenaikan ya gitu cuman kalau dulu kita belinya kan per pack nah kan sekarang belinya kan udah ton gitu kan kemudian ton jadi yang dulunya harga eh apa per pack Rp75.000

Hak Cipta :

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

sekarang kalau dihitung Pertuannya bisa jadi malah berkurang Gak nyampe 75 rupiah, kayaknya Gitu Karena kan kita pembeliannya Dalam jumlah besar, Ya gitu Kita Ambil apa Ya sekarang banyak lah kita negosiasi dengan supplier-supplier Dengan Apa Penyediaan bahan baku kita Itu tahun dulu sih udah bisa Banyak yang kita negosiasikan, yang mengandalkan harga pokoknya itu bisa kita tekan makanya kita sampai 8 tahunan ya, sekitar 8 tahunan belum naik harga masih aman tapi itu tidak terlalu mengancam.



**3. Transkrip Wawancara Testing
Kamal (37 tahun, pekerja)**

Pewawancara: permisi bang, izin bang saya attar, boleh saya ganggu waktunya sebentar bang?

Informan: oh iya mas attar, boleh kok boleh

Pewawancara: jadi gini bang saya mau wawancara tentang buku katalog yang desain untuk kepentingan tugas akhir bang, sedikit sih bang pertanyaan nya, sebelum nya Namanya siapa ya bang ?

Informan: iya nama saya kamal mas



© 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

Pewawancara: abang skrng lagi sibuk apa sama usia nya berapa bang?

Informan: umur saya udah 37 mas, lagi sibuk kerja aja saya mas

Pewawancara: oalah gitu bang, yauda bang saya izin ya bang ingin menayakan tentang katalog say aini heheh

Informan: oh iya siap dimulai aja mas hahaha

Pewawancara: menurut bang kamal, pas bang kamal liat buku katalog ini kesan yang pertama kali muncul di benak abang tuh apa?

Informan: desain nya bagus sama warna nya sih mas saya suka litanya.

Pewawancara: nah kalo untuk strukturnya gimana bang?

Informan: aman sih, ga bikin bingung, tapi ini ada sih beberapa bagian kek di daftar isi yah ini mas, keknya harus ada yang ditamabhin deh mas.

Pewawancara: oh oke mas nanti saya coba pertimbangkan, nah untuk warna nih kan tadi mas bilang suka, menurut mas ini udh menggambarkan kesan alami, simple dan profesional?

Informan: sudah kok mas, cocok ini gabungan warna nya ga tabrakan gitu.

Pewawancara: kalo uhtuk tata letak, trs ukuran text dama penempatan foto produk menurut bang kamal sudah pas apa belum?

Informan: sudah pas sih mas sepertinya, tapi ni di bagian yang foto produk nih yang halaman berapa ini 7 ya? Oh iya 7 iya halaman 7- sampai 10 ini fontnya keknya



© 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

terlalu besar deh mas keknya mesti dikecilin lagi aja biar ga ngerusak desain nya

Pewawancara: oh iya sih mas, saya juga ngerasa aneh ini setelah melihat hasil cetaknya hahah, nanti saya akan ubah bang, nah terus untuk hasil cetaknya gimana abang dari jilis trs bahan kertas yang dipakai tuh menurut bang kamal cocok ga ape jadi aneh.

Informan: kalo itu sih gada masalah ya mas, saya ngerasa ini udh cocok bgt sih, ga bikin aneh atau gimana.

Pewawancara: oke deh bang aman berarti ya untuk hasil cetakan, nah mas ada saran ga nih buat katalog ini bang?

Informan: keknya sih kalo saran kaya yang tadi saya bilang sih mas paling di font font lebh diperhatiin aja si mas jangan kegedean kaya di halaman 7 itu.

Informan: oh oke deh bang kalo gitu, segitu aja bang saya nanya nya maaaf ya sekali lagi mengganggu waktunya.

Pewawancara: iya mas aman aja, saya juga lagi istirahat ini, sukses mas skripsinya.

