



© 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 KBIHU FAJRUL ISLAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

Oleh:
Muhammad Pasa Aviandra
2206421022

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Untuk KBIHU
Fajrul Islam Sebagai Media Promosi
Penulis : Muhammad Pasa Aviandra
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

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK
KBIHU FAJRUL ISLAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh:

Muhammad Pasa Aviandra
2206421022

Disahkan:

Depok, Selasa 14 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

Kepala Program Studi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK KBIHU FAJRUL ISLAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Pasa Aviandra

2206421022



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

KBIHU Fajrul Islam merupakan lembaga bimbingan ibadah haji dan umrah yang memiliki peran dalam memberikan pembinaan kepada calon jamaah. Namun, media promosi yang digunakan belum terintegrasi dan belum memiliki identitas visual yang konsisten sehingga kurang optimal dalam menyampaikan informasi serta membangun citra lembaga. Penelitian ini bertujuan merancang sistem *marketing collateral* yang terintegrasi sebagai media promosi KBIHU Fajrul Islam serta menerapkan prinsip desain grafis untuk memperkuat identitas visual lembaga. Metode yang digunakan adalah *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, studi pustaka, dan analisis kompetitor, kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT sebagai dasar penyusunan *creative brief* dan pengembangan konsep visual. Hasil perancangan menghasilkan konsep kreatif *Modern*, *Islamic*, dan komunikatif yang diwujudkan melalui penggunaan warna hijau, krem, dan emas, tipografi yang mudah dibaca, serta elemen grafis bernuansa Islami seperti visual Ka'bah, *Islamic arch*, motif *arabesque*, dan pengembangan bentuk bulan sabit sebagai elemen grafis dinamis. Media yang dihasilkan meliputi brosur tiga lipat sebagai media utama, serta media pendukung berupa *roll banner*, *banner*, *feed Instagram*, *greeting card*, *ID Card*, dan stiker *QR Code* media sosial. Berdasarkan hasil *testing*, media yang dirancang dinilai mampu menyampaikan informasi secara lebih jelas, menarik, komunikatif, serta memperkuat identitas visual dan citra KBIHU Fajrul Islam sebagai lembaga bimbingan ibadah haji dan umrah yang profesional, *modern*, dan terpercaya.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, Identitas 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

KBIHU Fajrul Islam is an institution that provides guidance services for Hajj and Umrah pilgrims. However, its existing promotional media are not yet integrated and lack a consistent visual identity, making them less effective in delivering information and strengthening the institution's image. This study aims to design an integrated marketing collateral system as a promotional medium for KBIHU Fajrul Islam while applying graphic design principles to reinforce its visual identity. The research employed the Design Thinking method, consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observations, interviews, questionnaires, literature review, and competitor analysis. The collected data were then analyzed using the SWOT matrix to develop the creative brief and visual concept. The design process resulted in a creative concept characterized as Modern, Islamic, and communicative, implemented through the consistent use of green, beige, and gold color schemes, legible typography, and Islamic visual elements such as the Kaaba, Islamic arch, arabesque patterns, and crescent-inspired graphic elements to create a dynamic visual appearance. The final marketing collateral consists of a tri-fold brochure as the primary medium, supported by a roll banner, banner, Instagram feed, greeting card, ID card, and social media QR code sticker. Based on the testing results, the designed media were considered capable of presenting information more clearly, attractively, and communicatively while strengthening the visual identity and enhancing the professional, modern, and trustworthy image of KBIHU Fajrul Islam as a Hajj and Umrah guidance institution.

Keywords: *marketing collateral, promotional media, visual identity, Design Thinking.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat-Nya, saya diberikan kesempatan untuk mengikuti dan melaksanakan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk KBIHU Fajrul Islam Sebagai Media Promosi”. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si., selaku pemimbing akademik DG A angkatan 2022.
5. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku dosen pembimbing Materi dan Teknis.
6. Seluruh dosen Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta
7. H. Dedi Supriyadi Muchtar, M.Pd.I., selaku klien sekaligus pemilik KBIHU Fajrul Islam.
8. Kedua orang tua, atas segala doa, kasih sayang, dukungan, motivasi, serta pengorbanan yang tiada henti selama masa perkuliahan hingga terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
9. Kakak dan seluruh keluarga, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, perhatian, bantuan, serta doa selama menjalani perkuliahan hingga terselesaikannya laporan tugas akhir ini.
10. Febby Nathaniela Tanujaya, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, motivasi, perhatian, serta semangat kepada penulis selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini.
11. Seluruh anggota ABP, yang telah menjadi rekan berdiskusi, saling membantu, bertukar pikiran, serta memberikan masukan yang membangun selama proses penyusunan tugas akhir. Dukungan, kerja sama, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kebersamaan yang terjalin memberikan banyak pengalaman, inspirasi, serta motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.

