



© 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 DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK PICK ME BOOTH SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

Oleh:
KEYSHA ISMI NAJWA SIDARTA
2206421105

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

Penulis : Keysha Ismi Najwa Sidarta

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK PICK ME BOOTH SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

Keysha Ismi Najwa Sidarta
2206421105

Disahkan:

Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP. 198911012025062002

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 Desain Marketing Collateral untuk Pick Me Booth sebagai Media Promosi

Adalah hasil karya saya.

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

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan



Keysha Ismi Najwa Sidarta
2206421105



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Industri hiburan kreatif di Jakarta berkembang pesat, terutama di kawasan Blok M yang dikenal sebagai pusat aktivitas anak muda. Salah satu tren yang banyak diminati adalah *photobooth* sebagai sarana dokumentasi sekaligus pengalaman estetik. Meningkatnya jumlah *store photobooth* dengan berbagai konsep menjadikan persaingan bisnis di bidang ini semakin kompetitif. Dalam kondisi tersebut, Pick Me Booth sebagai *store photobooth* yang baru beroperasi di Blok M Square menghadapi tantangan rendahnya *awareness* masyarakat terhadap keberadaan, lokasi, harga, serta konsep studio yang ditawarkan. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi visual melalui perancangan *marketing collateral* yang mampu memperkenalkan identitas dan layanan Pick Me Booth secara lebih efektif. Penelitian ini bertujuan merancang *marketing collateral* berupa *tripod banner*, brosur, poster, *signage*, dan *photo strip frame* sebagai media promosi Pick Me Booth, sekaligus menerapkan teori dan prinsip desain grafis agar selaras dengan konsep visual *Vintage American 90's* yang diusung. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods* dengan pendekatan *design thinking*, meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan analisis *positioning* dan SWOT untuk merumuskan strategi kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa Pick Me Booth berada pada posisi *Strong Thematic Identity – Experiential & Curated Experience*, yang didasarkan pada konsep *Vintage American 90's* dengan narasi visual yang terinspirasi dari karakter kawasan Blok M. Hasil perancangan menghasilkan konsep visual *Vintage American 90's* yang diterapkan melalui warna maroon dan krem, tipografi *serif* dan *script*, ilustrasi isometrik, elemen *strip photo*, serta motif *stripes* pada seluruh media. Berdasarkan hasil *testing* kepada audiens dan klien, media promosi yang dirancang dinilai memiliki keterbacaan yang baik, menarik perhatian, serta mampu menyampaikan informasi mengenai studio dan layanan Pick Me Booth dengan lebih jelas. Perancangan ini diharapkan dapat mendukung upaya promosi serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap keberadaan Pick Me Booth di kawasan Blok M Square.

Kata kunci: *marketing collateral*, media promosi, desain grafis, *photobooth*, *design thinking*



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The creative entertainment industry in Jakarta has experienced rapid growth, particularly in the Blok M area, which is widely recognized as a hub for youth activities. One of the most popular trends is the photobooth, which functions not only as a photography service but also as an aesthetic experience that aligns with the lifestyle of young people. The increasing number of photobooth stores with various unique concepts has intensified competition within the industry. Under these circumstances, Pick Me Booth, a newly established photobooth store located in Blok M Square, faces the challenge of low public awareness regarding its existence, location, studio concepts, services, and pricing. Therefore, an effective visual communication strategy through the design of marketing collateral is required to introduce the brand identity and services of Pick Me Booth more effectively. This study aims to design marketing collateral consisting of a tripod banner, brochure, poster, signage, and photo strip frame as promotional media for Pick Me Booth while applying graphic design theories and principles that align with its Vintage American 90's visual concept. This research employed a mixed methods approach using the design thinking framework, which consists of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and testing. Data were collected through observation, interviews, and questionnaires and analyzed using positioning and SWOT analyses to formulate the creative strategy. The positioning analysis indicates that Pick Me Booth is positioned within the Strong Thematic Identity – Experiential & Curated Experience quadrant, reflecting its distinctive Vintage American 90's concept inspired by the character of the Blok M area. The design process resulted in a Vintage American 90's visual concept implemented through the use of maroon and cream color palettes, serif and script typography, isometric illustrations, photo strip elements, and stripe patterns across all promotional media. Based on the testing results involving both the client and target audience, the designed promotional media demonstrated good readability, successfully attracted attention, and communicated information about Pick Me Booth's studios and services more clearly. This design is expected to support promotional activities and increase public awareness of Pick Me Booth's presence in the Blok M Square area.

Keywords: marketing collateral, promotional media, graphic design, photobooth, design thinking



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* untuk Pick Me Booth sebagai Media Promosi” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini diajukan sebagai persyaratan kelulusan sarjana terapan program studi desain grafis jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta. Dalam penulisan Tugas akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, ST., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Teknik Grafika dan Penerbitan.
4. Anggi Anggarini, M.Ds selaku dosen pembimbing yang senantiasa mendampingi, dan mendukung penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Kak Elviara Dwi Raissa selaku pemilik Pick Me Photobooth atas izin dan keterbukaan yang diberikan selama proses riset dan perancangan, serta Kak Andini dan Kak Richel yang turut membantu menyediakan informasi yang dibutuhkan.
6. Bunda yang senantiasa memanjatkan doa, memberikan kasih sayang, serta dukungan tiada henti kepada penulis selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.



Hak Cipta :

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

7. Lumi yang telah membantu, bersedia bekerja sama, serta menemani penulis dalam berbagai kegiatan selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini.
8. Azzam yang telah menemani keseharian penulis selama proses penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, serta senantiasa memberi semangat dan dukungan kepada penulis.
9. Erfa yang senantiasa hadir dalam kehidupan penulis sejak masa sekolah dasar hingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini. Kehadiran Erfa menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis.