Desi (33 Tahun, Ibu rumah tangga)

Pewawancara: permisi ibu, maaf ganggu ya siang siang gini ya bu, saya attar, boleh ga bu saya wawancara ibu, ini saya ada buat buku katalog, saya cumin mau nanya pendapat ibu aja sedikit, boleh tidak bu?

Informan: iya mas gapapa, boleh kok mas emg buku katalog apa mas?



© 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

Pewawancara: ini ibu buku katalog produk bubur bu, saya mau nanya ke ibu karan ibu masuk ke target pasar bubur ini bu.

Informan: oh iya saya liat dulu buku katalognya ya mas.

Pewawancara: iya ibu silahkan diliat dulu.

Informan: Udah ini mas, mas mau nanya kaya gimana.

Pewawancara: ini bi saya mau nanya Menurut ibu katalog desain katalog ini udh cocok sama produk yang dijual ga bu?

Informan: udah kok mas, bagus kok ini ga keramean.

Pewawancara: kalo untuk warna dan ukuran tekss menurut ibu gimana?

Informan: menurut saya sih udah bagus bagus aja, warnya ga norak, trs juga buat text terbaca jelas kok ga susah dibacanya.

Pewawancara: kalo untuk letak seperti foto, text, terus kaya gambar ilustrasi daun itu sudah cukup tidak bu apa mengganggu?

Informan: engga kok deh saya malah seneng litany apalagi sama yang kek ilustrasi daun, jadinya keliatanya mewah gitu mas.

Pewawancara: Ada saran ga bu untuk katalog ini?

Informan: gada mas, menurut saya soalnya udh bagus bagus aja, terus cock juga sama yang di jual.

Pewawancara: oh oke kalo gitu bu, terima kasih ya bu atas waktunya.



© 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

Informan: iya mas sama sama, saya izin pamit ya

Santi (31 Tahun, Ibu ruma tangga)

Pewawancara: permisi ibu, salam kenal saya attar, maaf mengganggu waktunya, boleh saya wawancara sebentar bu untuk menanyakan pendapat ibu tentang buku katalog ini bu? Ibu boleh lihat dulu ya bu.

Informan: bleh dek, saya lihat lihat dulu yah dek.

Pewawancara: iya bu saya tunggu ya bu, menurut ibu kesan pertama yang ibu lihat apa?

Informan: bagus sih desainnya ga keramean, terus gabikin pusing juga.

Pewawancara: berarti menurut ibu desainnya sudah tersusun dengan baik ya bu?

Informan: iya dek menurut saya sudah cukup sih.

Pewawancara: kalo untuk warna gimana bu, cocok ga bu apa perlu di ganti?

Informan: kalo menurut saya sih warna udh bagus yah, ga terlalu terang tapi ga terlalu gelap juga, jadi enak untuk dilihat.

Pewawancara: kalo untuk ukuran teks, penempatan foto dan penempatan tata letak gimana?



© 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

Informan: secara keseluruhan sudah jelas dek, tapi untuk font ada yang kurang masuk sih ukuranya, walaupun sebenarnya terbaca tapia da bbrp halaman yang terlalu besar.

Pewawancara: kalo untuk hasil jilidnya gimana ya bu.

Informan: kalo untuk hasil jilid bagus yah dek, trs kertanya juga bahanya bagus dek.

Pewawancara: oh oke kalo gitu bu, ada saran ga bu untuk buku katalognya?

Informan: gada sih dek untuk saran, karanea udh bagus kok.

Pewawancara: oke ibu terima kasih waktunya ya bu.

Informan: iya sama sama dek.

Nazel (30 Tahun, Ibu ruamh tangga)

Pewawancara: permisi mba, maaf mengganggu waktunya, saya attar saya boleh wawancara boleh kah mba? Simple kok bu cuman nanya pedenpat mba aja tentang buku katalog.

Informan: oh iya mas boleh kok boleh.

Pewawancara: sebelumnya mba Namanya siao ya, sama lagi sibuk apaya mba?

Informan: umur sih baru 29 tahun ini, kalo sibuk ibu rumah tangga aja si mas.