Depok, 8 Juli 2026

Muhammad Pasa Aviandra

NIM: 2206421022





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	5
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	8
2.1 Media Promosi	8
2.1.1 Jenis Media Promosi	9
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	10
2.2.1 Jenis Marketing Collateral	10
2.3 Desain Grafis	12
2.3.1 Tipografi	13
2.3.2 Warna	15
2.3.3 <i>Layout</i>	18
2.3.4 Gambar	22
2.3.5 Prinsip Desain	23
2.4 Metode <i>Design Thinking</i>	24
BAB III METODE PERANCANGAN	26
3.1 Metode Penelitian	26
3.2 Data dan Analisis	30
3.2.1 Profil Klien	31
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	32
3.2.3 <i>Target Audience</i>	34



Hak Cipta :

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

3.2.4 Kompetitor.....	35
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	41
3.2.6 <i>Positioning</i>	43
3.2.7 Analisis SWOT.....	44
3.3 Arahan Kreatif	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Konsep Visual.....	50
4.1.1 <i>Mindmap</i>	51
4.1.2 <i>Moodboard</i>	52
4.2 Proses Desain.....	53
4.2.1 Sketsa Thumbnail	54
4.2.2 <i>Key Visual</i>	54
4.2.3 Sketsa Manual	56
4.2.4 Desain Komprehensif	60
4.2.5 Desain Terpilih	64
4.2.6 Penjelasan Media.....	66
4.2.7 <i>Prototype</i>	72
4.2.8 <i>Testing</i>	74
4.2.9 Desain Final.....	76
4.3 Pertimbangan Produksi.....	86
BAB V PENUTUP.....	90
5.1 Simpulan.....	90
5.2 Saran	91
DAFTAR REFERENSI	93
LAMPIRAN.....	96



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Banner	11
Gambar 2.2 Brosur	11
Gambar 2.3 Desain Media Sosial.....	12
Gambar 2.4 Huruf Serif dan Sans Serif	14
Gambar 2.5 Huruf Script.....	14
Gambar 2.6 Huruf Decorative.....	15
Gambar 2.7 Pohon Warna dan Lingkaran Warna	16
Gambar 2.8 Warna Primer, Sekunder, dan Tersier	16
Gambar 2.9 Warna Netral	17
Gambar 2.10 Warna RGB dan CMYK	18
Gambar 2.11 Penerapan Layout Simetris Pada Desain Brosur.....	20
Gambar 2.12 Penerapan Layout Asimetris Pada Media Collateral	20
Gambar 2.13 Penerapan Layout Grid Pada Media Collateral.....	21
Gambar 2.14 Penerapan Layout Hierarkis Pada Desain Sosial Media	21
Gambar 2.15 Penerapan Layout Z Pattern Pada Media Collateral	22
Gambar 3.1 Design Thinking	26
Gambar 3.2 Profil Klien	31
Gambar 3.3 Dokumentasi KBIHU Fais	33
Gambar 3.4 Dokumentasi KBIHU Fais	33
Gambar 3.5 Logo KBIHU Almanar	35
Gambar 3.6 Desain Sosial Media KBIHU Almanar	36
Gambar 3.7 Desain Sosial Media KBIHU Almanar	37
Gambar 3.8 Desain Brosur KBIHU Almanar	37
Gambar 3.9 Logo KBIHU Ummu'l Quro	38
Gambar 3.10 Desain Sosial Media KBIHU Ummul Quro.....	39
Gambar 3.11 Logo KBIHU Daarut Tauhiid	40
Gambar 3.12 Desain Sosial Media KBIHU Daarut Tauhiid.....	41
Gambar 3.13 Perceptual Mapping.....	44
Gambar 4.1 Mindmap	51
Gambar 4.2 Mooboard	53
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	54
Gambar 4.4 Palet Turunan Warna.....	55
Gambar 4.5 Typeface	56
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 1	57
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 2	58
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 3	58
Gambar 4.9 Sketsa Alternatif 4	59
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif 5	60
Gambar 4.11 Desain Komprehensif 3	61
Gambar 4.12 Desain Komprehensif 4	62
Gambar 4.13 Desain Komprehensif 5	64
Gambar 4.14 Desain Terpilih.....	65
Gambar 4.15 Desain Media Brosur.....	67
Gambar 4.16 Desain Media Roll Banner	68



