



© 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 PT JATI
DIRI TRANS SEBAGAI SARANA BRANDING**



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

Oleh:
GUSTI ELVAN RAYYANA PUTRA
2206421010

**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 mengemukakan 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 PT Jati
Diri Trans sebagai Sarana Branding
Penulis : Gusti Elvan Rayyana Putra
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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

**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 LAPORAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK PT JATI DIRI TRANS SEBAGAI SARANA BRANDING

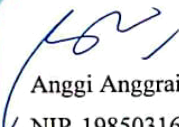
Oleh:

Gusti Elvan Rayyana Putra
2206421010

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I .


Anggi Anggraini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II

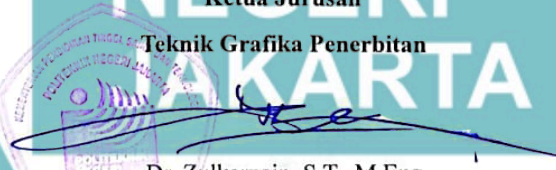

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP. 199805142025062012

Kepala Program Studi


Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan


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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK PT JATI DIRI TRANS SEBAGAI SARANA BRANDING

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Gusti Elvan Rayyana Putra

2206421010



Hak Cipta :

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

PT Jati Diri Trans merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa logistik, freight forwarding, dan pengelolaan dokumen kepabeanan. Namun, media marketing collateral yang dimiliki perusahaan belum mampu menampilkan identitas visual yang konsisten, profesional, dan representatif sehingga belum optimal dalam membangun citra perusahaan serta mendukung aktivitas branding kepada calon klien. Penelitian ini bertujuan merancang desain marketing collateral sebagai sarana penguatan branding PT Jati Diri Trans melalui pendekatan visual yang mampu meningkatkan kredibilitas perusahaan dan memperjelas penyampaian informasi layanan. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed method* dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, studi literatur, kuesioner, dan analisis kompetitor. Proses perancangan menerapkan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Tahap *empathize* dilakukan untuk memahami kebutuhan perusahaan dan target audiens, dilanjutkan dengan analisis SWOT dan penyusunan *creative brief* pada tahap *define*. Tahap *ideate* menghasilkan konsep visual melalui *mind map* dan *mood board*, kemudian diwujudkan menjadi berbagai media marketing collateral pada tahap *prototype* dan divalidasi melalui *testing* bersama klien, pengguna, dan pakar desain. Hasil perancangan berupa brosur layanan, *stationery kit*, poster, dan media sosial dengan konsep visual modern, profesional, serta konsisten terhadap identitas perusahaan. Pengujian menunjukkan bahwa rancangan mampu meningkatkan persepsi profesionalitas, memperkuat identitas visual, serta mendukung aktivitas branding PT Jati Diri Trans secara lebih efektif.

Kata kunci: marketing collateral, branding, desain komunikasi visual, 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

ABSTRACT

PT Jati Diri Trans is a logistics company providing freight forwarding, customs brokerage, and integrated transportation services. However, the company's existing marketing collateral has not been able to present a consistent, professional, and representative visual identity, limiting its effectiveness in strengthening corporate branding and communicating service information to prospective clients. This study aims to design integrated marketing collateral to reinforce the company's brand identity through a professional and informative visual communication approach. The research employed a mixed-method approach, with data collected through observation, interviews, literature review, questionnaires, and competitor analysis. The design process adopted the Design Thinking methodology, consisting of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. The empathize stage focused on identifying the needs of both the company and its target audience, followed by problem analysis using SWOT and the development of a creative brief during the define stage. The ideate stage generated visual concepts through mind mapping and mood boards, which were then translated into various marketing collateral prototypes and evaluated through testing involving the client, target users, and design experts. The final outputs include brochures, stationery, posters, and social media materials featuring a modern, professional, and consistent visual identity. The evaluation results indicate that the proposed marketing collateral successfully enhances the company's professional image, strengthens its visual identity, and improves the effectiveness of its branding communication.

Keywords: *marketing collateral, branding, visual communication design, 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 penulis panjatkan kepada tuhan yang maha esa atas segala rahmat dan karunia-nya sehingga dapat penulisan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk PT Jati Diri Trans Sebagai Media Branding” dapat disusun dan menyelesaikan dengan baik. Proposal ini bertujuan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses menyusun proposal ini, penulis memperoleh banyak arahan, masukan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, Penulis mengucapkan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen pembimbing materi yang selalu memberi arahan, motivasi dan bantuan di setiap penulisan Tugas Akhir.
5. Ibu Susilawati Thabranu, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik DG A angkatan 2022.
6. Kepada kedua orang tua, selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis. Terima kasih selalu motivasi untuk menyelesaikan pendidikan
7. Kepada Bapak Lutfi selaku perwakilan PT Jati Diri Trans memberikan kesempatan menjadi klien dalam perancangan identitas visual untuk Tugas Akhir ini.
8. Seluruh teman-teman dekat memberikan dukungan, semangat serta bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.
9. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu pengetahuannya selama pembelajaran di 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

10. Seluruh anggota ABP yang selalu memberikan ruang diskusi selama proses penyusunan tugas akhir.

11. Semua pihak yang namanya tidak dapat disebutkan satu persatu.

Penulis, menyadari bahwa proposal ini masih memiliki kekurangan. Oleh Karena itu, saran dan kritik yang membangun sangat di harapkan demi perbaikan serta penyempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga penulisan ini dapat memberikan manfaat pada berbagai pihak serta menjadi pengalaman dan motivasi berharga dalam keterampilan penulis di bidang desain grafis.

Jakarta, 18 Desember 2025

Gusti Elvan Rayyana Putra

**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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
PRAKATA.....	7
DAFTAR ISI.....	9
BAB I	
PENDAHULUAN.....	19
1.1 Latar Belakang.....	19
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	
LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Branding.....	8
2.1.1. Fungsi Branding dan Jenis Branding.....	9
2.1.2. Kriteria Branding Efektif.....	9
2.1.3. Penerapan Branding dalam Media Promosi.....	9
2.2 Komunikasi Visual.....	13
2.2.1. Fungsi Komunikasi Visual.....	13
2.2.2 Model Komunikasi Visual.....	13
2.3 Marketing Communication.....	14
2.3.1 Media Promosi dan Peran Desain Grafis.....	14
2.3.2. Strategi Komunikasi Visual dalam Kampanye Pemasaran.....	15
2.4 Marketing Collateral.....	15
2.5 Prinsip Dasar Desain.....	16
2.5.1 Keseimbangan (Balance).....	16
2.5.2. Kesatuan (Unity).....	17
2.5.3. Irama (Rhythm).....	18
2.5.4. Harmoni (Harmony).....	18



Hak Cipta :

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

2.5.5. Kontras (Contrast).....	19
2.5.6. Hierarki Visual (Visual Hierarchy).....	20
2.5.7. Penekan (Emphasis).....	21
2.5.8. Perataan (Alignment).....	21
2.5.9. Proporsi (Propotion).....	22
2.6 Elemen Desain Grafis.....	22
2.6.1. Layout.....	23
2.6.2. Warna.....	24
2.6.3. Tipografi.....	27
2.6.4. Gambar.....	29
2.7 Design Thinking.....	31
2.7.1. Empathize.....	32
2.7.2. Define.....	32
2.7.3. Ideate.....	33
2.7.4. Prototype.....	33
2.7.5. Testing.....	34
2.8 Mind Map.....	34
2.9 Mood Board.....	35
BAB III	
METODE PERANCANGAN.....	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Data dan Analisis.....	41
3.2.1. Profil Perusahaan.....	41
3.2.2. Product Knowledge.....	43
3.2.3. Target Audience.....	46
3.2.4. Kompetitor.....	47
3.2.5. Consumer Insight.....	50
3.2.6. Positioning.....	53
3.2.7. Analisis SWOT.....	54
3.3 Arahkan Kreatif.....	56
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	60
4.1 Konsep Visual.....	60
4.1.1 Mind Map.....	60
4.1.2 Moodboard.....	62



© 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

4.2 Proses Desain.....	62
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	63
4.2.2 Sketsa Manual.....	63
4.2.3 Desain Komprehensif.....	71
4.2.4 Desain Terpilih.....	78
4.2.4 Prototype.....	87
4.2.5 Testing.....	89
4.2.5 Final Art Work.....	90
4.3 Pertimbangan Produksi.....	98

BAB V

PENUTUP.....	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran.....	101

DAFTAR REFERENSI.....

DAFTAR LAMPIRAN.....

LAMPIRAN	
LAMPIRAN	
LAMPIRAN	
LAMPIRAN	
LAMPIRAN	
LAMPIRAN	

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Teori	8
Gambar 2. 2 Brosur Layanan.....	10
Gambar 2. 3 Stationery Kit.....	11
Gambar 2. 4 Poster/Infografik Internal.....	12
Gambar 2. 5 Feeds Instagram.....	12
Gambar 2. 6 Model Komunikasi Visual pada Media Promosi.....	14
Gambar 2. 8 Desain Media Promosi Digital	14
Gambar 2. 9 Business Brochure Layout Design.....	17
Gambar 2. 10 Integrated Corporate Branding Design.....	18
Gambar 2. 11 Visual Rhythm in Marketing Design.....	18
Gambar 2. 12 Harmonious Corporate Visual Identity.....	19
Gambar 2. 13 Corporate Poster with High Visual Contrast.....	20
Gambar 2. 14 Food Order Website Design.....	20
Gambar 2. 15 Graphic Design Fundamentals.....	21
Gambar 2. 16 Financial Planning Brochure.....	22
Gambar 2. 17 10 Principles of Design: A Quick Guide + Examples.....	22
Gambar 2. 18 Business Brochure Layout.....	23
Gambar 2. 19 Color Model Comparison Chart.....	24
Gambar 2. 20 Monochromatic Blue Branding Scheme.....	25
Gambar 2. 21 Blue-Green Analogous Palette.....	26
Gambar 2. 22 Blue-Orange Complementary Branding.....	26
Gambar 2. 23 Triadic Color Balance Design.....	27
Gambar 2. 24 Typography Hierarchy Example.....	28
Gambar 2. 26 Readable Typography Layout.....	29
Gambar 2. 27 Fotografi Korporat Logistik.....	30
Gambar 2. 28 Ilustrasi Logistik Modern.....	31
Gambar 2. 29 Mind Map.....	35
Gambar 2. 30 Mood Board.....	35
Gambar 3.2 Logo PT Jati Diri Trans.....	41
Gambar 3.3 Salah satu layanan PT Jati Diri Trans.....	45
Gambar 3.5 Situ Website PT Star Concord Indonesia.....	47
Gambar 3.6 Situ Website PT Univan Logistik.....	48
Gambar 3.7 Situ Website Essem Logistics.....	49



© 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

Gambar 3.8 Perceptual Mapping.....	53
Gambar 4.1 Mind Map.....	61
Gambar 4.2 Mood Board.....	62
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	63
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	64
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	66
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	67
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 4.....	68
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 5.....	70
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 1.....	72
Gambar 4.10 Desain Komprehensif 2.....	74
Gambar 4.11 Desain Komprehensif 4.....	76
Gambar 4.12 Desain Terpilih.....	79
Gambar 4.13 Kode Warna.....	80
Gambar 4.14 Font Manrope.....	82
Gambar 4.15 Font Poppins.....	83
Gambar 4.16 Gambar Logistik.....	84
Gambar 4.17 Elemen Grafis.....	86
Gambar 4.18 Mock Up Digital.....	88
Gambar 4.19 Mock Up Cetak.....	89
Gambar 4.20 FAW Brosur.....	92
Gambar 4.21 FAW Stationery Kit.....	93
Gambar 4.22 FAW Poster.....	95
Gambar 4.23 FAW Feeds Instagram.....	97



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4 Target Audience.....	46
Tabel 3.9 Matrix SWOT.....	55
Tabel 3.10 Creative Brief.....	57
Tabel 4.1 Kata Kunci Mind Map.....	61
Tabel 4.2 Kelebihan dan Kekurangan Testing.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN	
TRANSKRIP WAWANCARA.....	
LAMPIRAN	
HASIL KUESIONER.....	
LAMPIRAN	
DOKUMENTASI RISET.....	
LAMPIRAN	
LOGBOOK BIMBINGAN TA.....	
LAMPIRAN	
HASIL CEK TURNITIN.....	
LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, industri logistik adalah salah satu bidang strategis yang mengalami pertumbuhan yang signifikan. Berdasarkan laporan (*Logistics & Transport Indicators Indonesia Report 2024*, n.d.) menunjukkan bahwa pasar logistik Indonesia akan meningkat menjadi USD 408 miliar pada tahun 2027 dengan pertumbuhan tahunan sekitar 9,2%. Ini akan membuat persaingan lebih kompetitif karena lebih banyak perusahaan jasa logistik, pengangkut barang, dan perusahaan pengelolaan jasa kepabeanan (PPJK) akan muncul.

Dalam pasar yang kompetitif, bisnis harus tidak hanya bergantung pada kualitas layanan yang diberikan, tetapi juga harus memiliki reputasi merek yang kuat dan konsisten. Identitas merek yang dirancang dan dikelola secara strategis dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan pelanggan, menurut penelitian terbaru (Dwivedi et al., 2021). Selain itu, *branding* yang konsisten berdampak besar pada persepsi audiens terhadap suatu perusahaan dan bagaimana mereka dianggap profesional (Foroudi et al., 2017); (Romaniuk & Sharp, 2021). Menurut Wheeler (2018), identitas merek yang terintegrasi membantu bisnis membuat perbedaan dan meningkatkan daya ingat merek (*brand recall*), yang membuat bisnis lebih mudah dikenali dalam persaingan industri.

Kepercayaan dan kredibilitas sangat penting dalam industri logistik yang berfokus pada *bisnis-to-business* (B2B). Dalam pemasaran bisnis ke bisnis, komunikasi visual yang profesional dan informatif sangat penting untuk membangun kepercayaan sebelum transaksi terjadi (Holliman & Rowley, 2018). *Marketing collateral*, termasuk profil perusahaan, brosur layanan, *stationery kit*, katalog layanan, dan media digital interaktif, berfungsi sebagai alat komunikasi yang membantu proses negosiasi dan presentasi bisnis (Fill & Turnbull, 2019). Tanpa



© 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

dukungan materi komunikasi visual yang representatif, perusahaan berisiko dipersepsikan kurang profesional meskipun memiliki kemampuan operasional yang baik.

Menurut perwakilan manajemen PT Jati Diri Trans (komunikasi pribadi, 4 September 2025), strategi *branding* perusahaan saat ini hanya bergantung pada situs web dan media sosial yang dikelola secara terpisah oleh tiap cabang dan belum didukung oleh sarana pemasaran yang terintegrasi seperti brosur layanan atau profil perusahaan. Karena situasi ini, komunikasi perusahaan tidak strategis dan bergantung pada tindakan individu.

Karena pemasaran masih bergantung pada metode *word of mouth* yang sulit dikembangkan secara luas, dampak nyata adalah keterbatasan dalam menjangkau dan menarik klien baru. Selain itu, tidak adanya media promosi yang terstandarisasi menyebabkan penyampaian informasi layanan menjadi tidak jelas dan tidak konsisten, yang mengakibatkan komunikasi pemasaran yang kurang efektif (Dwivedi et al., 2021). Kejelasan informasi dan penampilan visual yang profesional sangat penting dalam industri jasa untuk membangun kepercayaan awal pelanggan (Becker & Jaakkola, 2020).

Oleh karena itu, PT Jati Diri Trans menghadapi banyak masalah visual. Ini telah mempengaruhi jangkauan pemasaran, penyampaian informasi yang buruk, dan kurangnya kepercayaan diri profesional. Oleh karena itu, perancangan *marketing collateral* sangat penting untuk meningkatkan *branding* perusahaan dan membangun sistem komunikasi visual yang konsisten.

Digital marketing dan perilaku konsumen telah banyak dibahas dalam penelitian tentang strategi pemasaran logistik (Misnawati et al., 2022; Nugroho, 2021). Namun, tidak banyak penelitian yang secara khusus menyelidiki perancangan *marketing collateral* untuk perusahaan *freight forwarding* di Indonesia yang menggunakan prinsip desain grafis dan pendekatan *design thinking*. Namun, desain



© 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

komunikasi visual sangat strategis untuk meningkatkan positioning perusahaan dan membentuk persepsi merek (Lidwell et al., 2019); (Ambrose & Harris, 2019).