© 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

Pewawancara: oalah gitu mba, oke mba saya izin menanyakan tentang katalog ya mba, kira kira nih mba kesan pertama yang mba liat saat liat buku katalog ini gimana mba?

Informan: Hmmmm,kesanya mungkin, untuk tampilan desain sih bagus ya mas, trs eye catching tapi sih menurut saya ggambar di cover depan terlalu ramai ya mas

Pewawancara: oh gitu ya mba, nanti saya pertimbangkan untk saya ganti kalo untuk struktur desainya gimana mba?

Informan: sudah cukup rapi kalo untuk struktur tidak membuat bingung saat membaca.

Pewawancara: kalo untuk warna, ukuran teks, dan posisi foto foto produk gimana?

Informan: kalo warna sih ama ya mas, tapi font ada beberapa emg sepertinya kegedean jadi makan space halaman gitu mas yang di bagian foto produk nih yang bubuk onic sama nasi tim, kalo untuk foto produk sih aman ya mas.

Pewawancara: baik mba nanti saya ubah untuk cetakan sebelumnya, kao untuk jilid nya gimana mba sama bahan kertas yang di pakai.

Informan: udah rapih sih mas kalo jilidnya mah, bahan kertasnya jga bagus, aman kok aman.

Pewawancara: oh oke kalo gitu mba, segitu saja pertanyaanya ,makasih ya mba atas waktunya.

Informan: oh udah ya, yauda iya mas sama sama.



© 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

Maulidya (25 Tahun, Pekerja)

Pewawancara: misi kak, maaf ganggu waktunya kak, jadi gini kak akum au waawancara kakak boleh ga ya, sebelumnya nama kaka siapa ya?

Informan: ohh boleh mas boleh, nama saya maulidya panggil aja Lidya.

Pewawancara: jadi gini kak, ni ada buku katalog boleh diliat dulu setelah itu akum au nanya pendapatnya aja, ni silahkan diliat dulu kak.

Informan: ya bntr mas aku coba liat dulu.

Pewawancara: kesan pertama kak lidya saat liat buku katalog ini apaya?

Informan: kesan pertama aku pas liat tuh, desainya bagus, simple, trs pas sama produk yang dijual gitu desainya.

Pewawancara: kalo untuk strukturnya aman kak?

Informan: strukturnua aman aman aja sih kak ga meganggu.

Pewawancara: kalo untuk warna, ukuran teks, sama fotografinya gimana udah cocok sama konsep alami dan profesional ga kak.

Informan: warna sih cukup pas ya, kalo font sih ni emg ada yang gapas, sama fotografi produk sudah bagus kok mas, jadi aku tau yg dijual apa.

Pewawancara: kalo dari segi jilidnya gmn kak?

Informan: kalo segi jilid udh pas mas kayaknya, aku kurang paham tapi kalo dipegang kek gini udh enak kok mas trs visualnya enak diliat.

Pewawancara: ada saran ga kak, buat desain buku katalognya.



© 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

Informan: saran sih, mungkin ya mas di beberapa font keknya teksnya di kecilin aja deh mas biar ga makan ruang, trs cover kan aga rame ya kekya ganti gambar sih mas atau kurangin ilustrasi nya aja.

Pewawancara: oh baik kak, nanti saya cob acari yang cocok untuk cover dan saya cob acari ukuran yang pas juga ya kak untuk text, segitu aja ka wawancarnya makasih ya kaka ats waktunya.

Informan: iyaa mas, sama sama , maaf juga kalo kurang jawabanya.

Sysca (26 tahun, pekerja)

Pewawancara: siang kak, imaaaf meganggu watu makanya, aku attar boleh ga izin wawacara kakanya, simple kok cuman beberapa pendapat aja tentang buku katalog.

Informan: oh boleh mas, maaf ya mas sambal makan.

Pewawancara: iya gapapa kok kak, sebelumnya Namanya siapa ya kak.

Informan: sysca kak.