© 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

Gambar 4.17 Desain Media Feed Instagram.....	69
Gambar 4.18 Desain Media Greeting Card.....	70
Gambar 4.19 Desain Media ID Card.....	71
Gambar 4.20 Desain Media Banner	71
Gambar 4.21 Desain Media Sticker QR Code	72
Gambar 4.22 Mockup Digital	73
Gambar 4.23 Mockup Cetak	74
Gambar 4.24 Desain Final Brosur.....	77
Gambar 4.25 Desain Final Roll Banner	79
Gambar 4.26 Desain Final Key Visual IG Feed	80
Gambar 4.27 Desain Final Banner	81
Gambar 4.28 Desain Final Greeting Card.....	83
Gambar 4.29 Desain Final ID Card Team FAIS.....	84
Gambar 4.30 Desain Final Stiker QR Code Sosial Media.....	85





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 <i>Matrix SWOT</i>	45
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	47
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	52
Tabel 4.2 <i>Feedback Capture Matrix</i>	75





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA	97
LAMPIRAN 2 HASIL SURVEI KUESIONER GOOGLE FORM	108
LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI TESTING.....	114
LAMPIRAN 4 LOGBOOK BIMBINGAN TA.....	124
LAMPIRAN 5 HASIL CEK TURNITIN	126
LAMPIRAN 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	129





Hak Cipta :

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

Tingginya minat masyarakat Indonesia terhadap ibadah haji terlihat dari panjangnya daftar tunggu keberangkatan yang di beberapa daerah mencapai lebih dari lima tahun. Pelaksanaan ibadah haji memiliki tingkat kompleksitas yang tinggi karena memerlukan kesiapan finansial, fisik, mental, serta pemahaman tata cara ibadah yang baik. Perbedaan tingkat pemahaman jamaah sering menimbulkan berbagai kendala dalam pelaksanaan ibadah, sehingga melatarbelakangi hadirnya Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) sebagai lembaga pendampingan dan pembinaan bagi calon jamaah (Rahma et al., 2023).

Sebagai organisasi mitra pemerintah, KBIHU memiliki fungsi membimbing dan mendampingi calon jamaah agar dapat menjalankan ibadah dengan lancar. Namun, banyaknya lembaga atau organisasi yang bergerak dalam bidang bimbingan haji dan umrah menuntut setiap KBIHU untuk mampu bersaing dalam menarik minat serta membangun kepercayaan masyarakat (Gustin, 2023). Persaingan antar penyedia layanan ibadah haji dan umrah dengan kualitas yang beragam juga mendorong KBIHU untuk terus meningkatkan manajemen serta strategi dalam menentukan target pasar agar tujuan lembaga dapat tercapai secara optimal (Mursalina et al., 2019). Dalam lingkungan persaingan yang semakin kompetitif, konsep *Unique Selling Proposition* (USP) sering digunakan dalam pemasaran untuk menonjolkan keunikan dan nilai pembeda suatu layanan. Keberadaan USP dinilai penting karena dapat membantu organisasi membangun diferensiasi serta memperkuat posisi di benak konsumen dibandingkan dengan pesaing yang menawarkan layanan serupa (Meilinda et al., 2018).