Tidak adanya penelitian implementatif yang mengintegrasikan strategi *branding*, prinsip desain grafis, dan pendekatan *design thinking* dalam perancangan *marketing collateral* untuk PT Jati Diri Trans, perusahaan logistik skala menengah. Pendekatan *design thinking*, yang terdiri dari tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, memungkinkan solusi yang berpusat pada kebutuhan pengguna dan berbasis penelitian (Liedtka, 2019).

Penelitian ini sangat penting karena PT Jati Diri Trans harus membangun sistem komunikasi visual yang konsisten, profesional, dan terintegrasi untuk memperkuat citra mereknya di industri logistik yang semakin ketat. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan solusi desain yang mendukung *positioning* dan daya saing perusahaan selain desain *marketing collateral* dengan menggunakan pendekatan *design thinking*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, fokus penelitian ini adalah proses perancangan *marketing collateral* untuk PT Jati Diri Trans. Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain *marketing collateral* yang mampu memperkuat citra dan identitas visual PT Jati Diri Trans sebagai perusahaan di bidang logistik?
2. Bagaimana penerapan teori desain grafis dan metode design *Design Thinking* dalam proses perancangan *marketing collateral* yang efektif, komunikatif, dan selaras dengan karakter merek perusahaan?
3. Bagaimana hasil perancangan *marketing collateral* dapat berfungsi sebagai sarana *branding* yang representatif dan konsisten untuk mendukung strategi visual PT Jati Diri Trans?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berikut ini adalah ruang lingkup diskusi penelitian, "Perancangan Desain *Marketing Collateral* untuk PT Jati Diri Trans sebagai Sarana *Branding*", untuk memperjelas batasan topik yang dikaji:

1. Proses perancangan desain *marketing collateral* difokuskan pada pengembangan media komunikasi visual yang berfungsi memperkuat citra dan identitas merek PT Jati Diri Trans sebagai perusahaan jasa logistik. Proses ini meliputi tahap perumusan konsep, eksplorasi ide visual, dan penerapan gaya desain yang sesuai dengan karakter profesional perusahaan.
2. Pengaplikasian elemen dan prinsip desain grafis serta teori *Design Thinking* sebagai pendekatan kreatif dan sistematis dalam proses perancangan yang berpusat pada kebutuhan pengguna (*user-centered design*).
3. Implementasi visual desain pada berbagai media pendukung yang dirancang meliputi brosur layanan, *stationery kit* (kartu nama dan amplop), poster/infografik internal, dan desain feeds instagram.

1.4 Tujuan dan Manfaat

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan penelitian adalah "Perancangan Desain *Marketing Collateral* untuk PT Jati Diri Trans sebagai Sarana *Branding*".

1. Merancang desain *marketing collateral* yang mampu memperkuat citra dan identitas visual PT Jati Diri Trans sebagai perusahaan di bidang jasa logistik, melalui penerapan elemen desain yang konsisten dan profesional.
2. Menerapkan teori desain grafis dan metode *Design Thinking* dalam perancangan untuk menghasilkan media promosi yang komunikatif, fungsional, dan relevan dengan karakter merek perusahaan.
3. Menghasilkan rancangan akhir *marketing collateral* yang berfungsi sebagai sarana *branding* yang representatif, serta dapat digunakan secara praktis dalam aktivitas komunikasi visual PT Jati Diri Trans di berbagai media.



Hak Cipta :

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

b. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis, yang mencakup tiga aspek utama berikut:

1. Bagi Klien (PT Jati Diri Trans):

Berikan solusi desain dalam bentuk *marketing collateral* yang dapat digunakan secara langsung untuk meningkatkan reputasi perusahaan, meningkatkan kualitas visual karyawan, dan mendukung rencana *branding* melalui promosi terus menerus di media cetak dan digital.

2. Bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan:

Memberi kontribusi kepada penelitian di bidang desain komunikasi visual, khususnya tentang bagaimana teori *branding*, *marketing communication*, dan *design thinking* diterapkan dalam pengembangan strategi komunikasi visual di industri jasa logistik. Selain itu, penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian lebih lanjut tentang peran desain grafis dalam pembentukan identitas merek perusahaan.

3. Bagi Dunia Desain Grafis (Manfaat Praktis):

Menjadi referensi bagi desainer grafis dan mahasiswa DKV dalam memahami proses perancangan berdasarkan riset klien, mulai dari menentukan kebutuhan klien, mengembangkan konsep visual, dan menerapkan prinsip desain yang komunikatif dan profesional. Selain itu, hasil penelitian ini menunjukkan bagaimana desain grafis berfungsi sebagai solusi strategis dalam industri.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memastikan bahwa isi laporan disajikan secara teratur, laporan tugas akhir dengan judul "Perancangan Desain *Marketing Collateral* untuk PT Jati Diri Trans sebagai Sarana *Branding*" ditulis dengan sistematika, seperti yang ditunjukkan dalam susunan laporan.



Hak Cipta :

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

Bab ini memberikan penjelasan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat dari penelitian, serta sistematika penulisan laporan. Bab ini juga memberikan gambaran umum tentang dasar pemikiran dan tujuan dari penelitian, serta mengapa desain marketing collateral penting untuk PT Jati Diri Trans.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Teori dan konsep yang penting untuk proses perancangan dibahas dalam bab ini. Dalam penelitian ini, teori-teori tentang *branding*, *marketing communication*, *marketing collateral*, desain grafis, dan metode *Design Thinking* dibahas. Mereka digunakan untuk memperkuat kerangka konseptual dan memberikan pedoman untuk pembuatan strategi desain.

BAB III METODE PERANCANGAN

Dalam bab ini, metodologi yang digunakan dalam penelitian dan perancangan dijelaskan, mulai dari pengumpulan data (wawancara, observasi, studi literatur), analisis data, perumusan masalah desain, dan tahap kreatif yang didasarkan pada pendekatan *Design Thinking*. Bab ini juga mencakup deskripsi audiens target, strategi komunikasi visual, dan metode untuk mengeksplorasi ide desain.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan tahapan dalam merancang desain marketing collateral untuk PT Jati Diri Trans. Proses dimulai dari eksplorasi ide melalui pembuatan *mindmap* dan *moodboard*, dilanjutkan dengan pengembangan sketsa secara

manual maupun digital. Setelah itu, dilakukan penyusunan desain komprehensif, pemilihan desain akhir.

PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil proses perancangan desain *marketing collateral* untuk PT Jati Diri Trans, yang bertujuan sebagai media promosi.

BAB V

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berikut ini adalah kesimpulan dari penelitian dan proses perancangan *marketing collateral* PT Jati Diri Trans menggunakan metode *Design Thinking*.

1. Perancangan *marketing collateral* mampu memperkuat citra dan identitas visual PT Jati Diri Trans sebagai perusahaan logistik melalui pengembangan sistem identitas visual yang konsisten pada berbagai media, meliputi brosur layanan, *stationery kit* (kartu nama dan amplop), poster, serta *feeds* Instagram. Perancangan menerapkan konsep visual bergaya *professional corporate* dengan penggunaan warna biru dan oranye sebagai identitas perusahaan, tipografi *sans-serif* modern, elemen grafis *node network*, fotografi aktivitas logistik, serta tata letak editorial yang terstruktur sehingga mampu membangun kesan profesional, terpercaya, dan mudah dikenali sebagai identitas perusahaan. Selain menghasilkan desain *marketing collateral*, penelitian ini juga menunjukkan bahwa tahap *testing* tidak hanya berfungsi untuk mengevaluasi kualitas visual, tetapi juga mengidentifikasi tingkat pemahaman pengguna terhadap konsep desain yang disampaikan. Hasil pengujian menunjukkan bahwa beberapa responden belum memahami istilah-istilah teknis dalam desain komunikasi visual, sehingga diperlukan penyampaian informasi menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan komunikatif. Temuan tersebut menjadi dasar penyempurnaan desain agar pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan pengguna, serta lebih efektif dalam memperkuat citra dan identitas visual PT Jati Diri Trans.
2. Penerapan konsep grafis dan metode *Design Thinking* menghasilkan proses desain yang efisien, komunikatif, dan sesuai dengan identitas merek perusahaan. Langkah-langkah dalam *Design Thinking*, yang mencakup *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*, memungkinkan desain dilakukan berdasarkan kebutuhan pengguna serta situasi nyata perusahaan. Selain itu, penerapan prinsip



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 seperti keseimbangan, kesatuan, hierarki visual, kontras, penekanan, serta elemen desain seperti warna, tipografi, fotografi, ilustrasi, dan tata letak menciptakan media komunikasi visual yang mudah dibaca, menyampaikan informasi dengan jelas, dan menjaga konsistensi identitas visual di seluruh materi promosi.

3. Hasil desain *markering collateral* dapat berfungsi sebagai alat *branding* yang tepat dan tetap dalam mendukung strategi visual PT Jati Diri Trans. Semua media yang dibuat mampu menyampaikan profil perusahaan, layanan logistik, keunggulan bersaing, nilai perusahaan, serta informasi kontak dengan cara yang lebih teratur dan profesional. Dengan adanya sistem *marketing collateral* yang terkoneksi, perusahaan memiliki alat komunikasi visual yang dapat mendukung kegiatan pemasaran, meningkatkan kredibilitas perusahaan, memperkuat citra merek, serta menjadi identitas visual yang tetap pada setiap titik komunikasi dengan calon pelanggan maupun mitra bisnis.

5.2 Saran

Hasil dari perancangan *marketing collateral* PT Jati Diri Trans mencakup hal-hal berikut, yang dapat membantu perusahaan dan penelitian berikutnya:

1. Bagi PT Jati Diri Trans, disarankan untuk menggunakan semua media *marketing collateral* yang telah dibuat secara konsisten dalam setiap aktivitas komunikasi perusahaan, baik di media cetak maupun digital. Konsistensi penggunaan logo, warna perusahaan, tipografi, dan elemen visual lainnya diharapkan dapat memperkuat identitas visual serta meningkatkan citra profesional perusahaan di hadapan klien dan mitra bisnis.
2. Perusahaan juga disarankan untuk membuat dan menerapkan *Brand Identity Guideline* sebagai panduan penggunaan identitas visual di seluruh cabang dan divisi. Panduan tersebut dapat menjadi acuan dalam menjaga keseragaman penggunaan logo, warna, tipografi, fotografi, serta tata letak pada berbagai media komunikasi sehingga identitas merek tetap konsisten.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan mengevaluasi efektivitas *marketing collateral* yang telah dirancang terhadap peningkatan *brand awareness*, citra perusahaan, kepercayaan pelanggan, serta keputusan kerja sama menggunakan metode kuantitatif atau eksperimen sehingga diperoleh data empiris mengenai keberhasilan implementasi desain. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengkaji efektivitas penyampaian informasi dan penggunaan bahasa dalam media promosi agar konsep desain yang disampaikan lebih mudah dipahami oleh berbagai kelompok pengguna, khususnya audiens yang tidak memiliki latar belakang di bidang desain komunikasi visual.





Hak Cipta :

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

- Aaker, D. (2021). *Aaker on Branding: 20 Principles That Drive Success*. Morgan James Publishing.
- Adams, S. (2019). *Color Design Workbook: New, Revised Edition: A Real World Guide to Using Color in Graphic Design*. Rockport Publishers.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019a). *Design Thinking for Visual Communication* (2nd ed.). Imprint previously known as AVA Publishing. <https://doi.org/10.5040/9781474223515>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019b). *The Fundamentals of Typography: Second Edition*. A&C Black.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2019c). *The Layout Book*. Bloomsbury.
- Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *The Layout Book*. Bloomsbury Academic.
- Ambrose, G., Harris, P., & Ball, N. (2021). *The Fundamentals of Graphic Design*. Bloomsbury Publishing.
- Ambrose, G., Harris, P., & Theodosiou, S. (2020). *The Fundamentals of Typography*. Bloomsbury Academic.
- Andrews, J. C., & Shimp, T. A. (2019). *Advertising, Promotion, and other aspects of Integrated Marketing Communications*. Cengage Learning.
- Asare, J. A. (2024). *Investigating factors that influence students' choice of colour for picture-making* [Thesis, University of Education, Winneba]. <http://41.74.91.244:8080/handle/123456789/5196>
- Becker, L., & Jaakkola, E. (2020). Customer experience: Fundamental premises and implications for research. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(4), 630–648. <https://doi.org/10.1007/s11747-019-00718-x>
- Bernard, M. L., Chaparro, B. S., Mills, M. M., & Halcomb, C. G. (2022). Comparing the effects of text size and format on the readability of computer-displayed Times New Roman and Arial text. *International Journal of Human-Computer Studies*, 59(6), 823–835. [https://doi.org/10.1016/S1071-5819\(03\)00121-6](https://doi.org/10.1016/S1071-5819(03)00121-6)
- Best, K. (2017). *The Fundamentals of Design Management*. AVA Publishing.



Hak Cipta :

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

- Best, K. (2019). *Design Management: Managing Design Strategy, Process and Implementation*. Bloomsbury Academic.
- Brown, T. (2009). *Change by Design: How Design Thinking Transforms Organizations and Inspires Innovation*. Harper Collins.
- Brown, T., & Katz, B. (2019). Change by Design. *Journal of Product Innovation Management*, 28(3), 381–383. <https://doi.org/10.1111/j.1540-5885.2011.00806.x>
- Buzan, T., & Abbott, S. (2019). *The Ultimate Book of Mind Maps: Unlock Your Creativity, Boost Your Memory, Change Your Life*. Thorsons.
- Chauhan, P. H. (2023). *The Power of Visuals: Innovations in Communication Design*. Inkbound Publishers.
- Craig, J., & Scala, I. K. (2020). *Designing with Type, 5th Edition: The Essential Guide to Typography*. Clarkson Potter/Ten Speed.
- Creswell, J. W., & Clark, V. L. P. (2019). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2019). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications.
- Dondis, D. A. (2019). *A Primer of Visual Literacy*. MIT Press.
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021a). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., Jain, V., Karjaluoto, H., Kefi, H., Krishen, A. S., Kumar, V., Rahman, M. M., Raman, R., Rauschnabel, P. A., Rowley, J., Salo, J., Tran, G. A., & Wang, Y. (2021b). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International Journal of Information Management*, 59, 102168. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2020.102168>
- Eppler, M. J., & Burkhard, R. A. (2019). Visual representations in knowledge management: Framework and cases. *Journal of Knowledge Management*, 11(4), 112–122. <https://doi.org/10.1108/13673270710762756>



Hak Cipta :

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

- Fill, C., & Turnbull, S. (2019). *Marketing Communications: Discovery, Creation and Conversations*. Pearson.
- Foroudi, P., Melewar, T. C., & Gupta, S. (2019a). Corporate Logo: History, Definition, and Components. *International Studies of Management & Organization*, 47(2), 176–196. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1256166>
- Foroudi, P., Melewar, T. C., & Gupta, S. (2019b). Corporate Logo: History, Definition, and Components. *International Studies of Management & Organization*, 47(2), 176–196. <https://doi.org/10.1080/00208825.2017.1256166>
- Fraser, B., Murphy, C., & Bunting, F. (2019). *Real World Color Management: COL MGMT REALW EPUB _2*. Pearson Education.
- Gage, J. (2019). *Color and Meaning: Art, Science, and Symbolism*. University of California Press.
- Gobe, M. (2021). *Emotional Branding: The New Paradigm for Connecting Brands to People*. Simon and Schuster.
- Hikmah, S. W. (2024). Perancangan Identitas Visual Melalui Redesain Logo Wildhani Design Studio. *BARIK*, 6(3), 272–284. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i3.65832>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2018a). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2018b). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Holliman, G., & Rowley, J. (2018c). Business to business digital content marketing: Marketers' perceptions of best practice. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 8(4), 269–293. <https://doi.org/10.1108/JRIM-02-2014-0013>
- Itten, J. (2020). *The Elements of Color*. John Wiley & Sons.
- Kahn, B. E., & Johnson, E. N. (2025). *Visual Marketing: A Practical Guide to the Science of Branding & Retailing*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003426899>



© 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

- Keller, K. L., & Swaminathan, V. (2019). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity, Global Edition*. Pearson.
- Kelley, D., & Kelley, T. (2019). *Creative Confidence: Unleashing the Creative Potential Within Us All*. HarperCollins UK.
- Kolosnichenko, O., & Pashkevych, K. (2023). METHODOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF THE COMPANY STYLE BASED ON THE STUDY OF ANALOGUES. *Publishing House "Baltija Publishing."*
<http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/view/288/8499/17749-1>
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing Management*. Pearson India Education Services.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management, Global Edition*. Pearson Higher Ed.
- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Landa, R. (2020a). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Landa, R. (2020b). *Graphic Design Solutions*. Cengage Learning.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2019a). *Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design*. Rockport Publishers.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2019b). *Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design*. Rockport Publishers.
- Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2023). *Universal Principles of Design, Updated and Expanded Third Edition: 200 Ways to Increase Appeal, Enhance Usability, Influence Perception, and Make Better Design Decisions*. Rockport Publishers.
- Liedtka, J. (2019, September 1). Why Design Thinking Works. *Harvard Business Review*. <https://hbr.org/2018/09/why-design-thinking-works>



Hak Cipta :

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

Logistics & Transport Indicators Indonesia report 2024. (n.d.). Statista. Retrieved June 27, 2026, from <https://www.statista.com/study/173930/logistics-and-transport-indicators-indonesia-report/>

Lupton, E. (2024). *Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students (3rd Edition, Revised and Expanded)*. Chronicle Books.