Pewawancara: baik. Kak sysca ini saya kasih liat buku katalog nya dulu ya kak, kesan pertama ka sysca saat liat buku katalog ini kak.

Informan: desain bagus mas tapi ni keknya cover keramean deh mas foto nya keknya mending di ganti pake foto produk yang lebih simple aja ga si mas.

Pewawancara: oh gitu ya terlalu ramai, baik deh kak . terus ubtuk warna, ukuran taks, itu gimana kak.



© 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

Informan: kalo warna sih aman ya mas sana ukuran teks kenya si ama naman juga kok.

Pewawancara: baik kak, kalo untuk hasil jilid gimana ka?

Informan: bagus kok ma, rapih kok.

Pewawancara: ada saran ga kak buat buku katalognya?

Informan: paling kaya yang tadi saya bilang si mas, di bagian cover ganti gambar, trs ni adalagi mas di daftar isi ya ini, teks dalam table nya keknya ditamabhin apa gitu biar ga terlalu sepi gini mas.

Pewawancara: baik deh kak, terima kasih ya ka katas ssaran dan waktunya, permisi ya kak.

Informan: iya mas sama sama.

Mahdi (23 tahun, mahasiswa)

Pewawancara: misi bang, maaf nih bang sebelumnya ganggu watunya, gua attar, boleh ga bang gua wawancara abangnya sebentar?

Informan: boleh bang aman aja.

Pewawancara: nih bang coba diliat dulu aja bang buku katalognya. Kesan pertama yag abang liat setelah baca buki kataognya gimana bang.



© 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

Informan: kesan yah? Bagus sih mas tapi ni ada beberapa teks aga mepet mepet ya bang , keknya margin nya lu tambahin deh.

Pewawancara: iyajuga ya mas, oke dah nanti gua tambahin lagi ukuranya, trs kalo warna sama penempatan fotografi gimana udah sesuai sama konsep alami dan profesional ga ya?

Informan: aman sih mas kalo warna udh pas sama yang dijual, sama fotografi ufh cocok, tapi keknya ilustrasi yang dihalaman berapa nih keknya diilangin aja deh gambarnya ga cocok.

Pewawancara: okek bang ntar gua revisi revisiin lagi, kalo untuk jilid gimana bang aman ga.

Informan: kalo jilid aman sih, keknya rata rata buku katalog pake kek gini juga ya.

Pewawancara: iya betul bang rata rata pake kaya gini juga, yauda bang makasih bg buat waktunya, segini ajaa bg gua wawancaranya.

Informan: iya bro sama sama ya, sukses bro.

Fuad (35 Tahun, pekerja)

Pewawancara: permisi bang, boleh ganti waktunya ga bang, saya attar, saya mau menanyakan tentang buku katalog ini sih bang.

Informan: boleh bro, santai aja.

Pewawancara: sebelumnya Namanya siapa yang bang.



© 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

Informan: Nama gua fuad.

Pewawancara: oke bang fuad, silahkan diliat dulu nih bang buku katalognya nanti baru saya tanyain.

Informan: Okeh sebentar gua coba liat dulu.

Pewawancara: jadi nih bang, kesan pertama abang apa nih setelah liat buku katalog ini.

Informan: bagus sih buat desain tapi keknya setiap halamannya keknya di bedain aja deh warna background biar litany ga bikin bosan.

Pewawancara: oh oke siap bang, kalo untuk ukuran font sama foto produk sama balik lagi ke warna, dh pas blm bang ngejelasin konsep alami, simple, dan profesional?

Informan: kalo ukuran font sih, aman ya bro, terus kalo warna kek yg tadi gua bilang, sebenarnya warna udh bagus, tapi penggunaanya lebih di pikirin lagi sih biar jadinya warna udh bagus tapi bikin bosan.

Pewawancara: okee bang, terus kalo untuk hasil jilid nya gimana bang?

Informan: buat hasil jilid sih udh bagus ya udah rapih enak juga diliatnya.

Pewawancara: oh berarti aman ya jilid, ada saran ga bang buat katalognya?