© 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

Dalam konteks pemasaran, *marketing collateral* adalah sekumpulan materi promosi yang bertugas menyampaikan informasi, mendidik audiens, serta mendukung pelanggan dalam mengatasi kebutuhan mereka. Materi ini memudahkan konsumen memperoleh detail esensial tentang produk, merek, dan layanan yang ditawarkan. Melalui kontennya, *marketing collateral* merefleksikan identitas bisnis untuk mempererat relasi dan membantu pelanggan membuat keputusan yang tepat (Paperflite, 2019). Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah strategi promosi dari media cetak menuju media digital yang lebih interaktif dan mudah diakses. Media digital, termasuk media sosial seperti Instagram, dinilai efektif karena mampu menjangkau audiens secara luas dan praktis dalam penyampaian pesan. Meskipun demikian, media cetak seperti brosur dan *banner* tetap berperan penting dalam promosi langsung. Integrasi antara media cetak dan digital dapat meningkatkan efektivitas penyampaian informasi. (Mursalina et al., 2019).

Dalam komunikasi pemasaran, desain grafis memainkan peran strategis untuk merefleksikan citra dan membentuk identitas lembaga. Elemen desain pada media seperti logo, *banner*, brosur, serta platform digital berfungsi menyampaikan visi dan karakter lembaga kepada publik. Tak hanya itu, desain juga menjadi alat *branding* yang efektif untuk menarik perhatian audiens serta memicu minat terhadap layanan yang ditawarkan. Karenanya, penerapan desain yang tepat sangatlah krusial guna meningkatkan efektivitas promosi di tengah persaingan pasar yang kian ketat (Heru, 2026).

Kelompok Bimbingan Ibadah Haji dan Umrah (KBIHU) Fajrul Islam merupakan lembaga bimbingan manasik haji dan umrah di Jakarta Timur yang berfokus pada pembinaan dan pendampingan calon jamaah haji dan umrah. Dalam pelaksanaannya, KBIHU Fajrul Islam juga menawarkan beberapa nilai keunggulan, seperti biaya bimbingan yang relatif terjangkau, program pembekalan tambahan bagi jamaah, serta pendampingan yang dilakukan secara langsung oleh pimpinan KBIHU sejak keberangkatan hingga kembali ke tanah air.

Namun, dalam penyampaian informasi dan media promosi, KBIHU Fajrul Islam masih menghadapi beberapa kendala. Penyebaran informasi mengenai



© 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

layanan KBIHU masih banyak mengandalkan rekomendasi dari jamaah, keluarga, maupun kerabat (*word of mouth*), sementara pemanfaatan media digital sebagai sarana promosi belum dilakukan secara optimal sehingga jangkauan informasi kepada masyarakat masih terbatas. Selain itu, media promosi yang digunakan, seperti brosur dan konten media sosial, masih menunjukkan ketidakkonsistenan identitas visual dari segi penggunaan warna, tipografi, tata letak, ornamen, maupun elemen desain lainnya sehingga belum mampu membangun karakter visual yang kuat dan mudah dikenali. Penyajian informasi juga belum memiliki hierarki yang jelas, sehingga informasi mengenai program bimbingan, keunggulan layanan, alur pendaftaran, fasilitas, serta kontak yang dapat dihubungi belum tersusun secara sistematis. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa KBIHU Fajrul Islam belum memiliki sistem *marketing collateral* yang terintegrasi. Berbagai media promosi dan media pendukung belum dirancang dalam satu kesatuan identitas visual yang konsisten, baik pada media cetak, media digital, media identitas, maupun media pelayanan jamaah. Akibatnya, penyampaian informasi, penguatan identitas visual, serta pengalaman komunikasi dengan calon jamaah maupun jamaah belum berjalan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan identitas lembaga kurang kuat, jangkauan informasi belum maksimal, serta media promosi belum mampu mendukung kegiatan promosi dan membangun kepercayaan masyarakat secara optimal di tengah persaingan antar KBIHU yang semakin kompetitif.

Dalam komunikasi pemasaran kontemporer, konsistensi identitas visual berperan krusial untuk membentuk citra lembaga dan menciptakan diferensiasi. Sistem desain terpadu yang diterapkan pada beragam media promosi mulai dari cetak hingga digital membantu membangun identitas visual yang kokoh dan gampang dikenali audiens. Strategi ini sering digunakan dalam komunikasi visual guna mengoptimalkan penyampaian pesan serta memperkuat kepercayaan masyarakat (Islam, 2019).