Moriarty, S., Mitchell, N., Wood, C., & Wells, W. D. (2020). *Advertising & IMC: Principles and Practice, Global Edition*. Pearson Education.

Mortensen, D. (2020, July 10). *Stage 1 in the Design Thinking Process: Empathise with Your Users*. IxDF - Interaction Design Foundation. <https://ixdf.org/literature/article/stage-1-in-the-design-thinking-process-empathise-with-your-users>

Moussadecq, A., & Bramasta, M. D. (2025). REDESAIN IDENTITAS VISUAL 2R HANDY CRAFT SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND IMAGE DAN PROMOSI. *Jurnal Desain Grafis Aplikatif*, 3(1), 65–82. <https://doi.org/10.26740/desgrafia.v3i1.57371>

Ozdamli, F., & Ozdal, H. (2018). Developing an Instructional Design for the Design of Infographics and the Evaluation of Infographic Usage in Teaching Based on Teacher and Student Opinions. *EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 14(4). <https://doi.org/10.29333/ejmste/81868>

Plattner, H., Meinel, C., & Leifer, L. (2019). *Design Thinking Research: Building Innovators*. Springer.

Pratama, A. S. A. (2024). Perancangan Identitas Visual UMKM Makanan Tradisional Hoky Rasa di Kota Surabaya. *BARIK*, 6(3), 234–247. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v6i3.65803>

Putra, R. W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Penerbit Andi.

Romaniuk, J., & Sharp, B. (2021). *How Brands Grow 2: Including Emerging Markets, Services, Durables, B2B and Luxury Brands*. Oxford University Press.

S.Sn, L. A. S., & S.Sn, K. N. (2021). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.

S.Sn, S. R. (2019a). *Font And Tipografi*. Gramedia Pustaka Utama.



© 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

S.Sn, S. R. (2019b). *Layout*. Gramedia Pustaka Utama.

S.Sn, S. R. (2020). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.

Stickdorn, M., Hormess, M. E., Lawrence, A., & Schneider, J. (2020). *This Is Service Design Doing*. O'Reilly Media, Inc.

Tinarbuko, S. (2022). *DEKAVE (Desain Komunikasi Visual)*. Media Pressindo.

Tondreau, B. (2019). *Layout Essentials Revised and Updated: 100 Design Principles for Using Grids*. Rockport Publishers.

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*. John Wiley & Sons.

Wong, W. (2019). *Principles of Form and Design*. John Wiley & Sons.



DAFTAR LAMPIRAN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN

TRANSKRIP WAWANCARA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta 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 Wawancara Stakeholder PT Jati Diri Trans



Waktu : 04 September 2025
Narasumber : Lutfi (Perwakilan Manajemen PT Jati Diri Trans)
Lokasi : Kantor Pusat PT Jati Diri Trans, Jakarta
Hasil : Menggali informasi PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Bisa dijelaskan secara singkat mengenai sejarah berdirinya PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Jadi untuk usaha awalnya Jati Diri itu freight forwarder, kemudian usaha itu berkembang lagi menjadi PPJK. Untuk saat ini, Jati Diri berfokus pada pengiriman barang melalui laut dan udara, serta pelayanan customs brokerage. Secara operasional, kami memiliki dua divisi besar, yaitu ekspor-impor dan PPJK yang mencakup juga layanan trucking.

Pewawancara: Bagaimana segmentasi pasar dan wilayah operasional PT Jati Diri Trans saat ini?

Pak Lutfi: Target pasar kami saat ini lebih banyak di bidang impor karena volumenya lebih besar dibandingkan ekspor. Secara geografis, pelanggan kami tersebar di area Banten, serta sebagian besar di kawasan industri seperti Cibitung dan Cikarang, Jawa Barat.



© 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: Siapa saja kompetitor utama PT Jati Diri Trans di bidang logistik?

Pak Lutfi: Kompetitor kami cukup banyak, di antaranya ALVI Logistics yang tergabung dalam asosiasi ALFI (Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia). Selain itu, beberapa perusahaan lokal juga mulai berkembang, terutama di bidang ekspor-impor.

Pewawancara: Apa yang menjadi keunggulan utama atau *unique selling point* dari PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Keunggulan kami ada pada kecepatan layanan dan profesionalitas tim operasional. Klien banyak menilai bahwa Jati Diri termasuk cepat dan tanggap dalam mengurus dokumen ekspor-impor serta layanan door-to-door.

Pewawancara: Saat ini, media promosi apa saja yang digunakan oleh PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Untuk saat ini, kami hanya menggunakan website sebagai media utama. Beberapa cabang seperti Semarang dan Surabaya memiliki akun Instagram dan TikTok, tetapi belum terintegrasi secara visual. Media cetak seperti brosur atau flyer sudah tidak digunakan lagi.

Pewawancara: Apakah memungkinkan jika dibuat media promosi cetak baru seperti brosur atau poster internal?

Pak Lutfi: Tidak masalah, selama itu untuk kebutuhan internal atau publikasi perusahaan. Kami terbuka terhadap pengembangan media promosi baru baik digital maupun cetak.

Pewawancara: Bagaimana strategi pemasaran yang dijalankan selama ini?

Pak Lutfi: Strategi kami masih banyak mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Tim sales dan marketing berfokus menjaga pelanggan tetap. Kalau pun ada pelanggan baru, biasanya datang dari rekomendasi pengguna lama.



© 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: Apakah terdapat hambatan dalam kegiatan promosi selama ini?

Pak Lutfi: Bisa dibilang ada, karena kegiatan promosi masih terbatas. Media digital yang digunakan juga belum maksimal, dan setiap cabang mengelola media sosial sendiri tanpa panduan desain yang seragam.

Pewawancara: Apakah sudah ada panduan visual atau *brand guideline* resmi untuk menjaga konsistensi identitas perusahaan?

Pak Lutfi: Belum ada secara formal. Setiap cabang biasanya menggunakan desain masing-masing untuk media sosial.

Pewawancara: Jika ke depannya akan dibuatkan desain marketing collateral baru, seperti brosur layanan, poster, atau konten digital, apakah itu diperbolehkan?

Pak Lutfi: Sangat boleh. Kami justru ingin media promosi yang bisa menunjukkan profesionalisme perusahaan.

Hasil Wawancara Ulang Stakeholder PT Jati Diri Trans



Waktu : 18 Maret 2026

Narasumber : Lutfi (Perwakilan Manajemen PT Jati Diri Trans)

Lokasi : Kantor Pusat PT Jati Diri Trans, Jakarta

Hasil : Menggali informasi PT Jati Diri Trans



© 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: Selamat siang, Pak Lutfi. Terima kasih sebelumnya karena sudah meluangkan waktu untuk wawancara ini. Setelah pelaksanaan seminar proposal kemarin, terdapat beberapa data yang masih perlu dilengkapi. Oleh karena itu, saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan tambahan yang berkaitan dengan media promosi, profil perusahaan, serta kompetitor PT Jati Diri Trans.

Pak Lutfi: Baik, silakan.

Pewawancara: Apakah perusahaan mengalami hambatan dalam menarik calon pelanggan baru akibat media promosi yang dimiliki saat ini?

Pak Lutfi: Untuk saat ini kami masih mengandalkan cara konvensional, yaitu promosi dari mulut ke mulut dan aktivitas pemasaran langsung oleh tim sales di lapangan. Media sosial sebenarnya belum menjadi fokus utama perusahaan, sehingga pendekatan pemasaran digital masih belum dimaksimalkan.

Pewawancara: Apakah menurut Bapak kondisi media promosi saat ini membuat perusahaan terlihat kurang kredibel di mata calon klien maupun mitra bisnis?

Pak Lutfi: Kalau melihat perkembangan sekarang, terutama bagi generasi milenial maupun Gen Z, mereka biasanya menilai kredibilitas perusahaan dari aktivitas media sosial yang dimiliki perusahaan. Selain itu, mereka juga melihat ulasan di Google Maps, website perusahaan, maupun media digital lainnya sebelum memutuskan untuk bekerja sama.

Pewawancara: Apakah penyampaian informasi mengenai layanan perusahaan menjadi kurang jelas atau kurang seragam karena media promosi yang dimiliki?

Pak Lutfi: Selama ini media promosi perusahaan lebih berfokus pada penyampaian jasa yang ditawarkan. Informasi mengenai kredibilitas perusahaan memang belum banyak dipublikasikan karena hanya sebagian kecil orang yang mengetahui apakah perusahaan memiliki media sosial atau tidak.



© 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: Selanjutnya saya ingin menanyakan mengenai profil klien. Dapatkah Bapak menjelaskan gambaran umum mengenai klien PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Untuk kompetitor biasanya kami tidak menampilkan atau mempublikasikannya. Sedangkan untuk klien, perusahaan lebih sering menampilkan customer yang telah menggunakan jasa kami sebagai bahan publikasi atau konten promosi di media sosial.

Pewawancara: Pada wawancara sebelumnya Bapak sempat menyebutkan ALFI Logistics. Apakah ALFI merupakan kompetitor PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Sebenarnya bukan. ALFI (Asosiasi Logistik dan Forwarder Indonesia) merupakan asosiasi yang menaungi perusahaan-perusahaan freight forwarder di Indonesia. Jadi PT Jati Diri Trans berada di bawah naungan ALFI, bukan bersaing dengan ALFI.

Pewawancara: Apakah Bapak dapat menyebutkan beberapa perusahaan yang menjadi kompetitor PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Di bidang freight forwarding jumlah kompetitor cukup banyak. Beberapa di antaranya adalah Start Comfort Indonesia, Unifan, dan SSM Logistics. Saat ini banyak perusahaan yang memiliki warehouse maupun armada trucking juga mulai menyediakan layanan freight forwarding dan PPJK sehingga persaingan menjadi semakin banyak.

Pewawancara: Apa keunggulan atau product knowledge yang dimiliki PT Jati Diri Trans dibandingkan para kompetitor tersebut?

Pak Lutfi: PT Jati Diri Trans memiliki pengalaman yang cukup lama di bidang freight forwarding. Selain itu, ekosistem layanan yang dimiliki juga cukup lengkap sehingga proses pengeluaran barang maupun pelayanan kepada pelanggan dapat berjalan dengan baik. Hal tersebut menjadi salah satu nilai lebih perusahaan di mata konsumen.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Apabila dilihat dari sisi media promosi, apa yang menjadi Unique Selling Point PT Jati Diri Trans dibandingkan kompetitor?

Pak Lutfi: Untuk saat ini kami memang belum terlalu aktif melakukan promosi melalui media sosial. Kepercayaan pelanggan masih lebih banyak diperoleh melalui rekomendasi dari mulut ke mulut. Cabang Semarang dan Surabaya sudah memiliki Instagram dan TikTok yang cukup aktif, sedangkan kantor Jakarta baru memiliki Instagram dan website perusahaan.

Pewawancara: Bagaimana umumnya calon klien mengetahui keberadaan PT Jati Diri Trans?

Pak Lutfi: Sebagian besar melalui rekomendasi dari mulut ke mulut maupun melalui aktivitas marketing perusahaan. Tim marketing memiliki target pemasaran tersendiri, seperti melakukan penawaran melalui telepon maupun menawarkan langsung jasa freight forwarding dan PPJK kepada calon pelanggan di pasar domestik.

Pewawancara: Baik Pak Lutfi, terima kasih banyak atas waktu dan informasi yang telah diberikan. Seluruh data ini akan digunakan sebagai pelengkap penelitian Tugas Akhir saya.

Pak Lutfi: Sama-sama. Semoga penelitian dan Tugas Akhirnya berjalan dengan lancar.

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 Wawancara Testing Responden 1



Waktu : 19 Juni 2026
Narasumber : Izzah (Admin Project)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Oke Bu, setelah melihat seluruh desain media yang saya tampilkan, kira-kira kesan pertama yang Bapak/Ibu rasakan terhadap PT Jati Diri Trans seperti apa?

Ibu Izzah: Menurut saya perusahaan ini kelihatan cukup berpengalaman dan juga punya layanan yang profesional.

Pewawancara: Kalau menurut Ibu sendiri, desain ini sudah menggambarkan perusahaan yang bergerak di bidang logistik dan transportasi belum? Kenapa?

Ibu Izzah: Sudah sih. Soalnya visual yang dipakai langsung mengingatkan saya sama kegiatan pengiriman dan distribusi barang.

Pewawancara: Terus, informasi utama yang ingin disampaikan perusahaan menurut Ibu mudah dipahami nggak?

Ibu Izzah: Cukup mudah dipahami, terutama informasi tentang identitas perusahaan sama layanan yang mereka tawarkan.



© 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: Setelah melihat desain ini, apakah Ibu jadi bisa mengenali layanan apa saja yang ditawarkan PT Jati Diri Trans?

Ibu Izzah: Iya, saya jadi tahu kalau perusahaan ini menyediakan berbagai layanan logistik dan transportasi.

Pewawancara: Kalau dari tampilannya, menurut Ibu media yang dirancang ini bisa meningkatkan citra profesional perusahaan nggak?

Ibu Izzah: Menurut saya bisa ya, karena tampilannya rapi dan informasinya juga tersusun dengan baik.

Pewawancara: Apakah desain ini cukup menarik perhatian sehingga membuat Ibu ingin tahu lebih banyak tentang PT Jati Diri Trans?

Ibu Izzah: Iya, cukup menarik. Jadi bikin saya penasaran buat tahu profil perusahaan lebih lanjut.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Ibu tentang penggunaan warna biru dan oranye pada desain ini?

Ibu Izzah: Kombinasi warnanya menurut saya serasi ya. Terlihat energik tapi tetap memberikan kesan profesional.

Pewawancara: Kalau menurut Ibu, warna yang digunakan sudah mencerminkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan modern?

Ibu Izzah: Iya, menurut saya sudah sesuai dengan karakter perusahaan logistik.

Pewawancara: Kalau dari segi tulisan, menurut Ibu mudah dibaca nggak?

Ibu Izzah: Sebagian besar mudah dibaca. Cuma ada beberapa informasi yang ukurannya agak kecil.

Pewawancara: Menurut Ibu ukuran sama penempatan judul dan isi informasinya sudah pas atau masih perlu diperbaiki?



© 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

Ibu Izzah: Sudah cukup jelas. Tapi mungkin beberapa informasi penting bisa lebih ditonjolkan lagi.

Pewawancara: Menurut Ibu, penggunaan foto kapal, pelabuhan, peta, sama elemen jaringan itu membantu memahami bidang usaha perusahaan nggak?

Ibu Izzah: Sangat membantu. Soalnya langsung kasih gambaran tentang aktivitas perusahaan.

Pewawancara: Kalau visual yang digunakan, menurut Ibu sudah relevan dengan layanan logistik dan transportasi?

Ibu Izzah: Iya, semuanya terasa relevan dan mendukung informasi yang disampaikan.