Penyusunan Tugas akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dalam kesempurnaan baik isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima oleh penulis dengan senang hati.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Keysha Ismi Najwa Sidarta



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	7
2.1 Media Promosi	7
2.1.1 Jenis-Jenis Media Promosi	7
2.1.2 Fungsi dan Tujuan Media Promosi	8
2.2 Marketing Collateral	9
2.2.1 Jenis Marketing Collateral	10
2.3 Desain Grafis	11
2.3.1 Warna	11
2.3.2 Tipografi	16
2.3.3 Layout	20
2.4 Design Thinking	24
2.5 Mind Map	25
2.6 Mood Board	26
BAB III METODE PERANCANGAN	28
3.1 Metode Penelitian	28



Hak Cipta :

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

3.1.1 Tahap Pengumpulan Data	29
3.1.2 Tahap Analisis Data	30
3.1.3 Tahap Penciptaan Ide	30
3.1.4 Tahap Prototype	31
3.1.5 Tahap Uji Coba	31
3.2 Data dan Analisis.....	31
3.2.1 Profil Klien.....	32
3.2.2 Product Knowledge.....	33
3.2.3 Target Audience.....	34
3.2.4 Kompetitor	35
3.2.5 Consumer Insight.....	41
3.2.6 Positioning	43
3.2.7 Analisis SWOT	45
3.3 Arahan Kreatif.....	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Konsep Visual	50
4.1.1 Mindmap	50
4.1.2 Moodboard.....	51
4.2 Proses Desain	52
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	53
4.2.2 Sketsa Manual.....	54
4.2.3 Key Visual	69
4.2.4 Sketsa Digital Komprehensif	61
4.2.3 Desain Terpilih.....	65
4.2.5 Desain Media Marketing Collateral.....	72
4.3 Prototype	84
4.3.1 Prototype Tripod Banner.....	85
4.3.2 Prototype Brosur	85
4.3.3 Prototype Poster	86
4.3.4 Prototype Signage	87
4.3.5 Prototype Frame Photo	88
4.4 Testing	88
4.5 Desain Final.....	92



Hak Cipta :

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

4.5 Pertimbangan Produksi.....	94
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan.....	96
5.2 Saran.....	97
DAFTAR REFERENSI.....	98
LAMPIRAN	99





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh media promosi cetak	10
Gambar 2. 2 Hue.....	12
Gambar 2. 3 Saturation.....	13
Gambar 2. 4 Value.....	13
Gambar 2. 5 RGB	15
Gambar 2. 6 CMYK	16
Gambar 2. 7 Huruf Serif	18
Gambar 2. 8 Huruf Sans Serif	18
Gambar 2. 9 Huruf Script	19
Gambar 2. 10 Contoh Elemen Teks.....	21
Gambar 2. 11 Contoh Elemen Visual.....	21
Gambar 2. 12 Contoh Margin dan Grid.....	22
Gambar 2. 13 Prinsip Desain.....	23
Gambar 2. 14 Contoh Mind Map.....	26
Gambar 2. 15 Contoh Mood Board	27
Gambar 3. 1 Design Thinking	28
Gambar 3. 2 Logo Pick Me	32
Gambar 3. 3 Store Pick Me	32
Gambar 3. 4 Logo PhotoTrends	35
Gambar 3. 5 Store PhotoTrends	36
Gambar 3. 6 Logo Snaplab	37
Gambar 3. 7 Store Snaplab	38
Gambar 3.8 Logo D'Amour	39
Gambar 3.9 Store D'Amour	40
Gambar 3.10 Positioning	44



© 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. 1 Mindmap.....	51
Gambar 4. 2 Moodboard.....	52
Gambar 4. 3 Sketsa Thumbnail	53
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1	54
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2	56
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 3	57
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 4	58
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 5	60
Gambar 4. 12 Sketsa Komprehensif 1.....	62
Gambar 4. 13 Sketsa Komprehensif 2.....	63
Gambar 4. 14 Sketsa Komprehensif 3.....	64
Gambar 4. 15 Desain Terpilih	66
Gambar 4. 16 Emphasis.....	66
Gambar 4. 17 Hierarchy	67
Gambar 4. 18 Balance	67
Gambar 4. 19 Repetition.....	68
Gambar 4. 9 Color Palette	69
Gambar 4. 10 Tipografi	70
Gambar 4. 11 Elemen Visual.....	71
Gambar 4. 21 Tripod Banner.....	73
Gambar 4. 23 Brosur	75
Gambar 4. 25 Poster	77
Gambar 4. 27 Signage	80
Gambar 4. 29 Strip Photo	82
Gambar 4. 30 Prototype Tripod Banner	85
Gambar 4. 31 Prototype Brosur.....	85
Gambar 4. 32 Prototype Poster.....	86
Gambar 4. 33 Prototype Signage.....	87
Gambar 4. 34 Strip Photo	88



© 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. 35 Dokumentasi Testing	89
Gambar 4. 36 mock up final design.....	93
Gambar 4. 37 Mock Up Design Marketing Collateral	93





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT	46
Tabel 3. 2 Kreatif Brief.....	48
Tabel 4. 1 Capture Matrix.....	90





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Logbook Bimbingan Tugas Akhir	99
Lampiran. 2 Transkrip Wawancara	101
Lampiran. 3 Transkrip Wawancara 2	103
Lampiran. 4 Kuisisioner Consumer Insight	108
Lampiran. 5 Hasil Testing	108
Lampiran. 6 Hasil Cek Turnitin.....	111
Lampiran. 7 Daftar Riwayat Hidup	112



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri hiburan kreatif di Jakarta berkembang sangat pesat, terutama di kawasan Blok M yang dikenal sebagai pusat aktivitas anak muda (MediaIndonesia, 2025). Salah satu tren yang banyak diminati adalah *photobooth*, yang tidak hanya berfungsi sebagai layanan dokumentasi, tetapi juga menghadirkan pengalaman estetik yang dekat dengan gaya hidup generasi muda (Syifaptr, 2025). Banyaknya *store photobooth* dengan beragam konsep unik membuat persaingan di bidang ini semakin ketat (Febrian, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa setiap *brand photobooth* perlu memiliki strategi promosi yang tepat serta identitas visual yang kuat agar mampu menarik perhatian konsumen dan bertahan di tengah kompetisi pasar (MonsterAR, 2025).

Dalam konteks persaingan tersebut, *marketing collateral* memiliki peran penting karena tidak hanya menjadi media informasi, tetapi juga sarana untuk membentuk citra *brand* dan menciptakan hubungan emosional dengan audiens (Januaji, 2025). Materi promosi yang dirancang dengan tepat dapat memperkuat *brand image* sekaligus meningkatkan daya tarik di mata konsumen dengan unsur *informativeness* dan *relatability* yang berpengaruh terhadap efektivitas media promosi dalam membangun visibilitas *brand* (Li et al., 2022). Selain itu, strategi promosi dengan penerapan desain pada berbagai media juga dapat mendukung peningkatan *brand image* (Engelina & Laulita, 2022).

Di tengah dominasi media digital, media promosi cetak juga tetap relevan untuk digunakan sebagai bagian dari strategi komunikasi visual, media cetak mampu menjangkau audiens secara langsung dan memberikan kesan yang lebih nyata, sehingga masih efektif sebagai sarana promosi (Prasetya, 2021). Peran desain grafis dalam media promosi tidak hanya terbatas pada aspek estetika, tetapi juga pada kemampuan menyampaikan pesan dengan jelas, menarik perhatian, dan membangun ikatan emosional dengan audiens (Salsabila et al., 2025). Pembaruan

Hak Cipta :

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

desain grafis yang inovatif bahkan dapat meningkatkan daya tarik promosi dan mendukung keunggulan pasar suatu *brand* (Valentino & Yudiansyah, 2021).