Berdasarkan permasalahan tersebut, diperlukan perancangan sistem *marketing collateral* yang terintegrasi untuk KBIHU Fajrul Islam sebagai media promosi. Perancangan ini mencakup media cetak, media digital, media luar ruang, serta media pendukung yang saling terhubung melalui identitas visual yang



© 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

konsisten guna mendukung penyampaian informasi, memperkuat citra lembaga, serta meningkatkan pengalaman komunikasi dengan calon jamaah maupun jamaah. Perancangan ini bertujuan untuk membangun karakter visual yang konsisten, memperkuat identitas lembaga, meningkatkan kepercayaan calon jamaah, serta mendukung efektivitas penyampaian informasi dan promosi secara terintegrasi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, permasalahan yang dihadapi KBIHU Fajrul Islam terletak pada media promosi yang belum terintegrasi serta belum memiliki sistem visual yang konsisten, sehingga kurang optimal dalam menyampaikan informasi dan membangun citra lembaga. Selain itu, belum terdapat perancangan *marketing collateral* yang menerapkan prinsip desain grafis secara terstruktur untuk mendukung kebutuhan promosi dan sosialisasi lembaga. Oleh karena itu, penelitian ini dirumuskan dalam beberapa pertanyaan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang sistem *marketing collateral* yang terintegrasi untuk mendukung penyampaian informasi serta memperkuat identitas visual KBIHU Fajrul Islam?
2. Bagaimana menerapkan prinsip desain grafis dalam perancangan media promosi guna meningkatkan daya tarik, citra, dan kepercayaan calon jamaah terhadap KBIHU Fajrul Islam?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini terdapat rincian permasalahan yang dibatasi agar penelitian tidak terlalu luas jangkauannya dan terfokus sesuai dengan rumusan permasalahan yang ditetapkan. Adapun ruang lingkup pembahasan meliputi:

1. Perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi KBIHU Fajrul Islam yang meliputi brosur tiga lipat, *roll banner*, *banner*, konten media sosial Instagram, *greeting card*, *ID Card*, serta stiker *QR Code* media sosial sebagai media pendukung dalam membangun identitas visual dan menyampaikan informasi kepada calon jamaah maupun jamaah.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Penerapan prinsip desain grafis dalam perancangan media yang mencakup pengembangan konsep visual, penggunaan tipografi, warna, komposisi, ilustrasi atau ornamen, dan *layout* guna menciptakan sistem visual yang konsisten, komunikatif, dan sesuai dengan karakter KBIHU Fajrul Islam.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini disusun dengan tujuan yang jelas agar sejalan dengan rumusan masalah yang telah dijabarkan sebelumnya. Berikut tujuan dan manfaat yang ingin dicapai:

a. Tujuan

1. Merancang sistem *marketing collateral* yang terdiri atas media cetak, media digital, media luar ruang, serta media pendukung sebagai sarana promosi, penyampaian informasi, dan penguatan identitas visual KBIHU Fajrul Islam.
2. Menghasilkan perancangan media promosi yang menerapkan prinsip desain grafis sehingga mampu membangun identitas visual yang konsisten serta meningkatkan daya tarik dan citra KBIHU Fajrul Islam di mata calon jamaah.

b. Manfaat

1. Manfaat Teoritis Penelitian mengenai perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu desain grafis, khususnya dalam perancangan media promosi yang efektif serta dapat menjadi referensi bagi penelitian lain yang sejenis.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi KBIHU Fajrul Islam, perancangan *marketing collateral* ini diharapkan dapat menjadi media promosi dan informasi yang lebih efektif, membantu membangun identitas visual yang konsisten, serta meningkatkan citra profesional lembaga di tengah persaingan KBIHU yang semakin kompetitif.
 - b. Bagi calon jamaah, media promosi yang dirancang diharapkan dapat memberikan informasi yang lebih jelas mengenai program bimbingan,



Hak Cipta :

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

kegiatan manasik, serta layanan yang ditawarkan oleh KBIHU Fajrul Islam.