Pewawancara: Menurut Ibu susunan informasi pada desain ini sudah enak diikuti belum?

Ibu Izzah: Sudah cukup teratur, jadi informasinya gampang dipahami.

Pewawancara: Bagian mana yang pertama kali menarik perhatian Ibu?

Ibu Izzah: Visual kapal sama slogan utama perusahaan.

Pewawancara: Kalau penempatan teks, gambar, ikon, dan elemen lainnya menurut Ibu sudah seimbang?

Ibu Izzah: Iya, secara keseluruhan sudah seimbang dan nyaman dilihat.

Pewawancara: Pesan utama seperti slogan *Connecting Your World* sama informasi layanan perusahaan mudah ditemukan nggak?

Ibu Izzah: Iya, karena penempatannya cukup menonjol dibanding elemen yang lain.

Pewawancara: Menurut Ibu, seluruh media seperti brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, dan amplop sudah punya tampilan yang konsisten?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Ibu Izzah: Iya. Konsep visualnya terasa sama, jadi identitas perusahaannya juga kuat.

Pewawancara: Informasi yang disampaikan menurut Ibu mudah diikuti dari awal sampai akhir?

Ibu Izzah: Iya, urutannya cukup runtut jadi nggak bikin bingung.

Pewawancara: Kalau melihat keseluruhan desain ini, kesan apa yang paling kuat muncul menurut Ibu?

Ibu Izzah: Menurut saya kesannya profesional dan terpercaya.

Pewawancara: Apakah kesan visual yang ditampilkan sudah sesuai dengan perusahaan logistik yang punya jaringan luas dan layanan terintegrasi?

Ibu Izzah: Iya, sudah sesuai. Soalnya visualnya menunjukkan aktivitas logistik dalam skala yang luas.

Pewawancara: Bagian visual apa yang paling membantu menciptakan kesan tersebut?

Ibu Izzah: Gambar kapal kontainer sama ilustrasi jaringan global.

Pewawancara: Dari semua media yang ditampilkan, mulai dari brosur, poster infografik, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, menurut Ibu mana yang paling efektif?

Ibu Izzah: Kalau menurut saya brosur. Soalnya informasinya paling lengkap tentang perusahaan dan layanan yang ditawarkan.

Pewawancara: Kalau yang paling menarik secara visual menurut Ibu yang mana?

Ibu Izzah: Poster infografik, karena informasi sama visualnya bisa langsung dilihat dengan cepat dalam satu tampilan.



© 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: Menurut Ibu, apakah masih ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lagi?

Ibu Izzah: Mungkin ukuran beberapa informasi pendukung bisa diperbesar supaya lebih mudah dibaca.

Hasil Wawancara Testing Responden 2



Waktu : 20 Juni 2026
Narasumber : Najwa (Resepsionis)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Baik Bu, setelah melihat seluruh desain marketing collateral PT Jati Diri Trans, menurut Ibu apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Ibu Najwa: Iya, menurut saya sudah. Dari visual yang ditampilkan, seperti gambar kapal, pelabuhan, sama elemen jaringan global itu udah cukup menggambarkan kalau perusahaan ini bergerak di bidang logistik dan punya cakupan layanan yang luas. Jadi kesan profesional dan terpercaya juga langsung terasa.



© 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: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Ibu?

Ibu Najwa: Menurut saya warna biru sama oranyenya udah pas sama identitas perusahaan. Warnanya ngasih kesan profesional tapi tetap kelihatan energik. Terus tipografinya juga mudah dibaca. Untuk foto, ikon, sama elemen jaringan yang dipakai juga cocok banget sama tema logistik dan konektivitas global.

Pewawancara: Kalau dari tata letak dan penyusunan informasinya, menurut Bapak/Ibu sudah mudah dipahami belum?

Ibu Najwa: Sudah cukup mudah dipahami. Informasinya tersusun rapi, jadi pas lihat desainnya alurnya enak diikuti. Yang pertama kali menarik perhatian saya itu tulisan *Connecting Your World*, soalnya ukurannya cukup besar dan kontras sama elemen visual yang lain.

Pewawancara: Menurut Ibu, apakah seluruh media yang dirancang, seperti brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Ibu Najwa: Iya, menurut saya sudah konsisten. Mulai dari warna, tipografi, ikon, sampai elemen grafisnya semuanya saling mendukung. Jadi identitas PT Jati Diri Trans kelihatan kuat dan lebih gampang dikenali.

Pewawancara: Terakhir nih Bu, menurut Bapak/Ibu apakah masih ada bagian dari desain yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?

Ibu Najwa: Kalau secara keseluruhan sih menurut saya desainnya udah bagus. Cuma mungkin ada beberapa teks di brosur yang ukurannya masih agak kecil, jadi bisa diperbesar supaya lebih enak dibaca. Terus ada juga beberapa ruang kosong yang mungkin bisa dimanfaatkan lagi supaya tampilannya lebih seimbang.

Pewawancara: Bu, terima kasih banyak ya atas waktu, masukan, dan penilaiannya. Semua saran yang Ibu berikan akan saya jadikan bahan evaluasi untuk



© 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

penyempurnaan desain marketing collateral PT Jati Diri Trans.

Ibu Najwa: Iya, sama-sama. Semoga hasil tugas akhirnya lancar.

Hasil Wawancara Testing Responden 3



Waktu : 20 Juni 2026
Narasumber : Wicaksono (Mekanik)
Lokasi : Bengkel Mobil (Bekasi)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Baik Pak, setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans yang saya tampilkan, menurut Bapak apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Pak Wicaksono: Kalau menurut saya sih sudah cukup menggambarkan ya. Soalnya dari visual aktivitas pelabuhan sama kapal kontainer yang ditampilkan itu langsung identik sama industri logistik. Terus informasi layanannya juga bikin saya merasa kalau perusahaan ini punya cakupan layanan yang lengkap.

Pewawancara: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Bapak?

Pak Wicaksono: Menurut saya kombinasi warna biru sama oranyenya menarik dan



© 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

gampang dikenali. Warna birunya ngasih kesan aman sama terpercaya, sedangkan warna oranyenya bikin tampilannya jadi lebih dinamis. Terus tipografinya juga kelihatan modern. Ikon sama ilustrasi jaringan yang dipakai juga membantu memperjelas informasi yang mau disampaikan.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasi di setiap media, menurut Bapak sudah mudah dipahami belum?

Pak Wicaksono: Sudah sih. Tata letaknya menurut saya cukup terstruktur, jadi informasi yang dicari juga gampang ditemukan. Waktu pertama lihat desainnya, yang langsung menarik perhatian saya itu visual kapal sama judul utamanya karena ukurannya paling dominan.

Pewawancara: Menurut Bapak, seluruh media yang dirancang ini, mulai dari brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan belum?

Pak Wicaksono: Iya, sudah konsisten. Semua medianya punya gaya visual yang sama. Mulai dari warna, elemen grafis, sampai konsep desainnya saling mendukung, jadi identitas perusahaan terasa lebih kuat dan profesional.

Pewawancara: Terakhir nih Pak, menurut Bapak masih ada nggak bagian dari desain yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?

Pak Wicaksono: Kalau menurut saya secara keseluruhan udah bagus. Cuma mungkin informasi di brosur bisa dibuat sedikit lebih ringkas supaya pembaca lebih cepat menangkap isinya. Terus untuk beberapa ikon sama teks yang ukurannya kecil mungkin kontrasnya bisa ditingkatkan lagi supaya lebih jelas, baik waktu dicetak maupun kalau dilihat lewat media digital.

Pewawancara: Baik Pak, terima kasih banyak ya atas waktu dan masukannya. Semua saran yang Bapak berikan akan saya gunakan sebagai bahan evaluasi untuk



© 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

menyempurnakan desain marketing collateral PT Jati Diri Trans.

Pak Wicaksono: Iya, sama-sama.

Hasil Wawancara Testing Responden 4



Waktu : 20 Juni 2026
Narasumber : Abyan (Sales B2B)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Baik Pak, setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Bapak apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Pak Abyan: Iya, menurut saya sudah mencerminkan perusahaan logistik yang profesional. Kesan itu kelihatan dari foto-foto operasional logistik yang skalanya besar sama informasi layanannya yang cukup lengkap. Cuma mungkin identitas perusahaannya masih bisa dibuat lebih menonjol lagi supaya lebih gampang diingat sama orang yang melihat.



© 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: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Bapak?

Pak Abyan: Menurut saya warna yang dipakai udah sesuai sama karakter perusahaan logistik. Warnanya ngasih kesan korporat dan juga terpercaya. Terus tipografinya juga rapi dan formal. Untuk visualnya, seperti gambar kapal, pelabuhan, sama elemen jaringan digital itu cukup membantu memperkuat kesan kalau perusahaan ini modern dan punya jaringan yang luas.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasi di setiap media, menurut Bapak sudah mudah dipahami belum?

Pak Abyan: Menurut saya udah cukup sistematis. Informasinya dibagi dengan jelas jadi gampang diikuti. Yang paling pertama menarik perhatian saya itu foto utama di poster sama feed Instagram karena ukurannya paling dominan dan langsung menunjukkan bidang usaha perusahaan. Tapi memang ada beberapa bagian teks di brosur yang masih agak padat, jadi butuh waktu lebih lama buat membacanya.

Pewawancara: Menurut Bapak, apakah seluruh media yang dirancang, seperti brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, dan amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Pak Abyan: Iya, menurut saya sudah cukup konsisten. Penggunaan warna, gaya ikon, sama elemen grafisnya terlihat sama di semua media, jadi semuanya terasa saling terhubung. Identitas visual perusahaan juga tetap terasa, baik di media cetak maupun media digital.

Pewawancara: Kalau menurut Bapak, masih ada nggak bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?

Pak Abyan: Ada sedikit sih. Menurut saya beberapa elemen dekoratif bisa dikurangi supaya perhatian orang lebih fokus ke informasi utamanya. Terus ukuran beberapa teks juga mungkin bisa diperbesar lagi, terutama yang ada di brosur sama kartu nama,



© 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

supaya lebih nyaman dibaca. Tapi secara keseluruhan menurut saya desainnya udah bagus dan layak dipakai sebagai media promosi perusahaan.

Pewawancara: Baik Pak, terima kasih banyak ya atas waktu, penilaian, dan masukannya. Semua masukan yang Bapak sampaikan akan saya gunakan sebagai bahan evaluasi untuk menyempurnakan desain marketing collateral PT Jati Diri Trans.

Pak Abyan: Iya, sama-sama. Semoga hasil tugas akhirnya berjalan lancar.

Hasil Wawancara Testing Responden 5



Waktu	: 20 Juni 2026
Narasumber	: Jessica (HRD)
Lokasi	: Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil	: FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Bu. Terima kasih sebelumnya sudah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan penilaian terhadap desain marketing collateral PT Jati Diri Trans. Saya akan mengajukan beberapa pertanyaan terkait hasil desain yang sudah Ibu lihat.

Ibu Jessica: Iya, silakan.



© 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: Setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Ibu apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Ibu Jessica: Kalau menurut saya sih sudah cukup menggambarkan perusahaan yang profesional ya. Soalnya warna korporat yang dipakai sama visual logistiknya udah sesuai. Cuma mungkin identitas PT Jati Diri Trans masih bisa lebih ditonjolkan lagi, misalnya ditambah visual pesawat logistik supaya layanan yang dimiliki perusahaan kelihatan lebih lengkap.

Pewawancara: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Ibu?

Ibu Jessica: Warna biru sama oranyennya menurut saya udah cocok karena ngasih kesan terpercaya tapi tetap energik. Hanya saja elemen grafis jaringan yang dipakai menurut saya agak dominan, jadi perhatian saya kadang sedikit teralihkan dari informasi utamanya.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasi di setiap media, menurut Ibu sudah mudah dipahami belum?

Ibu Jessica: Iya, susunan informasinya udah cukup jelas kok. Jadi waktu lihat desainnya informasinya masih gampang diikuti.

Pewawancara: Menurut Ibu, apakah seluruh media yang dirancang, mulai dari brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Ibu Jessica: Menurut saya sih udah konsisten. Soalnya semua media pakai warna sama elemen visual yang seragam, jadi kelihatan saling berkaitan sebagai identitas PT Jati Diri Trans.

Pewawancara: Kalau menurut Ibu, masih ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Ibu Jessica: Mungkin ukuran beberapa teks bisa diperbesar lagi, terutama yang ada di brosur sama kartu nama. Jadi nanti lebih nyaman dibaca sama orang.

Pewawancara: Baik Bu, terima kasih banyak atas masukan dan penilaian yang sudah diberikan.

Ibu Jessica: Iya, sama-sama mas.

Hasil Wawancara Testing Responden 6



Waktu : 20 Juni 2026
Narasumber : Aleya (General Affair)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistik Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Bu. Saya ingin meminta pendapat Ibu mengenai desain marketing collateral PT Jati Diri Trans yang sudah ditampilkan.

Ibu Aleya: Iya, silakan mas.

Pewawancara: Setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Ibu apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan memiliki jaringan layanan yang luas?

Ibu Aleya: Kalau menurut saya sih desainnya udah menggambarkan perusahaan



© 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

logistik ya. Cuma untuk kesan kalau perusahaan ini punya jaringan global masih belum terlalu terasa. Mungkin karena informasi tentang layanan internasionalnya masih terbatas. Menurut saya juga bisa ditambah visual armada pesawat supaya cakupan layanannya lebih kelihatan.

Pewawancara: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Ibu?

Ibu Aleya: Tipografinya menurut saya udah modern dan cukup enak dibaca. Cuma ada beberapa tulisan putih yang ditempatkan di atas background yang terang, jadi agak kurang jelas waktu dibaca.

Pewawancara: Terus kalau dari tata letak sama penyusunan informasi di setiap media, menurut Ibu sudah mudah dipahami belum?

Ibu Aleya: Iya, menurut saya udah cukup mudah diikuti. Waktu pertama lihat desainnya, yang langsung menarik perhatian saya itu foto kapal karena ukurannya paling dominan. Setelah itu baru saya baca informasi yang lainnya. Jadi hierarki visualnya menurut saya udah cukup baik.

Pewawancara: Menurut Ibu, apakah seluruh media yang dirancang, mulai dari brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Ibu Aleya: Kalau menurut saya udah cukup konsisten. Warna sama ikon yang dipakai juga seragam di semua media. Cuma memang ada beberapa media yang informasi di dalamnya lebih padat dibanding yang lain, jadi tampilannya terasa belum sepenuhnya sama.

Pewawancara: Terakhir nih Bu, menurut Ibu masih ada nggak bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lagi?

Ibu Aleya: Mungkin bisa ditambah ruang kosong di beberapa bagian supaya



© 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

desainnya kelihatan lebih lega. Dengan begitu informasi yang disampaikan juga bakal lebih gampang dipahami.

Pewawancara: Baik Bu, terima kasih banyak atas semua masukan dan penilaiannya, selamat siang Bu.

Ibu Aleya: Iya, sama-sama mas, selamat siang.

Hasil Wawancara Testing Responden 7



Waktu	: 20 Juni 2026
Narasumber	: Ahmad (Operasional)
Lokasi	: Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil	: FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Pak. Terima kasih ya sudah bersedia ikut memberikan penilaian. Saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan mengenai desain marketing collateral PT Jati Diri Trans yang tadi sudah Bapak lihat.

Pak Ahmad: Iya, aman mas, boleh dilanjut.

Pewawancara: Setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Bapak apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?



© 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

Pak Ahmad: Kalau menurut saya sih udah berhasil menunjukkan kalau ini perusahaan yang bergerak di bidang logistik. Cuma yang lebih saya ingat itu visual logistiknya dibanding nama perusahaannya. Jadi mungkin branding perusahaan masih bisa dibuat lebih kuat lagi supaya lebih gampang diingat.

Pewawancara: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visual yang dipakai, bagaimana menurut Bapak?

Pak Ahmad: Menurut saya warna yang dipakai udah sesuai sama karakter perusahaan. Terus ada elemen kaca di desainnya yang bikin tampilannya terasa modern, mirip tampilan aplikasi zaman sekarang.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasinya sendiri, menurut Bapak sudah mudah dipahami belum?