Meskipun Pick Me Booth telah memanfaatkan media sosial seperti Instagram sebagai sarana promosi dan memperoleh respons yang cukup baik dari audiens digital, kondisi tersebut belum mampu meningkatkan jumlah pengunjung ke *offline store* secara signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa eksposur melalui media digital saja belum cukup untuk menjangkau calon pelanggan yang berada di sekitar lokasi *store*. Di sisi lain, Pick Me Booth belum memiliki media promosi cetak yang dapat memberikan informasi secara langsung kepada pengunjung yang melintas di kawasan Blok M Square. Padahal, karakteristik kawasan Blok M yang memiliki mobilitas pejalan kaki yang tinggi menjadikan media promosi cetak sebagai salah satu sarana komunikasi visual yang berpotensi meningkatkan visibilitas *store* sekaligus menyampaikan informasi mengenai lokasi, konsep studio, layanan, dan harga yang ditawarkan.

Store Pick Me Photobooth di kawasan Blok M bernama Bakal Lokasi Mejeng, baru saja dibuka pada Oktober 2025 dengan mengusung tema *vintage classic 90-an* dengan tiga konsep studio berbeda, yaitu *Blue Room*, *Melawai Dining Club*, dan *Metro Lounge '92*. Kehadiran *store* baru ini menambah pilihan *photobooth* di Blok M yang dikenal sebagai pusat aktivitas anak muda. Namun, karena baru beroperasi, masih banyak pengunjung yang belum mengetahui keberadaan serta lokasi Bakal Lokasi Mejeng di area tersebut. Meskipun memiliki identitas visual dan konsep yang kuat, Pick Me Booth menghadapi permasalahan komunikasi berupa rendahnya *awareness* pengunjung terhadap *photobooth* baru ini. Informasi mengenai lokasi, harga, dan konsep studio belum tersampaikan secara optimal kepada calon konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa permasalahan utama bukan terletak pada kualitas konsep, melainkan pada kurang optimalnya strategi komunikasi visual yang mampu memperjelas informasi dan meningkatkan visibilitas *brand*.

Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan perancangan *marketing collateral* yang dirancang secara konsisten dan terintegrasi dengan identitas visual Pick Me

Hak Cipta :

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

Booth. Pengembangan media promosi berupa tripod banner, brosur, poster, *signage* dan tambahan *photo strip frame* diharapkan mampu memperjelas informasi mengenai konsep studio, harga, serta lokasi, sehingga dapat menjawab permasalahan visibilitas yang selama ini dihadapi. Melalui pendekatan visual yang terarah dan sesuai dengan karakter *brand, marketing collateral* ini juga diharapkan dapat memperkuat *positioning* Pick Me Booth serta meningkatkan *awareness* di tengah persaingan photobooth yang semakin kompetitif di kawasan Blok M.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, dapat dilihat bahwa Pick Me Booth menghadapi tantangan dalam membangun citra brand dan menarik perhatian audiens di tengah persaingan ketat bisnis *photobooth* di kawasan Blok M. Kondisi ini menunjukkan perlunya strategi komunikasi visual yang lebih terarah melalui perancangan *marketing collateral* yang konsisten dengan identitas visual *brand*. Agar penelitian ini memiliki arah yang jelas serta mampu menjawab kebutuhan nyata klien, maka dirumuskan beberapa permasalahan yang menjadi fokus penelitian, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* yang dapat memperkenalkan identitas visual *vintage classic 90's* Pick Me Booth?
2. Bagaimana penerapan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* Pick Me Booth agar sesuai dengan konsep visual *vintage classic 90's*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada aspek perancangan desain grafis yang berhubungan dengan kebutuhan promosi Pick Me Booth. Fokus penelitian diarahkan agar hasil yang dicapai sesuai dengan identitas visual brand dan relevan dengan bidang studi desain grafis. Adapun ruang lingkup pembahasan ini meliputi:

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

1. Perancangan *marketing collateral* berupa tripod banner, poster, brosur, dan *photo strip frame* sebagai media promosi visual untuk memperkenalkan identitas Pick Me Booth.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* agar menghasilkan karya yang menarik, konsisten, dan mudah dikenali oleh audiens.
3. Teori desain grafis digunakan sebagai dasar konseptual dalam proses perancangan, meliputi pemilihan tipografi, warna, komposisi, serta penerapannya dalam membangun identitas visual *brand*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

A. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses perancangan *marketing collateral* berupa tripod banner, poster, brosur, dan *photo strip frame* yang dapat memperkenalkan identitas visual Pick Me Booth.
2. Menerapkan teori dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* agar selaras dengan konsep visual *vintage classic 90's* yang diusung oleh Pick Me Booth.

B. Manfaat

Hasil dari penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Memberikan media promosi visual yang terencana dan selaras dengan identitas brand sehingga dapat memperkenalkan keberadaan *store offline*, meningkatkan daya tarik, serta memperkuat citra brand di pasar *photobooth*.
2. Menambah referensi akademik terkait penerapan desain grafis dalam media promosi, khususnya mengenai perancangan *marketing collateral*.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

3. Menjadi contoh penerapan proses perancangan desain *marketing collateral* yang dapat dijadikan acuan atau inspirasi dalam merancang media promosi yang efektif dan konsisten dengan identitas visual suatu *brand*.

1.4 Sistematika Penulisan

Penyusunan struktur dalam perancangan buku cerita bergambar untuk tugas akhir ini terdiri dari sejumlah bab dan halaman yang disusun dengan sistematis dan rinci, yakni sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi gambaran umum penelitian, mencakup latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bagian ini memberikan dasar pemahaman mengenai alasan dan arah penelitian yang dilakukan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat landasan teori yang digunakan sebagai pijakan dalam proses perancangan. Teori yang dibahas mencakup kajian ilmu desain grafis dan teori pendukung lain yang relevan, disusun secara runtut dan logis. Bab ini juga menjelaskan teori tentang metode riset desain yang akan dipakai sebagai kerangka dalam pengerjaan Tugas Akhir.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam penelitian, meliputi teknik pengumpulan data, metode analisis, penggalan ide, hingga eksekusi desain. Pada bagian ini juga disajikan data dan analisis yang mencakup profil klien, *product knowledge*, *target audience*, kompetitor, *consumer insight*, serta analisis SWOT yang digunakan untuk menyusun strategi desain. Selanjutnya, bab ini memuat arahan kreatif sebagai acuan 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

yang berisi latar belakang proyek, target audiens, pesan utama, tema dan gaya desain, serta media yang akan dibuat.