- c. Bagi lingkup keilmuan desain grafis, perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan praktik desain grafis, khususnya dalam penerapan desain pada media promosi berbentuk *marketing collateral* bagi lembaga atau organisasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* untuk KBIHU Fajrul Islam Sebagai Media Promosi” ini disusun ke dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang yang menguraikan fenomena meningkatnya kebutuhan bimbingan ibadah haji dan umrah serta pentingnya media promosi yang efektif di tengah persaingan lembaga KBIHU. Pada bab ini dijelaskan identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, ruang lingkup pembahasan, serta sistematika penulisan. Bab ini menjadi dasar pemikiran dan arah perancangan *marketing collateral* bagi KBIHU Fajrul Islam.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memaparkan kajian teori yang menjadi landasan dalam proses perancangan, meliputi teori komunikasi pemasaran, *marketing collateral*, *branding* dan identitas visual, desain komunikasi visual, elemen dan prinsip desain, serta teori yang berkaitan dengan integrasi media cetak dan digital. Landasan teori ini digunakan sebagai acuan konseptual dalam merancang sistem visual yang konsisten dan sesuai dengan karakter KBIHU Fajrul Islam.



Hak Cipta :

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

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam proses perancangan, mulai dari teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, studi pustaka), analisis data, hingga tahapan pengembangan konsep dan visualisasi desain. Bab ini juga memuat profil klien, analisis target audiens, kompetitor, *consumer insight*, *positioning*, serta analisis SWOT yang menjadi dasar dalam menentukan strategi kreatif dan arah visual *marketing collateral*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas seluruh proses perancangan *marketing collateral* KBIHU Fajrul Islam berdasarkan metode *Design Thinking*, yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada bab ini juga dijelaskan hasil analisis data, identifikasi permasalahan, pengembangan konsep kreatif, proses visualisasi desain, penerapan unsur dan prinsip desain grafis pada setiap media, hasil testing kepada responden, proses penyempurnaan desain berdasarkan masukan yang diperoleh, hingga penetapan desain final beserta pertimbangan produksi pada setiap media *marketing collateral*.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi simpulan yang diperoleh dari keseluruhan proses penelitian dan perancangan *marketing collateral* KBIHU Fajrul Islam berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selain itu, bab ini memuat saran yang ditujukan kepada KBIHU Fajrul Islam sebagai bahan pertimbangan dalam penerapan dan pengembangan media promosi, serta kepada peneliti atau perancang selanjutnya yang ingin mengembangkan *marketing collateral* dengan media, konsep visual, maupun pendekatan desain yang lebih beragam sesuai dengan kebutuhan lembaga.

Hak Cipta :

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

Bab ini menjelaskan simpulan dan saran berdasarkan hasil penelitian mengenai “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Untuk KBIHU Fajrul Islam sebagai Media Promosi”. Simpulan disusun berdasarkan keseluruhan proses perancangan, mulai dari pengumpulan data, pengembangan konsep visual, proses desain, pengujian, hingga hasil akhir media yang telah dirancang. Adapun saran diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi KBIHU Fajrul Islam maupun penelitian selanjutnya dalam mengembangkan media promosi yang lebih efektif.

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil proses perancangan pada tugas akhir yang berjudul "Perancangan Desain *Marketing Collateral* Untuk KBIHU Fajrul Islam sebagai Media Promosi", maka dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut.

1. Perancangan *marketing collateral* menggunakan metode *Design Thinking* melalui tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* berhasil menghasilkan rancangan media promosi yang sesuai dengan kebutuhan KBIHU Fajrul Islam. Melalui proses observasi, wawancara, penyebaran kuesioner, studi pustaka, analisis SWOT, hingga testing, diketahui bahwa media promosi yang digunakan sebelumnya belum mampu menyampaikan informasi secara terstruktur serta belum menerapkan identitas KBIHU Fajrul Islam secara konsisten pada berbagai media promosi. Penerapan metode *Design Thinking* membantu menghasilkan solusi desain yang berorientasi pada kebutuhan pengguna dan telah divalidasi melalui proses testing, sehingga media yang dirancang lebih efektif dalam mendukung penyampaian informasi dan kegiatan promosi KBIHU Fajrul Islam.
2. Perancangan *marketing collateral* menerapkan prinsip-prinsip desain grafis yang meliputi hierarki visual, keseimbangan (*balance*), kontras (*contrast*), proporsi (*proportion*), penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) pada setiap media. Penerapan elemen visual seperti warna, tipografi, fotografi kegiatan, serta elemen grafis bernuansa Islami dilakukan secara 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