Informan: Saran sih paling yg tadi, sama paling ada beberapa halaman keknya jangan terlalu sepi deh mas ditambahin apa gitu mas biar ga sepi sepi banget.

Pewawancara: oh siap bg nanti saya coba pikirkan gimana solusinya, terima kasih ya mas atas waktunya sama jawaban dari mas, banyak insight yg saya dapat.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

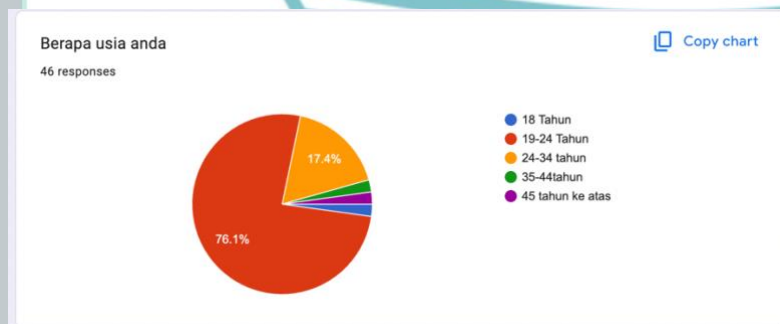
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Informan: iya mas sama sama ya, semoga sukses ya skripsinya.

4. Dokumentasi



5. Hasil Kuesioner



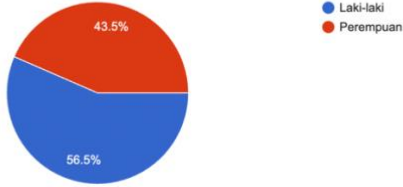


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

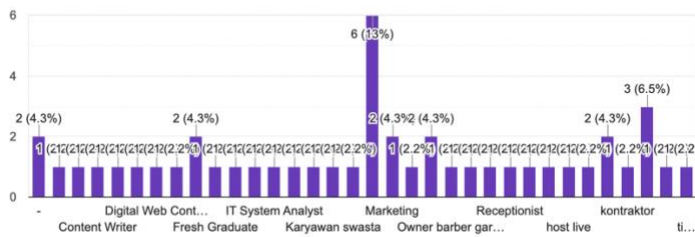
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Jenis kelamin
46 responses



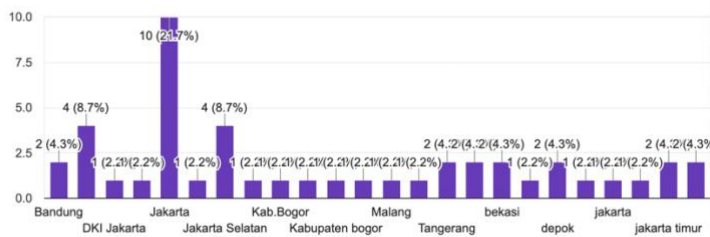
Copy chart

Pekerjaan anda saat ini
46 responses



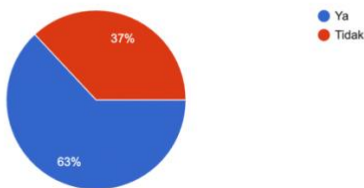
Copy chart

Domisili (kota/kabupaten)
46 responses



Copy chart

Apakah anda tau brand ONI-C Bubur Organik
46 responses



Copy chart



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

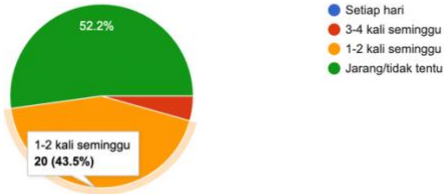
Hak Cipta :

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

Seberapa sering Anda (atau keluarga Anda) mengonsumsi bubur organik dalam satu minggu?

[Copy chart](#)

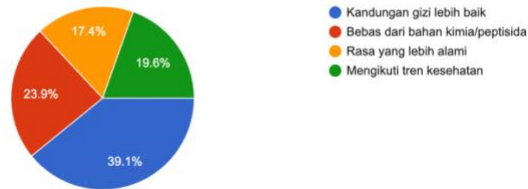
46 responses



Apa alasan utama Anda memilih bubur organik dibandingkan bubur biasa?