BAB IV

PROSES PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan visual yang dilakukan selama proses perancangan media promosi Pick Me Booth. Mulai dari penyusunan *mind map*, pembuatan *moodboard*, alternatif sketsa, hingga digitalisasi desain dan pemilihan *final design*. Tiap media seperti tripod banner, signage, poster, brosur dan frame photo dijelaskan secara rinci, mencakup konsep visual, pertimbangan desain, dan hasil akhir. Bab ini berperan sebagai dokumentasi proses kreatif dari hasil analisis dan arahan kreatif yang telah disusun pada bab sebelumnya.

BAB V

PENUTUP

Bab terakhir berisi kesimpulan dari keseluruhan proses penulisan dan perancangan marketing collateral untuk Pick Me Booth. Termasuk evaluasi dari hasil yang diperoleh, kendala yang dihadapi, serta solusi yang diterapkan selama proses perancangan. Bab ini juga memuat saran yang dibagi menjadi tiga bagian, yaitu saran bagi masyarakat umum, bagi klien, serta untuk pengembangan penelitian atau perancangan selanjutnya.

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Proses perancangan *marketing collateral* dengan menggunakan metode *design thinking* menghasilkan konsep visual dan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan Pick Me Booth. Pada tahap *empathize*, diperoleh pemahaman mengenai permasalahan utama, yaitu masih rendahnya *awareness* masyarakat terhadap keberadaan store Bakal Lokasi Mejang by Pick Me Booth serta belum tersampainya informasi mengenai konsep studio yang dimiliki. Tahap *define* menghasilkan rumusan masalah dan arahan kreatif yang menjadi dasar perancangan. Selanjutnya, pada tahap *ideate* dikembangkan konsep visual bertema *vintage American 90's* melalui proses *mind map*, *mood board*, eksplorasi *key visual*, hingga pengembangan berbagai alternatif desain. Tahap *prototype* menghasilkan lima media *marketing collateral* cetak, yaitu *tripod banner*, brosur, poster, *signage*, dan *frame photo*. Pada tahap *testing*, diperoleh masukan mengenai keterbacaan, daya tarik visual, dan kejelasan informasi yang menjadi dasar penyempurnaan desain. Namun, proses pengujian masih memiliki keterbatasan karena melibatkan responden dengan rentang usia yang relatif terbatas sehingga belum sepenuhnya mewakili seluruh target audiens Pick Me Booth. Melalui rangkaian proses tersebut, dihasilkan media promosi cetak yang komunikatif, memiliki identitas visual yang konsisten, untuk memperkenalkan layanan dan karakter Pick Me Booth kepada target audiens.
2. Penerapan teori dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan menghasilkan konsep visual *vintage American 90's* yang selaras dengan identitas Pick Me Booth. Konsep tersebut diwujudkan melalui pemilihan warna maroon dan krem, penggunaan tipografi *serif* dan *script*, ilustrasi isometrik, elemen *strip photo*, motif *stripes*, serta penerapan prinsip desain seperti keseimbangan, penekanan, hierarki visual, dan kesatuan. Seluruh elemen tersebut diterapkan secara konsisten pada setiap media *marketing collateral* sehingga membentuk identitas visual yang kuat dan mendukung penyampaian informasi promosi secara efektif.

Hak Cipta :

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

Dengan demikian, perancangan marketing collateral yang dibuat telah mampu menjawab rumusan masalah dan memenuhi tujuan perancangan, yaitu menghasilkan media promosi yang komunikatif, menarik secara visual.

5.2 Saran

1. Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi mahasiswa maupun desainer yang ingin mengembangkan media marketing collateral pada bidang usaha lainnya. Tahapan perancangan yang dilakukan, mulai dari identifikasi permasalahan, pengembangan konsep visual, hingga proses pengujian desain, dapat dijadikan gambaran dalam merancang media promosi yang sesuai dengan karakter target audiens dan kebutuhan objek perancangan.
2. Media *marketing collateral* yang telah dirancang diharapkan dapat direalisasikan dan digunakan oleh Pick Me Booth sesuai dengan fungsi masing-masing media. Implementasi *tripod banner*, brosur, poster, *signage*, dan *frame photo* secara konsisten, baik di area store maupun pada berbagai kegiatan promosi di luar lokasi, diharapkan dapat membantu memperkenalkan layanan, memperkuat identitas visual, serta meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap keberadaan Pick Me Booth.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan perancangan *marketing collateral* dengan cakupan media yang lebih luas, tidak hanya terbatas pada media promosi cetak, tetapi juga media digital seperti media sosial, *digital signage*, maupun media promosi interaktif lainnya. Selain itu, proses *testing* sebaiknya melibatkan responden dengan rentang usia dan latar belakang yang lebih beragam agar hasil evaluasi dapat merepresentasikan target audiens secara lebih menyeluruh. Penelitian selanjutnya juga dapat melakukan implementasi media secara langsung serta mengukur efektivitasnya terhadap peningkatan *brand awareness*, minat audiens, maupun keputusan penggunaan layanan sehingga hasil penelitian dapat memberikan evaluasi yang lebih komprehensif terhadap penerapan media promosi.

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran. 1 Logbook Bimbingan Tugas Akhir

[Log Book Notion](#)