Pak Ahmad: Iya, menurut saya tata letaknya udah cukup teratur, jadi informasinya gampang diikuti. Yang paling pertama menarik perhatian saya itu slogan '*Connecting Your World*' karena tampilannya cukup menonjol.

Pewawancara: Menurut Bapak, apakah seluruh media yang dirancang, mulai dari brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Pak Ahmad: Iya, menurut saya semua media udah punya identitas visual yang sama. Jadi waktu lihat masing-masing media, langsung terasa kalau semuanya milik satu perusahaan.

Pewawancara: Kalau menurut Bapak, masih ada nggak bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?

Pak Ahmad: Mungkin logonya bisa dibuat lebih menonjol lagi ya, supaya orang yang lihat desainnya jadi lebih mudah mengingat merek PT Jati Diri Trans.



© 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: Baik Pak, terima kasih banyak atas waktu dan semua masukan yang sudah diberikan.

Pak Ahmad: Iya, aman mas.

Hasil Wawancara Testing Responden 8



Waktu : 22 Juni 2026
Narasumber : Vino (Digital Marketing!)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Pak. Saya ingin meminta pendapat Bapak mengenai desain marketing collateral PT Jati Diri Trans yang sudah ditampilkan."

Pak Ahmad: Iya, boleh silahkan mas.

Pewawancara: Kalau setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Bapak apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Pak Ahmad: Menurut saya udah ya. Desainnya berhasil memberikan kesan kalau perusahaan ini profesional dan bisa dipercaya. Visual yang dipakai juga udah sesuai sama bidang logistik dan transportasi.



© 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: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visualnya sendiri, bagaimana pendapat Bapak?

Pak Ahmad: Menurut saya kombinasi warnanya menarik dan kelihatan profesional. Terus ikon-ikon layanan yang dipakai juga membantu, jadi orang bisa lebih cepat memahami informasi yang disampaikan.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasi di setiap media, menurut Bapak sudah mudah dipahami belum?

Pak Ahmad: Iya, informasi utamanya cukup gampang ditemukan, terutama yang ada di poster sama feed Instagram. Cuma kalau di brosur, ada beberapa detail yang tulisannya masih agak kecil, jadi kalau dibaca dari jarak normal sedikit kurang jelas.

Pewawancara: Menurut Bapak, apakah seluruh media yang dirancang, mulai dari brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, sampai amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Pak Ahmad: Iya, menurut saya udah konsisten. Semua media saling mendukung dan punya tampilan yang seragam, jadi citra perusahaan juga terasa lebih kuat.

Pewawancara: Kalau menurut Bapak, masih ada nggak bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau mungkin dikembangkan lagi?

Pak Ahmad: Mungkin untuk media sosialnya bisa dibuat lebih menarik lagi dengan menambah variasi konten visual. Jadi tampilannya nggak monoton dan bisa lebih menarik perhatian audiens.

Pewawancara: Baik Pak, terima kasih banyak atas semua masukan yang sudah Bapak sampaikan. Semoga hasil evaluasi ini bisa membantu saya dalam menyempurnakan desain yang sudah dibuat.

Pak Ahmad: Sukses untuk penyusunan tugas akhirnya 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

Hasil Wawancara Testing Responden 9



Waktu : 22 Juni 2026
Narasumber : Aqso (Genaral Affair)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Pak. Terima kasih ya sudah bersedia menjadi responden pada evaluasi desain ini yang tadi sudah Bapak lihat.

Pak Aqso: Oke baik mas.

Pewawancara: Kalau setelah melihat seluruh media desain PT Jati Diri Trans, menurut Bapak apakah desain ini sudah bisa menggambarkan perusahaan logistik yang profesional, terpercaya, dan punya jaringan layanan yang luas?

Pak Aqso: Menurut saya udah ya. Desainnya udah menunjukkan perusahaan logistik yang modern. Selain itu juga udah punya ciri khas sendiri, jadi tampilannya konsisten di semua media dan nggak kelihatan beda-beda.

Pewawancara: Kalau dari penggunaan warna, tipografi, sama visual yang dipakai, bagaimana pendapat Bapak?

Pak Aqso: Warna sama visualnya menurut saya udah relevan sama industri logistik.



© 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

Cuma kalau boleh kasih masukan, penggunaan foto stok pelabuhan sama kapal itu bikin tampilannya agak mirip sama perusahaan logistik yang lain.

Pewawancara: Kalau untuk tata letak sama penyusunan informasinya sendiri, menurut Bapak sudah mudah dipahami belum?

Pak Aqso: Secara keseluruhan sih penyusunan informasinya udah cukup baik. Tapi menurut saya fokus visualnya kadang terbagi antara foto, elemen jaringan, sama informasi layanan. Jadi perhatian pembaca nggak langsung tertuju ke pesan utamanya.

Pewawancara: Menurut Bapak, apakah seluruh media yang dirancang, seperti brosur, poster, feed Instagram, kartu nama, dan amplop, sudah terlihat konsisten sebagai satu identitas visual perusahaan?

Pak Aqso: Iya, menurut saya udah konsisten. Identitas visualnya terjaga di semua media, terutama dari penggunaan warna perusahaan yang cukup kuat dan mudah dikenali.

Pewawancara: Terakhir nih Pak, menurut Bapak masih ada nggak bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau dikembangkan lagi?

Pak Aqso: Saya menyarankan kalau bisa pakai foto operasional asli milik perusahaan. Jadi desainnya terasa lebih autentik dan bisa meningkatkan kepercayaan orang yang melihat terhadap PT Jati Diri Trans.

Pewawancara: Baik Pak, terima kasih banyak ya atas waktu dan semua masukan yang sudah diberikan.

Pak Aqso: Oke baik 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hasil Wawancara Testing Responden 10



Waktu : 22 Juni 2026
Narasumber : Iqbal (Tracking)
Lokasi : Kantor Pusat (PT Klik Logistics Putera Harmas)
Hasil : FAW Marketing Collateral PT Jati Diri Trans

Pewawancara: Selamat siang Pak. Terima kasih ya sudah bersedia meluangkan waktu, saya akan mengajukan beberapa pertanyaan singkat mengenai desain yang sudah Bapak lihat.

Pak Iqbal: Iya, silakan.

Pewawancara: Setelah melihat seluruh desain yang ditampilkan, apa kesan pertama yang Bapak rasakan terhadap PT Jati Diri Trans?

Pak Iqbal: Menurut saya perusahaan ini kelihatan profesional dan cukup meyakinkan sebagai perusahaan logistik.

Pewawancara: Kalau menurut Bapak, desain ini sudah menggambarkan perusahaan logistik dan transportasi belum?



© 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

Pak Iqbal: Udah. Dari gambar kapal, pelabuhan, sama peta dunia saya langsung paham kalau perusahaan ini bergerak di bidang logistik.

Pewawancara: Informasi yang disampaikan mudah dipahami nggak?

Pak Iqbal: Cukup mudah. Saya langsung ngerti kalau perusahaan ini menawarkan jasa logistik dan transportasi.

Pewawancara: Terus setelah melihat desainnya, Bapak jadi tahu layanan yang ditawarkan perusahaan?

Pak Iqbal: Iya, saya bisa melihat ada layanan pengiriman barang dan layanan logistik lainnya.

Pewawancara: Menurut Bapak, desain ini bisa meningkatkan citra profesional perusahaan?

Pak Iqbal: Iya, karena tampilannya rapi, modern, dan konsisten.

Pewawancara: Apakah desainnya juga cukup menarik sampai bikin Bapak ingin tahu lebih jauh tentang perusahaan ini?

Pak Iqbal: Iya, jadi penasaran sama layanan yang mereka tawarkan.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Bapak tentang penggunaan warna, tipografi, visual, dan tata letaknya?

Pak Iqbal: Menurut saya kombinasi warna biru sama oranyenya bagus. Biru kasih kesan profesional, oranye bikin tampilannya lebih hidup. Tulisannya juga mudah dibaca walaupun ada beberapa yang agak kecil. Visual kapal, pelabuhan, peta, sama elemen jaringan juga sangat membantu menggambarkan dunia logistik. Tata letaknya rapi dan gampang diikuti.

Pewawancara: Bagian mana yang paling menarik perhatian waktu pertama kali melihat desainnya?



© 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

Pak Iqbal: "Slogan '*Connecting Your World*' sama gambar kapal yang ukurannya besar.

Pewawancara: Kalau dari keseimbangan, penekanan, dan konsistensi desain menurut Bapak gimana?

Pak Iqbal: Menurut saya udah seimbang. Cuma brosurnya sedikit lebih padat dibanding media lain. Slogannya juga gampang ditemukan karena cukup menonjol. Terus semua media punya konsep visual yang sama, jadi identitas perusahaannya terasa kuat.

Pewawancara: Informasinya sendiri mudah diikuti dari awal sampai akhir?

Pak Iqbal: Iya, runtut dan nggak bikin bingung.

Pewawancara: Menurut Bapak, kesan apa yang paling terasa dari desain ini?

Pak Iqbal: Kesan profesional sama terpercaya.

Pewawancara: Kalau menurut Bapak, kesan itu udah sesuai sama perusahaan logistik yang punya jaringan luas?

Pak Iqbal: Iya, apalagi ada unsur peta dunia sama jaringan yang menunjukkan konektivitas.

Pewawancara: Visual apa yang paling mendukung kesan tersebut?

Pak Iqbal: Gambar kapal kontainer, peta dunia, sama elemen jaringan digital.

Pewawancara: Dari semua media yang ditampilkan, mana yang paling efektif menyampaikan identitas perusahaan?

Pak Iqbal: Menurut saya poster infografik, karena informasinya lengkap dan gampang dipahami dalam satu tampilan.



© 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: Kalau yang paling menarik secara visual?

Responden: Feeds Instagram, karena tampilannya paling mencolok dan langsung menarik perhatian.

Pewawancara: Terakhir, menurut Bapak masih ada bagian yang perlu diperbaiki?

Responden: Mungkin ukuran beberapa teks di brosur bisa diperbesar supaya lebih nyaman dibaca.

Pewawancara: Ada saran lain untuk pengembangan desain ini?

Responden: Secara keseluruhan udah bagus. Mungkin ke depannya informasi bisa dibuat lebih ringkas dan visualnya sedikit lebih sederhana supaya pesan utamanya makin mudah ditangkap.

Pewawancara: Baik Pak, terima kasih banyak atas waktu dan semua masukannya.

Responden: Iya, sama-sama mas.



LAMPIRAN

HASIL KUESIONER



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

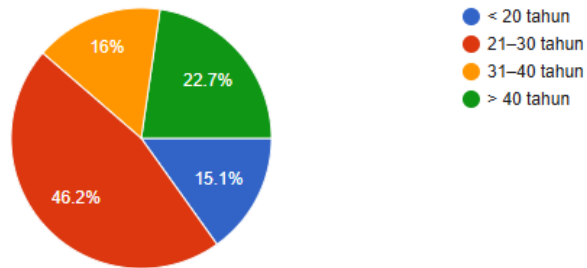
Hak Cipta :

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

Berapa usia Anda saat ini?

119 responses

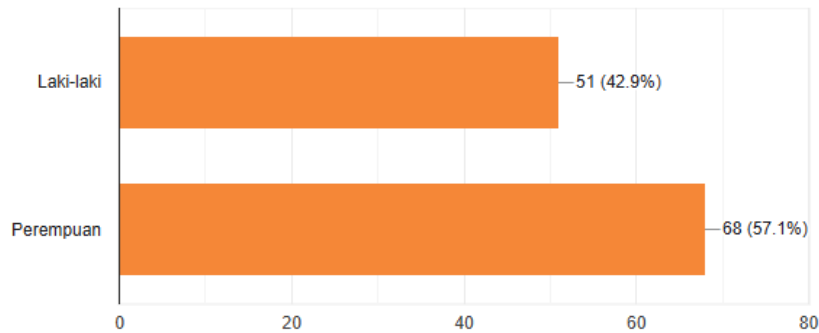
[Copy chart](#)



Jenis Kelamin:

119 responses

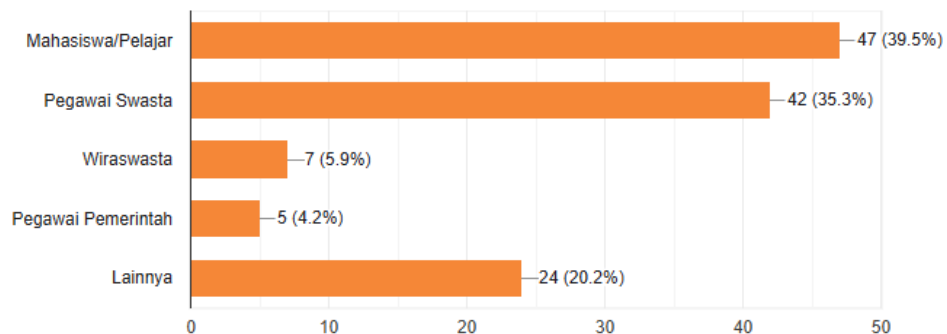
[Copy chart](#)



Pekerjaan Anda:

119 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

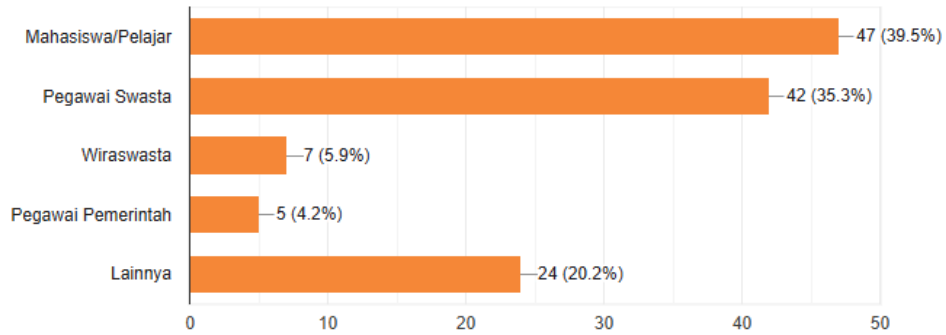
Hak Cipta :

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

Pekerjaan Anda:

119 responses

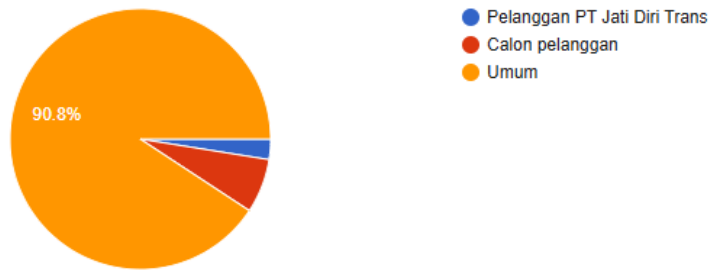
[Copy chart](#)



Status Responden:

119 responses

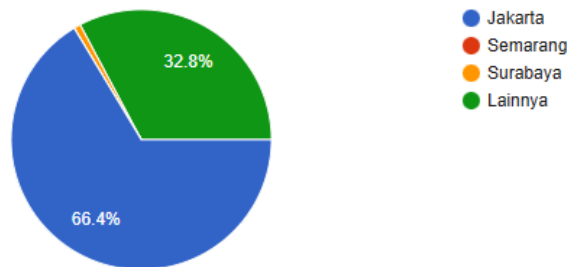
[Copy chart](#)



Domisili Tempat Tinggal:

119 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

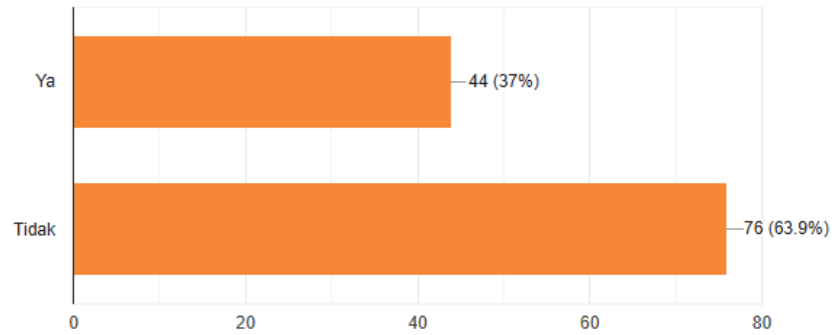
Hak Cipta :

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

Apakah Anda mengetahui PT Jati Diri Trans sebelumnya?