[Copy chart](#)

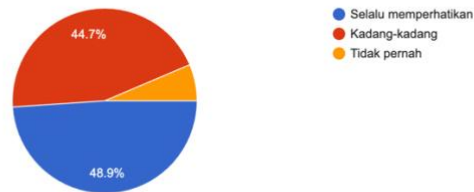
46 responses



Seberapa sering Anda memperhatikan tampilan desain (warna, gambar, tata letak) saat melihat sebuah katalog makanan?

[Copy chart](#)

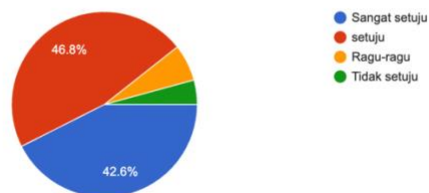
47 responses



Menurut Anda, apakah desain yang menarik membuat produk bubur organik terlihat lebih berkualitas dan higienis?

[Copy chart](#)

47 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

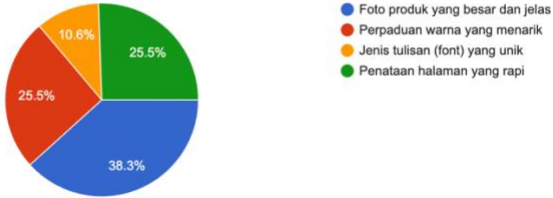
Hak Cipta :

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

Apa elemen visual yang paling pertama menarik perhatian Anda saat membuka katalog?

[Copy chart](#)

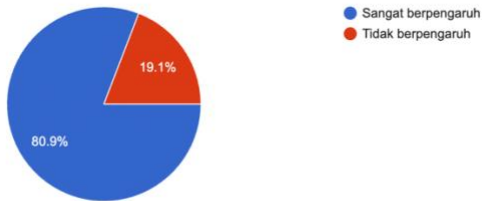
47 responses



Apakah penggunaan warna yang bernuansa alam (seperti hijau atau kuning) pada katalog membuat Anda lebih percaya bahwa produk tersebut benar-benar organik?

[Copy chart](#)

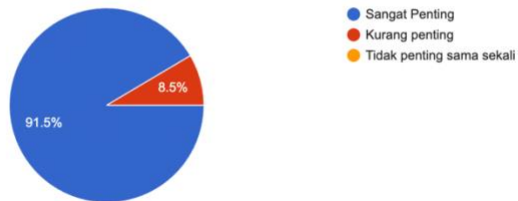
47 responses



Seberapa penting kualitas foto produk (pencahayaan, ketajaman gambar) dalam memengaruhi minat beli Anda?

[Copy chart](#)

47 responses



Apakah tata letak (layout) informasi yang rapi memudahkan Anda dalam memahami manfaat nutrisi dari bubur organik tersebut?

[Copy chart](#)

47 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

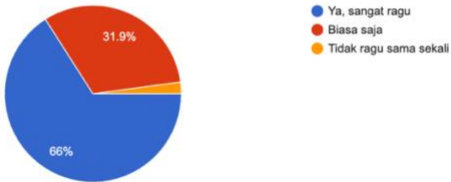
Hak Cipta :

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

Jika desain katalog terlihat berantakan atau kurang profesional, apakah Anda akan ragu terhadap kualitas produk bubur yang dijual?

[Copy chart](#)

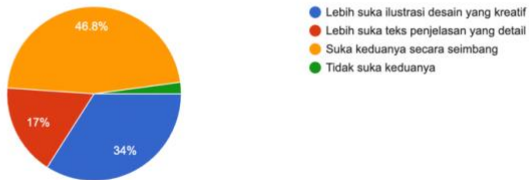
47 responses



Mana yang lebih membuat Anda tertarik untuk membaca katalog: teks penjelasan yang detail atau ilustrasi desain yang kreatif?