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Asistensi judul TA	Done	September 17, 2025	1. acc judul 2. lanjut mencari tau info klien 3. wawancara	mulai mengerjakan bab 1
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang, Tujuan penelitian, Ruang Lingkup dan Batasan, Rumusan Masalah	Done	October 2, 2025	1. revisi latar belakang paragraf ke 4, membahas tentang pick me booth nya 2. harus membuat kerangka bab 2 berbentuk bagan terlebih dahulu 3. di dalam media promosi tambahkan jenis, jenis, fungsi, tujuan 4. tidak perlu menuliskan desain grafis di sub bab langsung saja ke lainnya seperti typografi, warna dijadikan sub bab 5. merevisi metode riset desain	1. revisi latar belakang 2. membuat kerangka bab 2 3. merevisi isi bab 2
Bimbingan ke-3	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka bab 2, penulisan bab 2	Done	October 9, 2025	1. revisi latar belakang paragraf ke 4, membahas tentang pick me booth nya 2. harus membuat kerangka bab 2 berbentuk bagan terlebih dahulu 3. di dalam media promosi tambahkan jenis, jenis, fungsi, tujuan 4. tidak perlu menuliskan desain grafis di sub bab langsung saja ke lainnya seperti typografi, warna dijadikan sub bab 5. merevisi metode riset desain	1. revisi latar belakang 2. membuat kerangka bab 2 3. merevisi isi bab 2
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Isi keseluruhan bab 2 dan bab 3	Done	October 23, 2025	1. bagan bab 2 tidak perlu dimasukkan, hanya diperlukan saat presentasi, masukkan ke ppt 2. bab 2 hanya membahas teori keseluruhan tidak perlu mention pick me booth 3. mulai mengisi bab 3	1. merevisi dan melengkapi bab 2 2. mulai mengerjakan bab 3
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan	1. isi bab 2 2. isi bab 3	Done	November 18, 2025	1. kekurangan sitasi di bab 2 2. merevisi isi bab 3	1. menambahkan sitasi di bab 2 2. bagian layout, typografi di perelas
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Isi bab 3	Done	November 27, 2025	1. jelaskan marketing collateral kompetitor pakai apa 2. penjelasan SWOT	1. menambahkan penjelasan di bagian kompetitor 2. melanjutkan SWOT
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	SWOT dan Kreatif brief	Done	December 5, 2025	1. dibawah tabel, isinya rangkuman strategis dari SWOT nya, di cari kesamaannya 2. di key message isinya hasil dari rangkuman SWOT berdasarkan strategi 3. yang udah ada di key message jangan ada di tone and manner, bisa ambil dari consumer insight dan dari SWOT	1. revisi deskripsi SWOT 2. revisi key message dan tone and manner
Bimbingan ke-8	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Isi bab 2 dan 3	Done	December 12, 2025	1. sub bab warna, tipografi, dan layout tambahkan lagi detailnya	1. tambahkan data dan sitasi sub bab warna, tipografi, layout
Bimbingan ke-9	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Isi bab 2 dan 3	Done	December 16, 2025	tambahkan gambar di bab 2, tambahkan deskripsi sebelum masukin gambar positioning	tambahkan gambar di bab 2, tambahkan deskripsi sebelum masukin gambar positioning
Bimbingan ke-10	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	review hasil sempro	Done	February 20, 2026	1. jelaskan dulu pick me itu apa terus kenapa namanya jadi bakal lokasi mejeng 2. di latar belakang bahasanya di ganti jangan "awareness" dan beberapa kalimat di sesuaikan lagi agar tidak perlu menggunakan sitasi 3. rumusan masalah udah bener yang awal tapi di detailkan lagi mau merancang marketing yang bagaimana, beri tau mau memperkenalkan konsep visual vintage 90-an sebagai identitas visualnya 4. ruang lingkup jadi 2 aja 5. di bab 2 tambahkan desain grafis dan design thinking 6. sitasi di bab 2 perlu di tambahkan pertanyaan tentang bagaimana konsumen menemukan photobooth, apakah melihat yang viral di sosmed atau melihat langsung karena dekat dengan	1. revisi seperti catetan di samping 2. membuat konsep visual mulai dari mind map & mood board untuk bab 4

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

Hak Cipta :

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

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbing...	Catatan Pembimbing	To-do
					photobooth, apakah melihat yang viral di sosmed atau melihat langsung karena dekat dengan lokasinya atau melihat petunjuk arah seperti banner, dll 8. mengganti kompetitor, jangan yang punya tema vintage juga agar pick me bisa lebih unggul 9. revisi swot, di ganti bahasa dan kalimatnya agar lebih fokus ke desain, seperti di WT (menambah titik sebar media promosi) di ganti membuat design petunjuk arah lokasi pick me 10. tone and manner yang eye catching nanti ganti ambil dari consumer insight yang baru	
Bimbingan ke-10	Bab 4 Konsep Visual	mindmap moodboard	Done	March 26, 2026	1. mindmap masih bisa di cabangin 2. moodboardnya masih belum menggambarkan konsep dan masih kurang element	benerin mindmap dan moodboard
Bimbingan ke-11	Bab 4 Konsep Visual	mindmap moodboard	Done	March 31, 2026	1. acc mindmap, element/gambar di moodboard tambahkan lagi 2. membuat sketsa elemen grafis/doodle	1. rapihin moodboard 2. mulai sketching
Bimbingan ke-12	Bab 4 Konsep Visual	sketsa manual	Done	April 22, 2026	dari 5 alternatif temanya masih sama semua beom beda, dari elemen visual yang sama dibikin 5 tema yang berbeda	merevisi 5 sketsa manual, mencari referensi layout yang lain dengan menggunakan grid rule of third nya, dibikin 5 tema sketsa yang berbeda
Bimbingan ke-13	Bab 4 Konsep Visual	sketsa digital awal	Done	May 7, 2026	dipilih 3 aja untuk di digitalin dari 5 sketsa, terus font untuk headline readabilitynya masih kurang	merapihkan dan menyempurnakan 3 sketsa yang dipilih untuk dijadikan sketsa komprehensif, dan mengganti font
Bimbingan ke-14	Bab 4 Konsep Visual	desain komprehensif	Done	June 1, 2027	ganti headline, jangan The Menu, cari CTA	mengganti headline, mencari CTA untuk kalimat ajakannya
Biml OPEN ke-15	Bab 4 Konsep Visual	desain komprehensif	Done	June 11, 2026	tulisan The Menu sama Come and Snapl di tuker, Come and Snapl jadi Headline	1. merevisi sedikit layout desain alternatif 5, headlinenya taro di atas kiri 2. tulisan Come and Snapl dijadiin headline 3. tulisan the menu buat sub headline sebelum info isometric
Bimbingan ke-16	Bab 4 Konsep Visual	desain media promosi lainnya	Done	June 15, 2026	merevisi brosur, nambahin mini maps, sama revisi signage sedikit	desain brosur ganti warna jangan coklat, disamain jadi maroon aja, barcode pindahn di belakang brosur, yang didalam ganti sama mini maps lokasi photobooth
Bimbingan ke-17	Bab 4 Konsep Visual	review hasil testing	Done	June 24, 2026	hasil dari testing coba di revisi terus di cetak lagi, terus testing lagi	merevisi desain utama tripod banner, ukuran piring di kecilkan, tambahkan strip foto lagi dan strip foto di besarkan setelah itu mencoba testing ulang
Bimbingan ke-18	Bab 4 Konsep Visual	review hasil testing	Done	June 26, 2026	ukuran poster di besarkan nanti pas cetaknya, melanjutkan penulisan	membesarkan ukuran desain poster, melanjutkan penulisan bab 4 dan 5
Bimbingan ke-19	Bab 4 Konsep Visual Bab 5 Kesimpulan & Saran	penulisan bab 4 & 5	Done	July 2, 2026	revisi sedikit bagian sub bab desain final, pertimbangan produksi, kesimpulan dan saran	1. merevisi penjelasan di bagian final desain 2. di penjelasan pertimbangan produksi tidak perlu pakai harga 3. di kesimpulan penjelasannya di pisah pakai penomoran bukan paragraf

Lampiran. 2 Transkrip Wawancara

Wawancara 1

Tanggal : 9 September 2025

Narasumber : Elviara Dwi Raissa

Jabatan : Pemilik Pick Me

Wawancara : Chat Whatsapp

Keysha : Siangg Kak Vira, kak aku mau minta izin sama Kak Vira untuk jadiin Bakal Lokasi Mejeng Pick Me bahan materi project kuliah ku di semester 7 dan 8 kak, jadi di smt 7 projectnya itu penelitian brand, kalau yang untuk smt 8 projectnya bikin media promosi brand kak.