[Copy chart](#)

119 responses

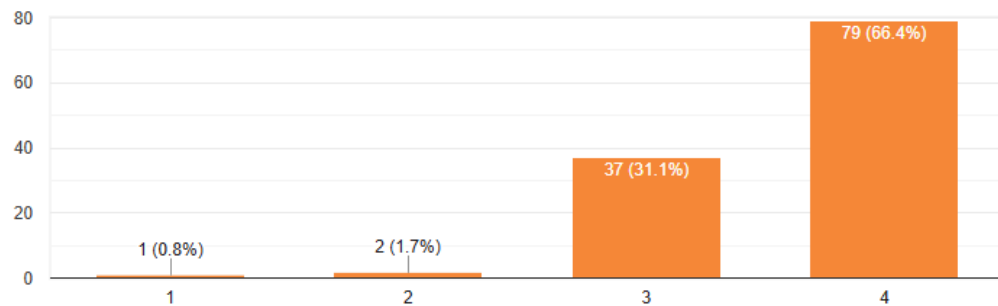


Persepsi Terhadap Media Promosi PT Jati Diri Trans

Media promosi sebaiknya menampilkan profil dan keunggulan perusahaan logistik secara ringkas.

[Copy chart](#)

119 responses



JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

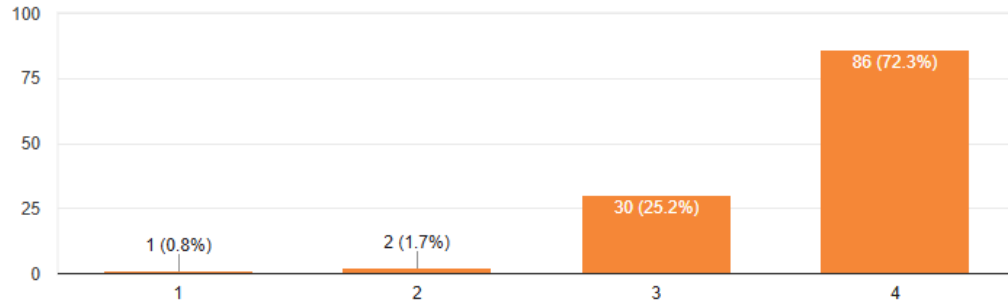
Hak Cipta :

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

Informasi layanan seperti ekspor, impor, dan distribusi perlu dijelaskan secara jelas dan mudah dipahami.

[Copy chart](#)

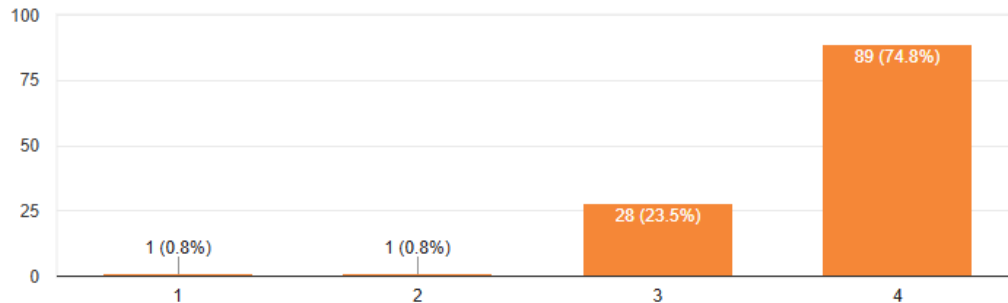
119 responses



Testimoni pelanggan atau mitra bisnis penting untuk menambah kepercayaan terhadap perusahaan.

[Copy chart](#)

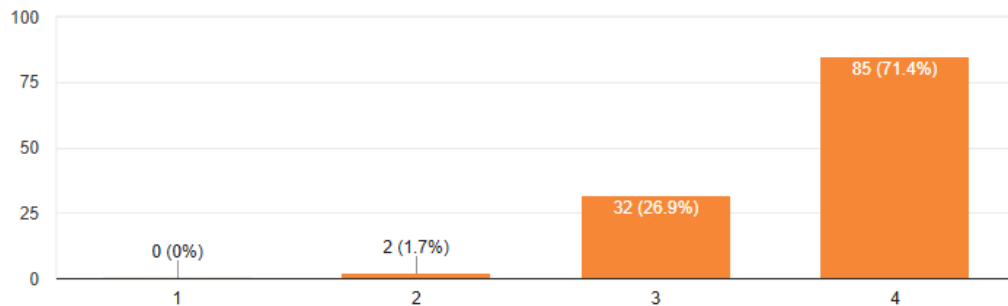
119 responses



Informasi kontak dan alamat cabang perusahaan harus mudah ditemukan dalam media promosi.

[Copy chart](#)

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

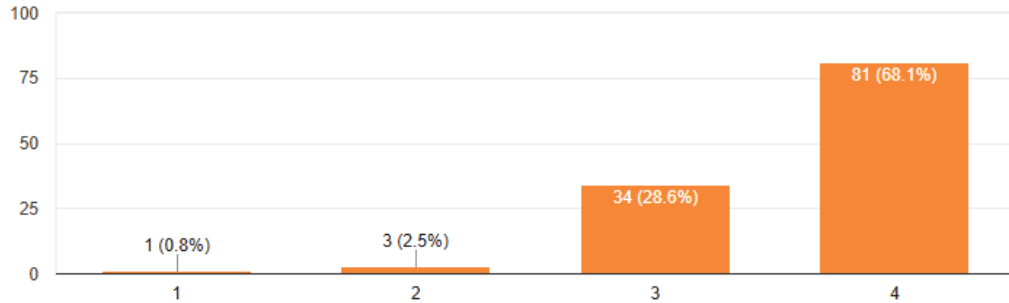
Hak Cipta :

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

Desain media promosi perusahaan logistik sebaiknya terlihat profesional dan modern.

Copy chart

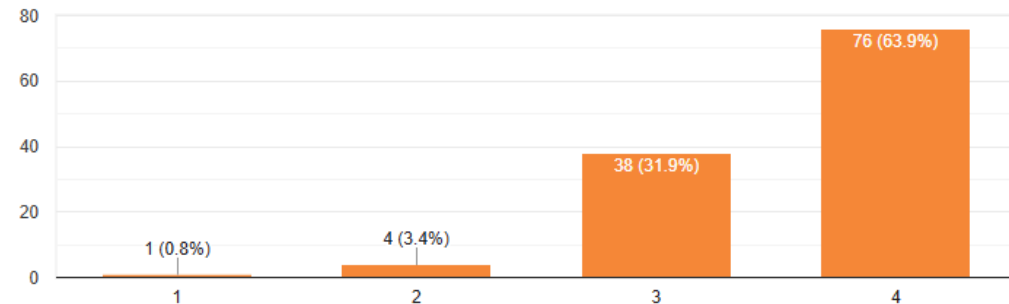
119 responses



Warna cerah dan kontras dapat menarik perhatian audiens terhadap informasi utama.

Copy chart

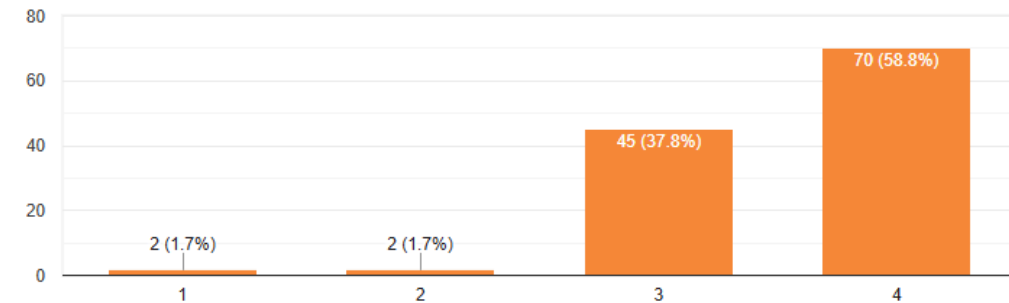
119 responses



Penggunaan foto kendaraan logistik, pelabuhan, atau gudang memperkuat citra layanan.

Copy chart

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

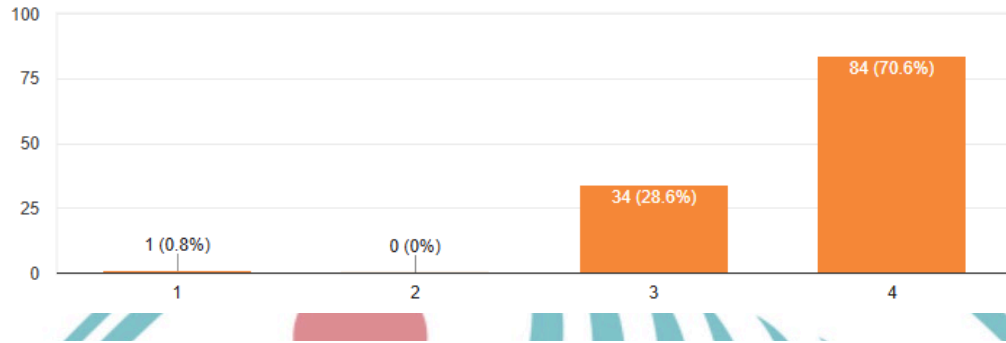
Hak Cipta :

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

Desain sederhana dengan tata letak (layout) rapi lebih mudah dibaca dan dipahami.

Copy chart

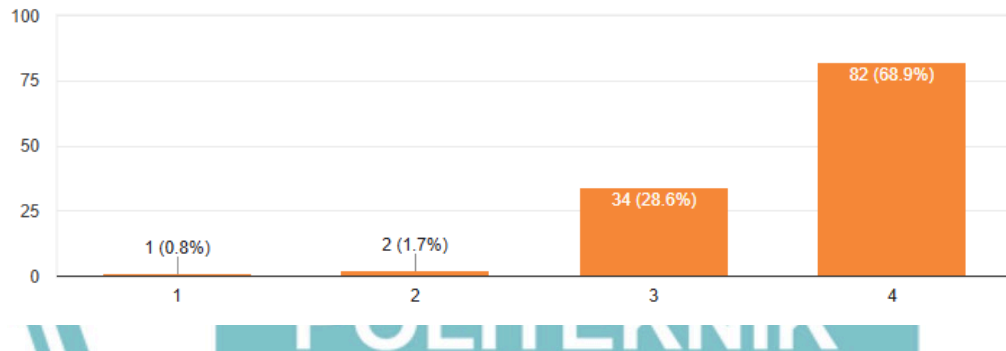
119 responses



Pemilihan huruf (tipografi) yang jelas penting untuk menciptakan kesan profesional.

Copy chart

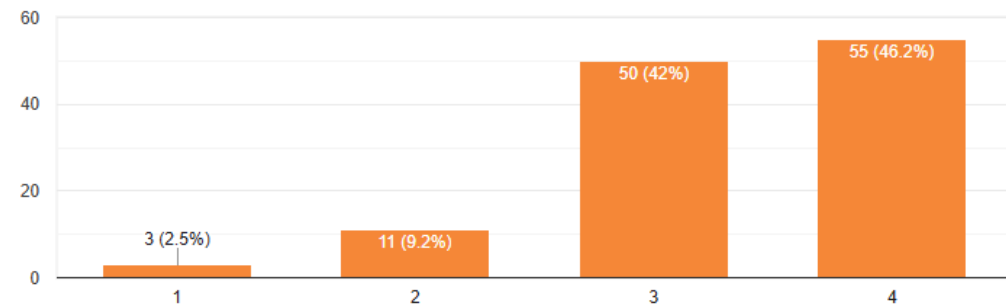
119 responses



Brosur cetak masih penting digunakan untuk memperkenalkan layanan perusahaan.

Copy chart

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

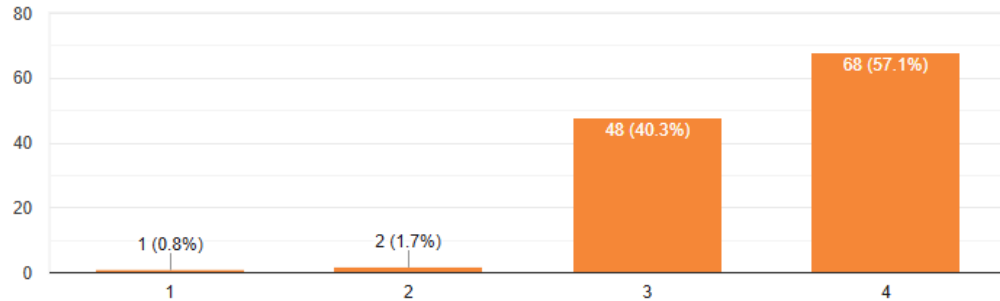
Hak Cipta :

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

Poster atau infografik internal efektif untuk menyampaikan informasi kepada karyawan dan mitra kerja.

Copy chart

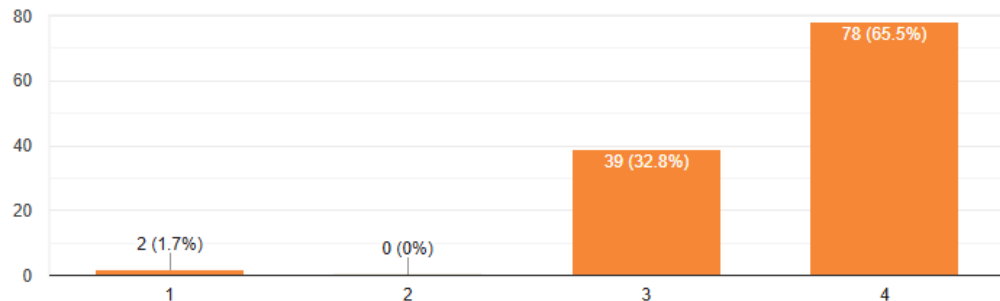
119 responses



Desain kartu nama dan amplop perusahaan perlu menampilkan logo dan warna korporat secara konsisten.

Copy chart

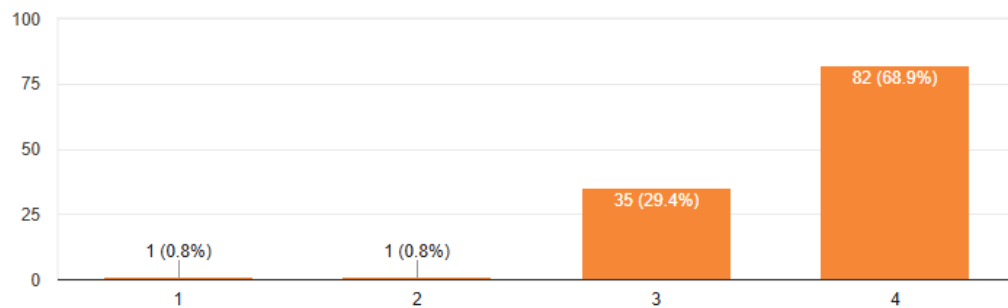
119 responses



Konten visual di media sosial (Instagram) efektif untuk menjangkau audiens lebih luas.

Copy chart

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

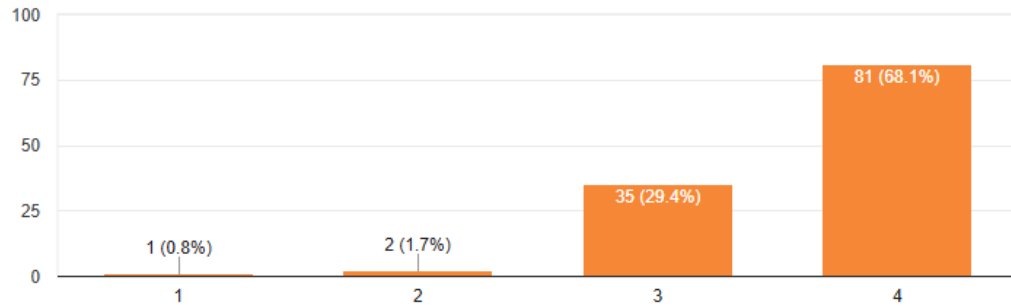
Hak Cipta :

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

Digital brochure interaktif membantu calon klien memahami layanan dengan cepat.