[Copy chart](#)

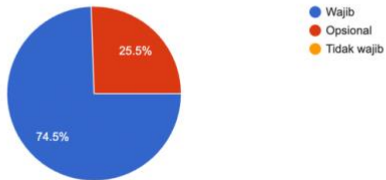
47 responses



Secara keseluruhan, apakah desain yang bagus pada media promosi (katalog) merupakan hal wajib bagi sebuah brand makanan sehat?

[Copy chart](#)

47 responses





Hak Cipta :

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

6.

Biodata Penulis



MOHAMAD ATTAR REYHAN

085710515515 |attarreyhan1505@gmail.com | Jakarta, Indonesia

PROFILE

Saya adalah mahasiswa desain grafis di Politeknik Negeri Jakarta dengan keahlian dalam desain grafis dan visual storytelling. Saya memiliki pengalaman sukses dalam pembuatan pembelajaran berbasis proyek serta keterampilan komunikasi yang baik, memungkinkan saya untuk bekerja secara efektif dalam tim. Saya selalu antusias dalam mempelajari hal-hal baru dan terus berupaya meningkatkan kemampuan diri.

WORK EXPERIENCE

Branding Project - Project Based Learning

Sep 2023 - Feb 2024

Sales and Marketing

- Berhasil merancang strategi pemasaran sesuai dengan brand identity
- Berhasil menawarkan produk melalui berbagai platform
- Berhasil menjual 120 pcs beads

Rebranding UKM Akuntansi - Project Based Learning

Mar 2023 - Jul 2023

Editor dan Illustrator

- Berhasil membuat perencanaan dan pengumpulan konten
- Berhasil dalam pembuatan dan pengelolaan materi untuk Company Profile
- Berhasil membuat sketsa layout hingga finalisasi layout Company Profile digital

Geomedia Group - Internship

Mar 2025 - Juli 2025

Editor dan Illustrator

- Berhasil membuat perencanaan dan pengumpulan konten
- Berhasil dalam pembuatan dan pengelolaan materi untuk Carousel dan Instagram feeds

EDUCATION LEVEL

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, Indonesia

Undergraduate graphic design, 3.02/4.00

- Selama saya berkuliah saya telah menyelesaikan mata kuliah yang relevan, seperti : Pengantar Desain Grafis, Sejarah Desain, Ilustrasi Digital, Tipografi, Teori Desain Grafis, Fotografi, Desain Struktur Kemasan, Metodologi Desain, Semiotika Visual, Komunikasi Pemasaran, Digital 3D, Teknik Presentasi, Manajemen Desain, Inovasi Desain Kemasan, Visual Branding.

SKILLS, ACHIEVEMENTS & OTHER EXPERIENCE

- Microsoft Office: Word, PowerPoint, Excel.
- Google Teamwork: Docs, Spreadsheet, Form, Meet.
- Soft Skills: Analisis, komunikasi, kerja tim, kreativitas, perhatian terhadap detail.
- Hard Skills: Adobe Photoshop, Layout, Marketing, Copywriting, Digital imaging

B A H A S A

- Bahasa Indonesia (Fasih)
- Bahasa Inggris



© 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

Hasil Turnitin

✓ iThenticate Page 1 of 78 - Cover Page

Submission ID trnoid::3618:145100542

Laporan Penelitian Tugas_Akhir_Mohamad Attar Reyhan_2106421085_DG7D (2) FIX.pdf

Politeknik Negeri Jakarta

Document Details

Submission ID
trnoid::3618:145100542

Submission Date
Jul 7, 2026, 8:33 PM GMT+7

Download Date
Jul 7, 2026, 8:40 PM GMT+7

73 Pages
13,230 Words
83,737 Characters

File Name
Laporan Penelitian Tugas_Akhir_Mohamad Attar Reyhan_2106421085_DG7D (2) FIX.pdf

File Size
2.8 MB

✓ iThenticate Page 1 of 78 - Cover Page

Submission ID trnoid::3618:145100542

✓ iThenticate Page 2 of 78 - Integrity Overview

Submission ID trnoid::3618:145100542

6% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

6% Internet sources
1% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

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

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