Vira : Haloo keyyy, boleh2 keyyy, silahkan, nanti perlu data apakah dari Pick Me nyaa?

Keysha : Alhamdulillah terimakasih kakk. untuk sekarang paling data ini kak,

1. Sejarah awal mula terbentuk pick me.
2. Tujuan pick me di dirikan.
3. Apakah dari pick me sudah memiliki karakter/ciri khas sendiri?
4. Target audience.
5. Media promosi seperti apa yang pick me butuhkan?

Vira : 1. Awal mulanya pada tahun 2023, waktu kami para founder membuat sebuah acara dan pada saat itu sedikit dan susah untuk mencari photobooth / photobox yang bisa bekerjasama akhirnya kita mencoba membuat photobooth sendiri hingga sampai sekarang ini

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

2. Selain menyediakan barang dan jasa photobooth atau photobox. Niat kami pada awalnya menciptakan lapangan pekerjaan, khususnya bagi anak muda dan juga para mahasiswa yang ingin belajar masuk di dunia kerja. Selain itu kami juga ingin terus menciptakan inovasi baru dan memberikan dampak positif bagi customer kami dengan adanya produk serta barang dan jasa yang kami buat untuk bisa terus menemani dan mengabadikan momen spesialnya bersama orang-orang terdekatnya.

3. Di offline store kami ini yang diambil dari kata BLOK M atau "Bakal Lokasi Mejeng" mengambil tema atau Vintage 90an, memperkenalkan kepada para anak muda serta generai sekarang dengan nuansa Blok M pada jaman dahulu.

4. 16 - 30 tahun

5. Poster, Banner serta Brosur yang terus kita sebar di sekitar Blok M

Keysha : Sama data ka vira kak untuk data pemilik usaha

Vira : Nama Lengkap : Elviara Dwi Raissa

Keysha : Terima kasihh banyak ya kakk.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Lampiran. 3 Transkrip Wawancara 2

Wawancara 2

Tanggal : 24 September 2025

Narasumber : Richel

Jabatan : Team Pick Me

Wawancara : Tatap muka

Keysha : Oke ini gak banyak sih kak pertanyaannya dari aku cuman kayak kurang lebih 8, pokoknya intinya aku mau nanya-nanya soal pick me aja sama kayak kan aku mau ngedesain media promosi cetak nih, nah sama paling aku nanyain kayak media promosi yang dibutuhkan tuh apa gitu.

Richel : Iya boleh boleh.

Keysha : Oke. Jadi yang pertama aku mau nanya soal sejarahnya Pick Me, kayak awal mula terbentuknya Pick Me tuh gimana sih Kak sama dari tahun berapa?

Richel : Jadi Pick Me itu awal mulanya tuh berdiri tahun 2023 Jadi kita tuh awalnya kayak ada acara sedikit-sedikit kita harus nyari nih foto booth-foto booth gitu. Terus dari situ kita akhirnya kerjasama kerjasama nih sama event-event gitu. Dari 2023 itu alhamdulillahnya sampai sekarang kita udah punya banyak partner buat kerjasama lah di event gitu. Terus juga, kita juga punya founder namanya Elvira Dwi Raisa.

Keysha : Kalau misalkan, tadi kan kata kakak event-event, berarti kalau store-nya itu bukan dari 2023 ya, Kak?

Richel : Store yang di Blok M ya kalau yang di Blok M itu baru tahun ini sih, 2025.

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

Keysha : Oke, oke selanjutnya visi-misi dari pikmi sendiri apa sih kak kayak visi-misi pikmi didirikan gitu?

Richel : Kalau visi pick me itu, kita tuh untuk menghadirkan barang dan jasa foto booth ataupun foto box yang pastinya gampang gitu ya buat diakses. Terus misinya paling kita tuh mau nyediain ruang foto yang kreatif, terus tentu kita juga pengen punya konsep yang interiornya setiap studio tuh pasti yang niat gitu, terus kita juga punya misi dengan adanya foto booth ini, apalagi yang di Blok M itu bisa menciptakan lapangan kerja ya. Terus buat anak-anak muda dan juga para mahasiswa juga ya bisa lah buat jenjang karir mereka di foto booth kita yang di Blok M. Selain itu kita juga menciptakan inovasi baru, tentunya pengennya berdampak positif ya buat customer kita. dengan adanya produk dan jasa yang kita kasih itu tentunya kan pasti karena hasilnya foto jadi bisa menjadi barang yang memorable lah buat mereka gitu terus capture momen-momen yang spesial sama orang-orang sayang mereka gitu.

Keysha : Tapi sebelumnya Pick Me tuh udah ada karakter tersendiri belum sih kak? Kayak ciri khasnya Pick Me gitu?

Richel : Kalau ciri khasnya Pick Me ya Kalau misalkan secara generasi kayaknya paling sesuai namanya aja gitu ya Pick Me. Cuma kalau misalkan offline store kita yang di Blok M itu khususnya yang di bakal lokasi mejeng itu kita konsepnya tuh lebih ke vintage gitu ya jadi ciri khasnya vintage gitu tujuannya itu memperkenalkan ke generasi zaman now gitu ibaratnya ya dengan nuansa Blok M yang tempo dulu.

Keysha : Oohh gitu Jadi emang sengaja, makanya bikin edisi nih bikin namanya bakal lokasi mejeng.

Richel : Iya itu kalau bakal lokasi mejeng kalau disingkat jadinya blok M.

Hak Cipta :

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

Keysha : Oohh iya sih, soalnya aku sempet kayak.. kenapa namanya jadi blok M lagi gitu kan udah ke tempatnya di Blok M.

Richel : Iya biar orang gampang inget gitu.

Keysha : Iya sih make sense. Terus selanjutnya ada target audiens utama Pick Me, sebenarnya cerana usia berapa sih?

Richel : Karena ini jasa foto booth gitu ya, pasti gen z - gen z juga ya target kita gitu. Terus ya paling dari usia 16 sampai 30 tahun gitu, yang gak cuma anak muda gitu ya, Unik, asik, terus juga estetik. Itu bisa di blok m fotonya yang estetik. Bareng pasangan atau enggak, bareng keluarga gitu.

Keysha : Tadi untuk media promosi cetaknya, kira-kira apa aja kak yang dibutuhkan?