[Copy chart](#)

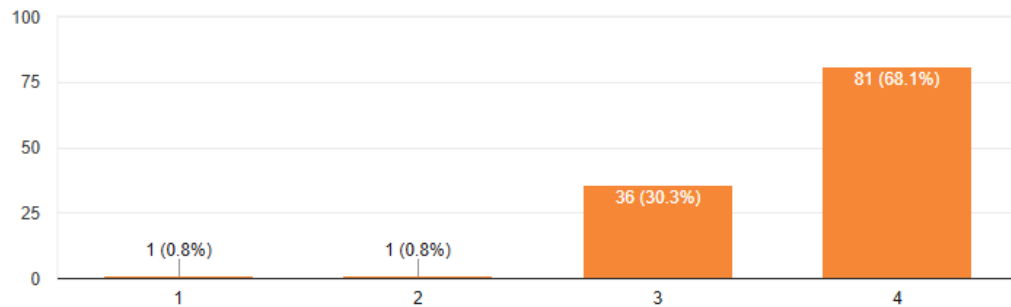
119 responses



Media promosi yang konsisten secara visual dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan.

[Copy chart](#)

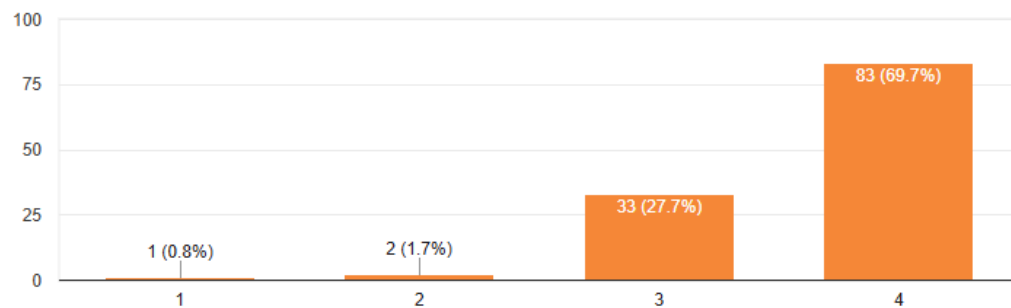
119 responses



Tampilan media promosi yang menarik membantu memperkuat citra perusahaan profesional.

[Copy chart](#)

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

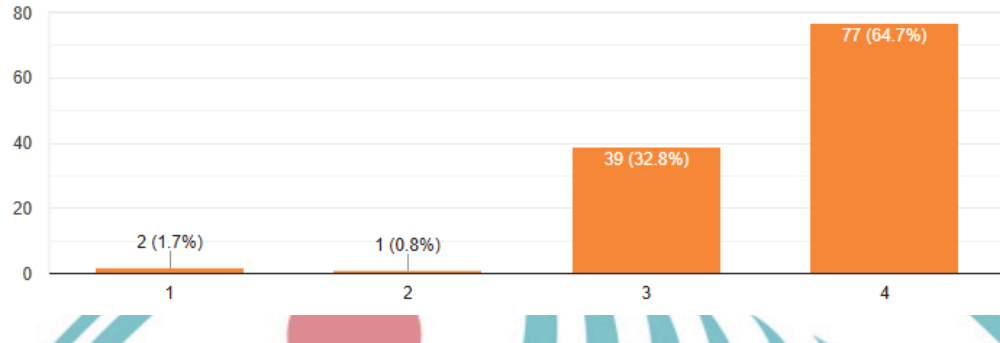
Hak Cipta :

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

Informasi visual yang komunikatif dapat meningkatkan minat pelanggan terhadap layanan.

Copy chart

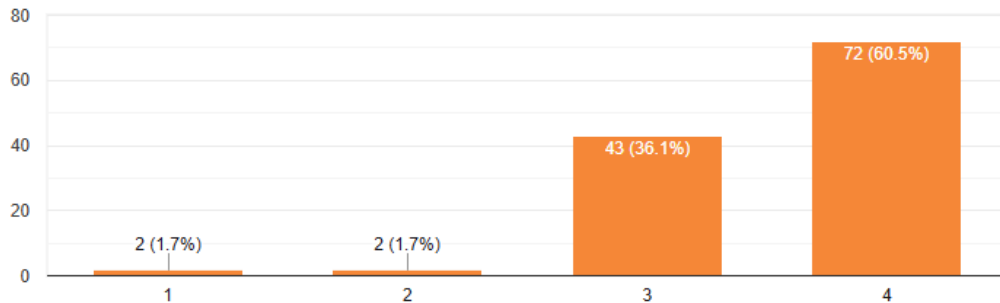
119 responses



Desain media promosi yang baik dapat membedakan perusahaan dari kompetitor.

Copy chart

119 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

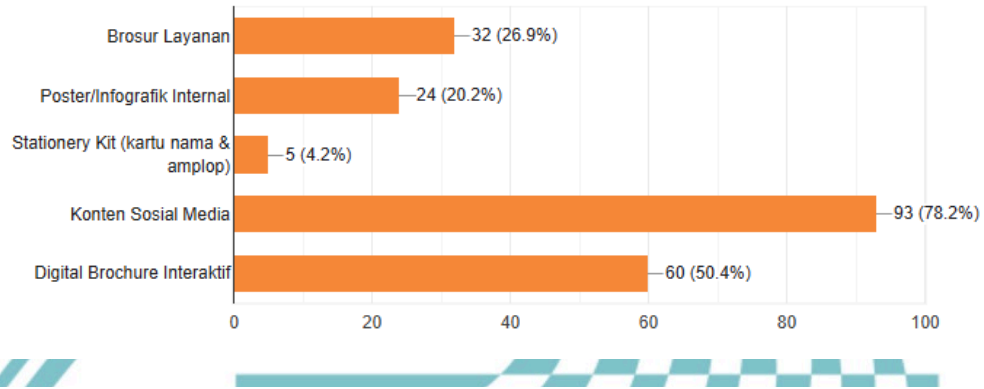
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Preferensi Visual dan Saran

Menurut Anda, media promosi seperti apa yang paling menarik untuk PT Jati Diri Trans? (Pilih maksimal 2)

[Copy chart](#)

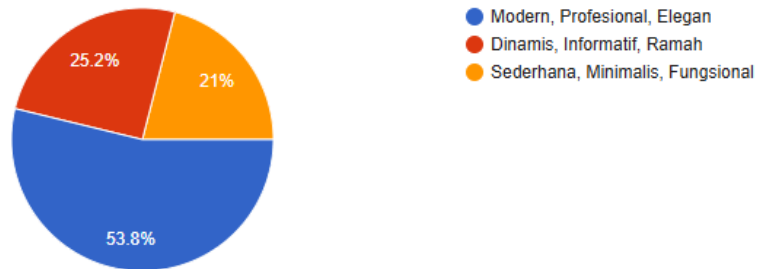
119 responses



Gaya visual seperti apa yang menurut Anda cocok untuk menggambarkan perusahaan logistik profesional?

[Copy chart](#)

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

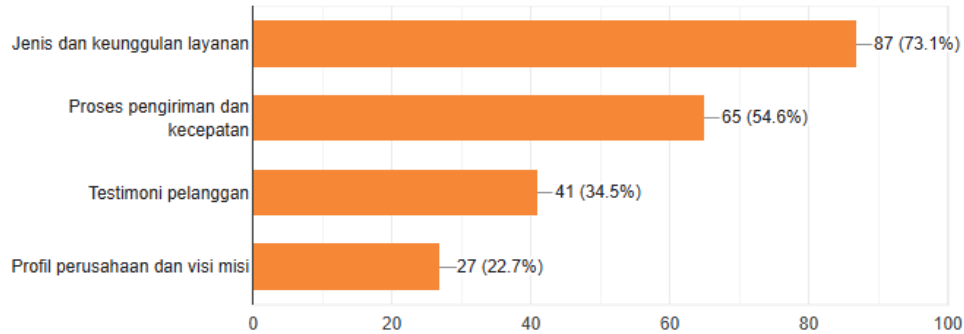
Hak Cipta :

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

Informasi apa yang paling penting menurut Anda untuk disampaikan dalam media promosi? (Pilih maksimal 2)

[Copy chart](#)

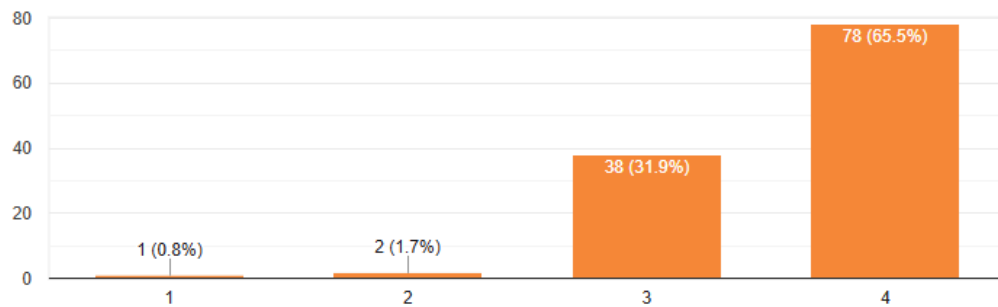
119 responses



Desain media promosi perusahaan logistik sebaiknya menampilkan kesan profesional dan modern.

[Copy chart](#)

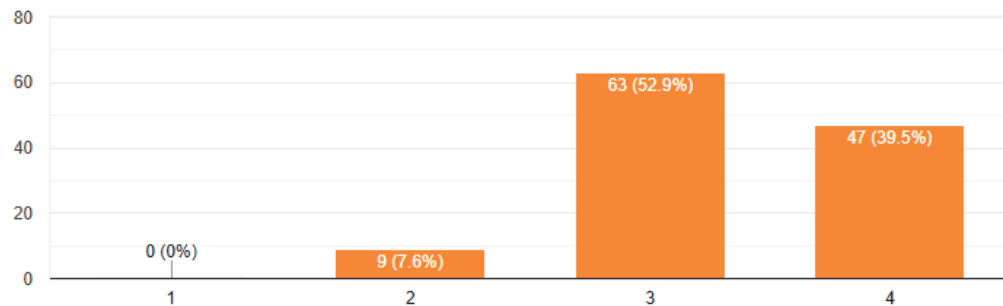
119 responses



Warna biru dan oranye dapat mencerminkan karakter perusahaan logistik yang terpercaya dan dinamis.

[Copy chart](#)

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

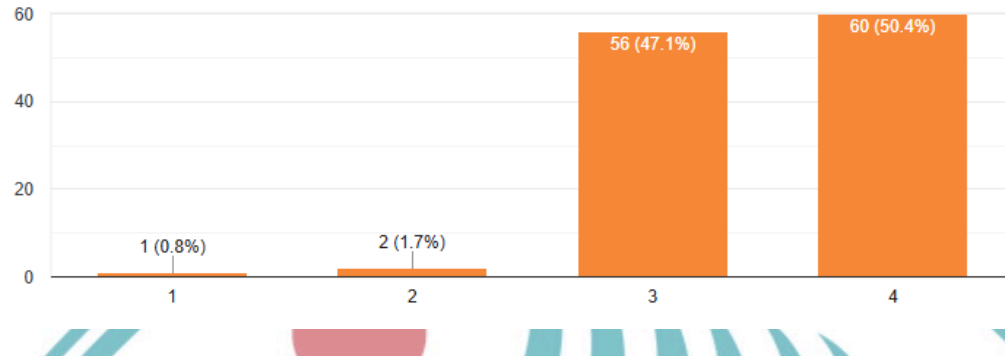
Hak Cipta :

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

Kombinasi warna cerah dan netral membantu memperjelas informasi utama dalam media promosi.

Copy chart

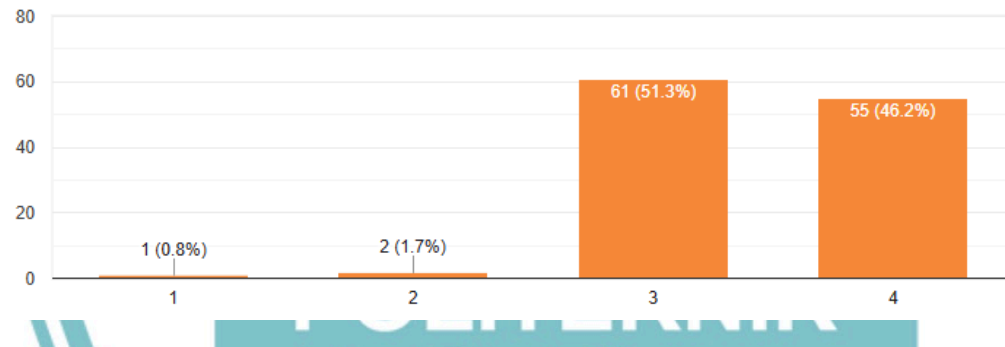
119 responses



Jenis huruf sans-serif (seperti Helvetica, Lato, atau Poppins) terasa lebih modern dan mudah dibaca dibandingkan huruf serif.

Copy chart

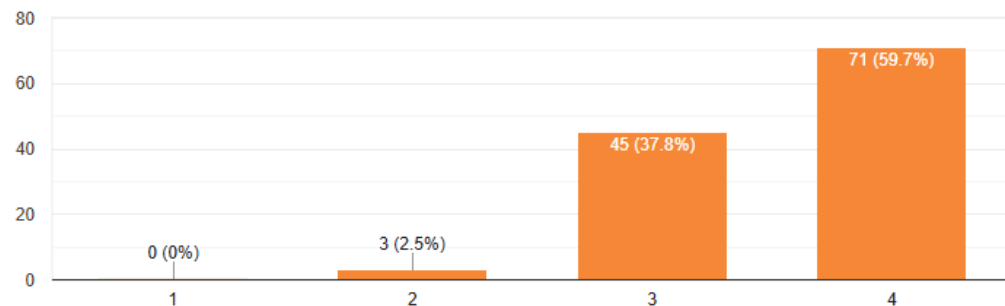
119 responses



Tipografi yang tegas dan seragam pada setiap media promosi (brosur, poster, digital brochure, dan media sosial) dapat memperkuat identitas merek perusahaan.

Copy chart

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

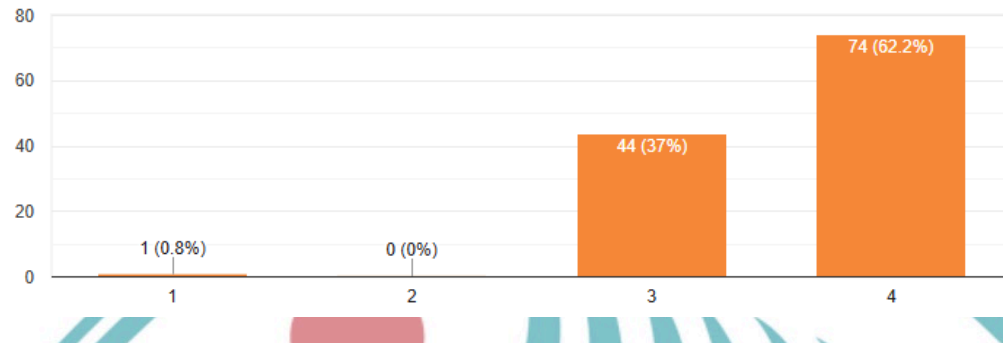
Hak Cipta :

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

Tata letak (layout) yang rapi dan terstruktur membantu pembaca memahami informasi layanan dengan lebih cepat.

Copy chart

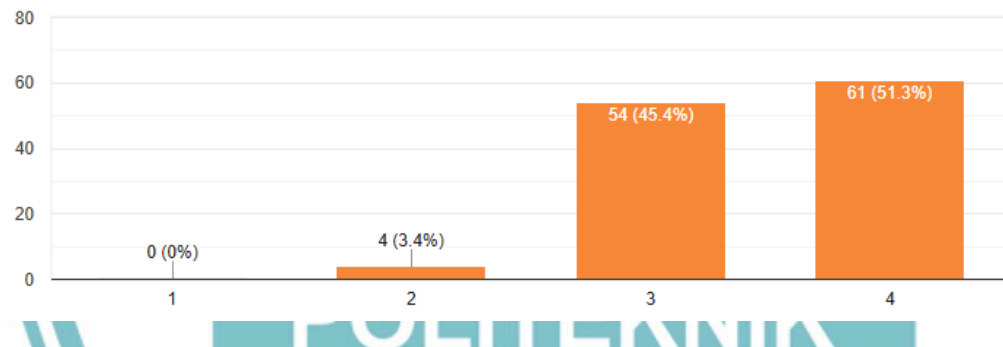
119 responses



Penggunaan ruang kosong (white space) yang cukup membuat tampilan media promosi terasa bersih dan profesional.