Richel : Kalau buat yang di Blok M itu, paling yang kita butuhin ya buat media promosinya, karena Blok M tuh rame banget kan ya, biar orang notice. Kita bikin poster, terus kita juga bikin banner, terus juga kita, brosur yang kita sebar tuh di daerah Blok M. terus kita juga kalau desain frame foto kan juga termasuk menjual gitu ya karena sekarang kan orang fokusnya ke frame-nya lucu apa enggak gitu kan.

Keysha : Ohh ya bener-bener pada mengincar. Oke, Oh ini masuk ke bahas desain ya kak, kalau ada gak sih elemen khusus gitu yang kayak perlu kumasukin gitu ke desainnya.

Richel : Kayak mandatori elemennya yaa.

Keysha : Iyaa, yang emang harus banget aku adain nih gitu.

Richel : Di desainnya kita sih sebenarnya emang fokus di promosiin store baru kita jadi desainnya tuh ikutin tema store kita aja kali ya

Hak Cipta :

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

vintage gitu kalo elemen khusus mungkin bisa kayak strip foto di desainnya gitu ya pokoknya yang konsep-konsep vintage Blok M.

Keysha : Sama ini sih aku mau nanya soal ruang lingkup usaha dari pikmi tuh apa aja ya kak?

Richel : Ruang lingkupnya itu... Pick Me itu kan usaha foto booth dan photobox otomatis ya yang hasil fotonya tuh langsung siap cetak. Jadi foto langsung hasilnya ada gitu dan di store juga ada foto yang pake fotografer jadi kita memang ada 3 tema di studio kita, kayak ada blue room, itu yang pake fotografer terus ada juga dinner, terus kita juga ada metro lounge namanya terus di store ini ada tambahan penjualan, kayak kita jual keychain-keychain lucu gitu terus untuk aksesoris hasil cetak fotonya, jadi kayak buat orang yang abis foto mereka bisa tambahin aksesoris-aksesoris gitu, terus kalau di luar store kita sih kita juga ada layanan sewa dan collab gitu ya untuk segala event kayak misalkan kita sih sebelumnya pernah di event TSP kayak gitu-gitu itu kan collab ya walaupun kita juga bisa di event kayak ulang tahun ataupun wedding gitu.

Keysha : Okee. Terakhir nih kak, tadi kan untuk media promosinya paling poster, banner, sama brosur itu ada gak informasi yang paling penting yang harus aku masukin selain aku ngasih tau keunggulan Pick Me?

Richel : Informasi penting ya. Paling kayak harus bisa deskripsiin layanan photo booth otomatis pake price list ya, karena bisa menjual juga kan. Terus juga paling di highlight juga penjualan keychain, terus kayak informasi tambahan juga kayak misalkan lokasinya tuh dimana, Terus di-highlight aja, itu kan kita punya tiga tema studio paling konsep interior masing-masing studio itu kayak apa sih, gitu sih paling.



Keysha : Okee yaudah sih kak, paling itu aja pertanyaan dari aku, makasih banyak yaa, Kak Richel.

Richel : Sama-sama, sukses Keysha.

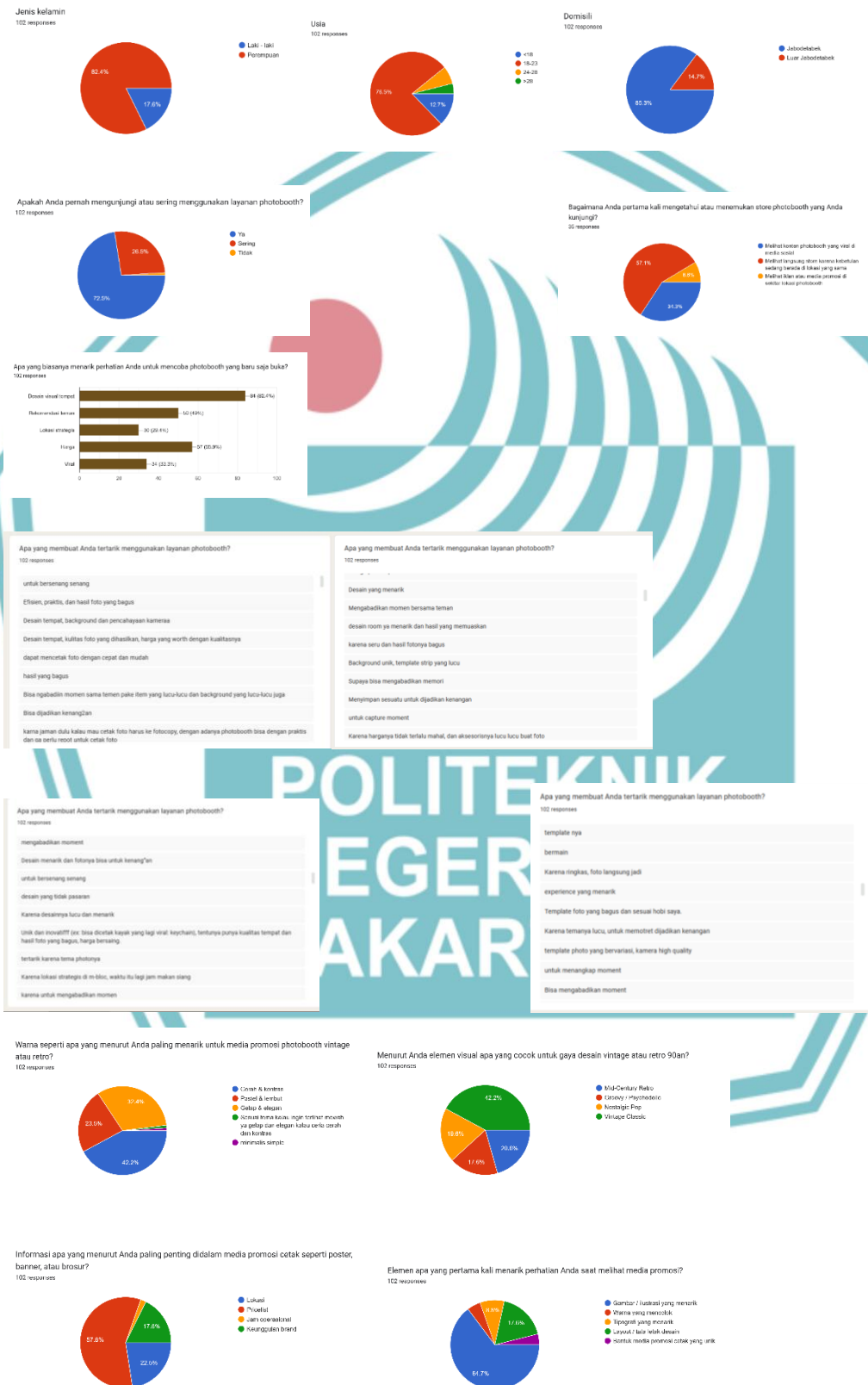


Hak Cipta :

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

Lampiran. 4 Kuisiener Consumer Insight

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



Lampiran. 5 Hasil Testing

Hak Cipta :

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

Jumlah Responden: 11 Orang

Nama Responden:

1. Salma (21 Tahun)
2. Mustaqim (23 Tahun)
3. Adara (22 Tahun)
4. Rara (21 Tahun)
5. Kalika (22 Tahun)
6. Farrel (21 Tahun)
7. Affandi (24 Tahun)
8. Daus (26 Tahun)
9. Izzati (36 Tahun)
10. Najla (20 Tahun)
11. Malik (19 Tahun)

Jenis Kelamin: Laki-laki dan Perempuan

Rentang Usia: 19-36 Tahun

Domisili: Depok dan Jakarta

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah secara keseluruhan desain cukup menarik sehingga membuat perhatian tertuju pada tripod banner saat sedang berjalan melintas?	Secara keseluruhan 11 responden menjawab sudah cukup menarik dan dapat membuat perhatian mata tertuju pada desain.
2	Apakah tulisan pada media masih dapat dibaca dari jarak wajar pejalan kaki saat sedang berjalan melintas?	Secara keseluruhan 11 responden setuju bahwa tulisan headline masih dapat terlihat dari jarak 2-3 meter.
3	Apakah ilustrasi isometrik yang digunakan cukup memvisualisasikan studio	Secara keseluruhan 11 responden menjawab mudah di pahami.

Hak Cipta :

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

	photo dan mudah dipahami?	
4	Apakah desain sudah cukup informatif untuk menginformasikan keberadaan dan layanan yang dimiliki oleh photobooth ini?	Secara keseluruhan 11 responden menjawab sudah cukup informatif tetapi kurang jelas di bagian contoh hasil foto.
5	Apakah desain yang ditampilkan sudah cukup memvisualisasikan tema <i>vintage American</i> ?	Secara keseluruhan 11 responden menjawab desain sudah memvisualkan tema <i>vintage American</i> .



JAKARTA

Lampiran. 6 Hasil Cek Turnitin



Similarity Report ID: oid:3618:144626021

7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id	1%
	Internet	
2	anyflip.com	<1%
	Internet	
3	ojs.uninus.ac.id	<1%
	Internet	
4	ejournal.cvddabeeayla.com	<1%
	Internet	
5	ejournal.iaida.ac.id	<1%
	Internet	
6	docplayer.info	<1%
	Internet	
7	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
8	coursehero.com	<1%
	Internet	

Sources overview

Hak Cipta :

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



Lampiran. 7 Daftar Riwayat Hidup

KEYSHA ISMI NAJWA SIDARTA

+6281287844452|keyshakins@gmail.com|www.linkedin.com/in/keyshakins

Acreative and communicative Graphic Design student from Jakarta State Polytechnic with strong teamwork skills. Proficient in developing visual concepts and understanding client's needs to deliver effective and appealing designs. Passionate about continuous learning and growth in the creative industry. I'm currently looking for opportunities in **graphic designer**.

EDUCATION

Jakarta State Polytechnic - Depok, Indonesia
Graphic Design, GPA 3.83/4.00

Sept 2022 - present

- Project 1 : Team Leader in project **designing calendars and merchandise** (notebooks, mugs, stickers, keychains, and phone pop sockets) for Politeknik Negeri Jakarta.
- Project 2 : Team Leader in project **designing labels** for the MSME Maryam Kuliner.
- Project 3 : Art Director in project **designing brooch packaging** for the MSME Tries Hands.
- Project 4 : Team Leader in project **creating and designing a brand profile book** for the MSME Namaste 21 Handmade.
- Project 5 : Collaborated with a team to **create a new brand**, including innovative packaging, brand storytelling, visual branding concepts, budget planning (RAB), promotional media, product production, and sales strategy.
- Project 6 : Graphic Designer & Copywriter in an **English Guidebook** Project for the Graphics and Publishing Engineering Department.

INTERN EXPERIENCE

LOOP KREATIF – Marketing Agency, BSD
Graphic Design Intern

April 2026 – June 2026

- Designed marketing collateral for client needs, spanning both digital/social media and print materials.
- Designed pitch deck presentations for new client proposals.
- Designed social media content, including Instagram feeds, for client accounts.

PICK ME PHOTOBOOTH – Photobooth Brand, Jakarta
Graphic Design Intern

June 2025 – September 2025

- Designed creative photobooth frame templates and visual assets for event and brand activations.
- Assisted in handling photobooth operations during events, including guiding customers and maintaining smooth booth activities.
- Managed booth engagement and customer interaction in fast-paced event environments.
- Supported tenant operations by handling merchandise and additional product sales during events.
- Coordinated event logistics and helped ensure booth activities ran efficiently throughout the event.

KAPANLAGI YOUNIVERSE – Media Company, Jakarta
Graphic Design Intern

March 2025 – June 2025

- Designed digital posters for website and social media content with emphasis on visual storytelling and composition.

ADDITIONAL EXPERIENCE

HMGP (Himpunan Mahasiswa Grafika Penerbitan) - Jakarta State Polytechnic
Head Of Department (Academic and Scientific Development Department)

Jan 2024 – Jan 2025

- Led the Academic and Scientific Development Department, overseeing various initiatives and programs.
- Created and implemented the "CRAFT" program to showcase the artistic potential of high school and vocational school students while promoting the campus department to the wider community.
- Organized a seminar on internships and IISMA, featuring expert speakers with relevant experience.
- Developed and managed content-sharing programs on the student organization's social media to disseminate educational knowledge.
- Shared information about scholarships, internships, and competitions to keep students updated on opportunities.

SOLLANA - Brand & Creative Program
Co-Founder & Creative Director

March 2024 - Present

- Co-founded Sollana, contributing to brand name creation and initial business setup.
- Led design efforts, including logo creation and promotional media development.
- Conducted creative workshops, providing tutorials and guidance to participants.
- Gained hands-on experience in starting and managing a business, including financial management and strategic planning.
- Applied marketing and branding strategies learned from academic background to grow the brand.

VOLUNTEER EXPERIENCE

BIGBOSS (Big Bakti Sosial) - Jakarta State Polytechnic
Social Media Designer & Community Volunteer

August 2023

- Creating engaging designs for Instagram feeds and posts.
- Contributed to the community service activities of the event, including teaching children in a local village school during the event.

HARD SKILLS & SOFT SKILLS

Hard Skills : Microsoft Word, PowerPoint, Canva, Capcut, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, 3DS Max & Adobe InDesign.

Soft Skills : Leadership, Teamwork, Public Speaking, Communication, Creativity, Copywriter, Time Management, fluent in Indonesian and English.

Hak Cipta :

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