Copy chart

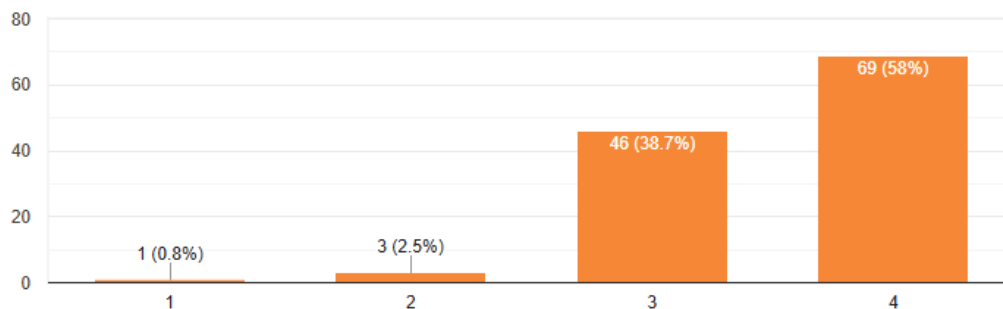
119 responses



Ilustrasi atau fotografi yang menampilkan aktivitas logistik (pengiriman barang, pelabuhan, armada truk, dan karyawan) dapat memperkuat citra perusahaan.

Copy chart

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

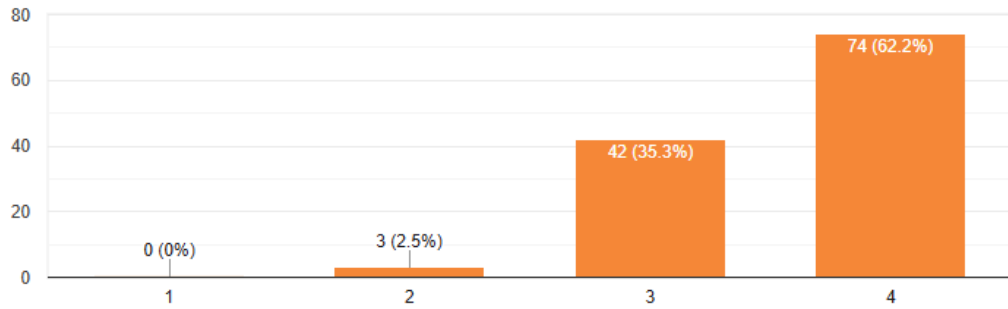
Hak Cipta :

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

Desain ikon atau elemen grafis sederhana dapat membantu memperjelas jenis layanan yang ditawarkan.

 [Copy chart](#)

119 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

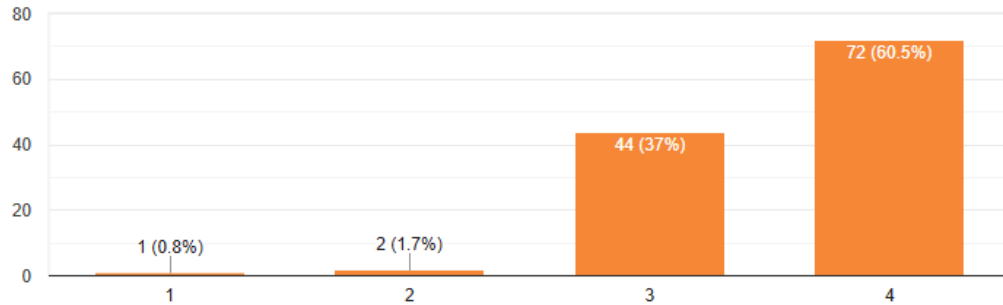
Hak Cipta :

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

Desain visual di media sosial (seperti feed Instagram) sebaiknya memiliki gaya dan warna yang konsisten dengan brosur serta materi cetak lainnya.

[Copy chart](#)

119 responses



Saran Anda untuk perbaikan media promosi PT Jati Diri Trans di masa mendatang:
(Jawaban Terbuka)

70 responses

-

Lebih banyak promosi di media sosial

PT Jati Diri Trans dapat meningkatkan efektivitas media promosi dengan memperkuat kehadiran digital melalui konten yang lebih informatif, konsisten, dan interaktif. Penggunaan desain visual yang lebih modern, video pendek mengenai layanan, serta testimoni pelanggan akan membantu membangun kepercayaan calon klien. Selain itu, penyelarasan pesan promosi di seluruh platform—baik website, media sosial, maupun materi cetak—akan membuat branding lebih kuat dan mudah dikenali. Optimalisasi SEO dan iklan berbayar juga dapat dipertimbangkan untuk memperluas jangkauan audiens sesuai target market perusahaan.

lebih dikembangkan pasar untuk membuka peluang yang ada baik melalui promo/konten di platform yang bisa mengeruk pasar yg ada

Desain white spacenya kalau bisa jangan pakai garis pita terlipat
Coba di buat senatural mungkin dengan garis horizontal atau vertical
Atau bisa juga dengan garis melengkung tapi tidak seperti bentuk pita terlipat

LAMPIRAN

DOKUMENTASI RISET



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN

LOGBOOK BIMBINGAN TA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Logbook Bimbingan

Gunakan tabel di bawah ini untuk mencatat dokumentasi bimbingan. Semua pencatatan dilakukan oleh mahasiswa.

1. Tambahkan data dengan klik + New Page
2. Pilih materi yang dibahas
3. Isi tanggal bimbingan
4. Catat feedback dari pembimbing di kolom 'Catatan pembimbing'
5. Catat hal-hal yang harus dikerjakan selanjutnya (untuk diperika pada pertemuan berikutnya) di kolom 'To-do'

Table	Feed						New	
Aa	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do	
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	September 24, 2025	Draft 1.1 Latar Belakang	1. Latar belakang butuh diriset 2. Menggunakan stasi jurnal, buku, ebook, artikel ilmiah 3. Tidak boleh menggunakan website yang tidak credible (Wikipedia, wordpress dll) 4. Tidak boleh menggunakan kata saya, aku, kamu		
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	September 6, 2025 – October 12, 2025	BAB 1 (Part 1) Review 1.1 Latar Belakang. Penentuan arah untuk 1.2 dan 1.5	1. Pertakali minor revision di Bab 1.1 (oek komentar di Docx). 2. Lanjutkan ke subbab 1.2–1.5		
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Done	October 13, 2025 – October 19, 2025	Draft BAB 1 lengkap	• Latar belakang: sudah ok, tapi bisa kamu singkat sedikit biar lebih fokus ke urgensi perancangan desain marketing collateral-nya. Sekarang masih agak panjang di bagian bahasan industri. • Rumusan masalah: sebaiknya diarahkan ke fokus perancangan, bukan analisis. Jadi pakai kalimat kayak "bagaimana merancang..." biar sesuai sama tujuan dan ruang lingkup (ada notensya di Docx). • Ruang lingkup & tujuan: sesuaikan dgn rumusan masalah. • Kerangka teori: ini juga udah bener alurnya, dari teori makro: branding di atas, lalu komvis dan marcomm sejajar, terus turun ke marketing collateral. Ialu teori mikro. Cuma saran saya, teori desain grafisnya ditambahkan, bisa kamu tambah "prinsip desain grafir" (yg di kerangka baru ada elemen), dan kalau bisa dibedakan warna atau label antara teori makro vs mikro biar lebih kebaca secara visual.		
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori Penulisan Bab 2	Done	October 20, 2025 – November 2, 2025	Draft BAB 2	Cuma ada catatan kecil bagian branding, komunikasi visual, dan marcomm posinya cukup besar, sampai ada jadi keahliannya lebih dominan dibanding teori desain grafisnya. Padahal untuk TA DG, justru teori mikro/teori teknis kayak elemen desain, prinsip desain, layout, tipografi, warna, fotografi itu yang harus paling menonjol karena itu yang nanti kamu pakai langsung untuk ngebahas perancangan di Bab 4.Jadi kamu bisa ringkas 10-20% aja bagian teori makronya biar proporsinya lebih balance, dan fokus desainnya lebih stand out.		
Bimbingan ke-5	Bab 3 Metode Perancangan	Mencari data consumer insight	Done	November 10, 2025 – November 16, 2025	Instrumen Penelitian (Panduan wawancara/kuisiонер)	kuesionernya langsung dibuat dalam format Gform aja yaaa. Tambahkan gambar/ visual juga biar jelas. Kuesionernya udah oke. Tp kalau preferensi visualnya mau ditambahin jg boleh, soalnya kayanya masih terlalu sedikit deh. Misalnya bahas ttg jenis huruf, trs ttg penerapannya di berbagai media, dll		
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Analisis SWOT Creative Brief	Done	December 18, 2025	Final Review dan Persetujuan Akhir	1. sub judul text dulu 2. ditambahkan sitasinya pada mix metod 3. jelasin observasi kompetitor juga 4. pembuatan prototype dimulai di tahapan sketsa 5. bagian positioning pt jati di trans di letakan diatas kanan dibandingkan kompetitotr lain 6. strength tambahkan musuh 7. merancang marketing collateral dengan diawali dengan strategi desain contoh merancang desain brosur		
Bimbingan ke-7	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Latar Belakang Kerangka teori Metode Penelitian	Done	February 21, 2026	Revisi Seminar Proposal	1. Latar Belakang • Memperkuat alur masalah dan urgensi perancangan marketing collateral. • Menjelaskan lebih spesifik permasalahan yang dihadapi selain ketidakonsistenan branding. 2. Kerangka Teori • Menambahkan prinsip-prinsip desain. • Menambahkan tahapan Design Thinking yang lebih detail dan aplikatif. • Menambahkan teori mengenai mind map dan mood board. 3. Metode Perancangan • Memperdalam data profil klien dan diferensiasi dengan kompetitor. • Menyusun dan mempertajam kuisiонер berdasarkan diferensiasi tersebut. • Memperjelas analisis SWOT agar lebih berbasis data. 4. Penulisan & Referensi • Merapikan format penulisan (spasi, font, penomoran, tata letak gambar, dll). • Melengkapi sumber tabel. • Menambahkan artikel ilmiah terbaru		
Bimbingan ke-8	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Latar Belakang Profil Klien Analisis kompetitor Analisis Positioning	Done	March 20, 2026	Revisi Seminar Proposal	• Latar Belakang: Memperjelas dampak nyata yang dialami perusahaan serta urgensi perancangan media promosi dan marketing collateral. • Profil Klien: Menambahkan penjelasan mengenai kenapa media promosi sebelum masuk ke product knowledge. • Kompetitor: Update data kompetitor setelah wawancara (PT Star Concord Indonesia, UNIFAM Company, Essem Logistik) serta perbaikan analisis dan positioningnya • Brand Positioning: Disesuaikan berdasarkan profil klien dan perbandingan posisi kompetitor di pasar.		
Bimbingan ke-9	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor Analisis SWOT	Done	April 1, 2026	Revisi Seminar Proposal	Update revisi, pada bagian kesimpulan kompetitor ditambahkan dan analisis SWOT		
Bimbingan ke-10	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Done	April 20, 2026	Mindmap	Kembangkan mindmapp lebih mengurut		
Biml OPEN ke-11	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Done	May 3, 2026	Moodboard	Moodboard beserta penjelasannya yang sudah di susun sebagai pengembangan dari mindmap dan arah konsep visual		
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Done	May 12, 2026	Sketsa Thumbnail	Eksplorasi sketsa thumbnail awal ide tata letak dan komposisi visual		
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Done	May 17, 2026	Sketsa kasar >> sketsa terpilih	Review sketsa & keputusan visual		
Bimbingan ke-14	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Done	May 24, 2026	Mulai digitalisasi dan sketsa final	Digitalisasi yang dikembangkan dari alternatif sketsa 1.2 dan 4 pada masing masing media		



© 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

+ New page	 Biml  OPEN ke-15	 Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	 New page	 Done	May 29, 2026	Penyempurnaan digitalisasi & eksplorasi alternatif visual	• Menggunakan alternatif 1 sebagai konsep utama keseluruhan digitalisasi. • Menambahkan elemen desain node pada setiap media. • Mengubah visual dengan dominasi warna biru dan orange, serta menghindari penggunaan background putih. • Memindahkan elemen map pada poster alternatif 2 ke alternatif 1 (brosur layanan). • Menambahkan shadow pada bagian subjudul feeds alternatif 1 agar lebih terlihat jelas	
	 Bimbingan ke-16	 Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	 New page	 Done	June 13, 2026	Finalisasi digitalisasi/prototype	Revisi pada desain komprehensif untuk penggunaan icon buat ulang lebih di sederhanakan	
	 Bimbingan ke-17	 Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	 New page	 Done	June 17, 2026	Mulai testing awal & evaluasi hasil	Membuat draft pertanyaan testing	
	 Bimbingan ke-18	 Bab 5 Penutup	 Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	 New page	 Done	June 27, 2026	Review Bab 4 & 5 penyusunan	- Finalisasi Bab 4 & sinkronisasi hasil testing - Menyusun Bab 5



LAMPIRAN

HASIL CEK TURNITIN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144711534

PAPER NAME

DG 8A_Gusti Elvan Rayyana Putra_Peran
cangan Desain Marketing Collateral untu
k PT Jati Diri Trans sebagai Sarana Bran
ding.pdf

WORD COUNT

17471 Words

CHARACTER COUNT

115785 Characters

PAGE COUNT

98 Pages

FILE SIZE

1.8MB

SUBMISSION DATE

REPORT DATE



LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

GUSTI ELVAN RAYYANA PUTRA

Jatikramat, Kota Bekasi | +62 8978883369 | gustielvan814@gmail.com | <https://www.behance.net/handswipproject>

PROFIL

Desainer Grafis kreatif dengan pengalaman 4 tahun menciptakan solusi visual inovatif untuk media cetak dan digital. Berpengalaman dalam branding, tipografi, desain tata letak, dan motion graphics. Menguasai alat desain seperti Adobe Creative Suite, 3ds Max, dan Blender untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan klien. Terbiasa bekerja sama dengan tim lintas fungsi untuk menyelesaikan proyek tepat waktu dengan hasil berkualitas tinggi.

PENGALAMAN KERJA

Public Relations – PT Kereta Api Logistik | Stasiun Gondangdia, Jakarta Pusat
Februari – Juni 2025

- Berhasil merancang infografis media sosial sebagai bagian dari strategi komunikasi visual untuk mendukung branding dan meningkatkan public awareness terhadap layanan PT Kereta Api Logistik.

Desainer Grafis – Geesen Printing | Bintara, Kota Bekasi
Mei – November 2021

- Merancang dalam pembuatan tata letak media promosi sebanyak 2-3 output per hari.

PENGALAMAN ORGANISASI

Divisi Desain - KMDGI (Kriyasana Mahasiswa Desain Grafis Indonesia) | Institut Kesenian Yogyakarta,
Yogyakarta
September – Oktober 2024

- Mengelola proyek branding untuk meningkatkan keterlibatan audiens melalui strategi visual yang efektif.

Divisi Desain - SPARTAN (Sport and Art Competition) | SOR Universitas Indonesia, Depok
Juli – Agustus 2024

- Menciptakan berbagai desain visual, termasuk cover reels, banner, feed Instagram, dan sertifikat, untuk mendukung branding dan promosi acara.

Divisi Dekorasi Acara - Design Odyssey (Politeknik Negeri Jakarta Design Exhibition) | Pesona Square Mall,
Depok
Juli – Agustus 2024

- Memperkuat keterampilan komunikasi dan pemecahan masalah melalui pengelolaan proyek dekorasi acara.

Divisi Dekorasi Acara - CRAFT (Competition in Resourceful Arts & Graphic Techniques) | Auditorium
Politeknik Negeri Jakarta, Depok
Juni – Juli 2024

- Mengoordinasikan dekorasi pameran dengan fokus pada estetika visual yang menarik dan profesional.

PENDIDIKAN

D4 Desain Grafis – Politeknik Negeri Jakarta
September 2022 – Sekarang

KETERAMPILAN

- Adobe Creative Suite, 3ds Max, dan Blender.