sehingga mampu memperkuat identitas KBIHU Fajrul Islam pada seluruh media promosi. Konsistensi penerapan elemen visual tersebut menjadikan KBIHU Fajrul Islam lebih mudah dikenali oleh masyarakat, meningkatkan keterbacaan informasi, serta membangun citra lembaga sebagai penyelenggara bimbingan ibadah haji dan umrah yang profesional, modern, dan terpercaya. Hasil testing juga menunjukkan bahwa penyempurnaan tata letak, ukuran informasi, dan alur baca meningkatkan kualitas komunikasi visual pada media yang dirancang.

3. Hasil akhir penelitian berupa sistem *marketing collateral* yang terdiri atas brosur tiga lipat sebagai media utama, didukung oleh *roll banner*, *banner*, *feed Instagram*, *greeting card*, *ID Card*, dan stiker *QR Code*. Seluruh media dirancang secara terintegrasi dengan menerapkan identitas KBIHU Fajrul Islam secara konsisten sehingga mampu mendukung penyampaian informasi serta memperkuat pengenalan lembaga kepada masyarakat. Berdasarkan hasil testing, media yang dirancang memperoleh tanggapan positif karena dinilai lebih menarik, komunikatif, mudah dipahami, dan sesuai dengan kebutuhan KBIHU Fajrul Islam. Dengan demikian, tujuan penelitian untuk merancang sistem *marketing collateral* yang terintegrasi sebagai media promosi telah tercapai. Penelitian ini masih terbatas pada media yang telah ditentukan dalam ruang lingkup penelitian sehingga pengembangan media promosi lainnya dapat dilakukan pada penelitian selanjutnya.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi KBIHU Fajrul Islam maupun penelitian selanjutnya.

1. KBIHU Fajrul Islam disarankan untuk menerapkan seluruh media *marketing collateral* yang telah dirancang secara konsisten pada setiap kegiatan promosi, baik dalam bentuk media cetak maupun digital. Saran ini diberikan karena selama proses penelitian ditemukan bahwa konsistensi



© 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

penggunaan warna, tipografi, elemen grafis, dan gaya visual mampu memperkuat identitas KBIHU Fajrul Islam serta memberikan kesan yang lebih profesional kepada masyarakat.

2. KBIHU Fajrul Islam disarankan untuk melakukan pembaruan isi informasi dan evaluasi desain media promosi secara berkala sesuai dengan perkembangan layanan, jadwal kegiatan, maupun kebutuhan calon jamaah. Saran ini didasarkan pada hasil testing yang menunjukkan adanya masukan mengenai keterbacaan informasi, penempatan konten, dan alur penyampaian informasi. Selain itu, media sosial seperti Instagram perlu dimanfaatkan secara lebih aktif melalui konten edukasi, dokumentasi kegiatan, informasi layanan, dan testimoni jamaah agar komunikasi dengan masyarakat tetap berjalan secara berkelanjutan.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan perancangan *marketing collateral* dengan menambahkan media promosi lain, seperti *website*, video promosi, atau *motion graphic*, sehingga sistem media promosi KBIHU Fajrul Islam menjadi lebih lengkap dan mampu mengikuti perkembangan media komunikasi. Saran ini diberikan karena penelitian ini masih berfokus pada perancangan media yang terdiri atas brosur, *roll banner*, *banner*, *feed* Instagram, *greeting card*, *ID Card*, dan stiker QR Code, sehingga masih terdapat peluang untuk mengembangkan media promosi lainnya dengan karakteristik dan kebutuhan yang berbeda.



Hak Cipta :

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

- Aliyazzahra, F. (2024, June). Peranan Desain Grafis dalam Komunikasi Visual. *Kompasiana*.
https://www.kompasiana.com/fatihaaliyazzahra/6675270834777c3f3f07c562/peranan-desain-grafis-dalam-komunikasi-visual?lgn_method=google&google_btn=onetap
- Ambrose, G., & Haris, P. (2021). *Grids for Graphic Designers* (3rd ed.). Bloomsbury Publishing, 2021.
- B. Meggs, P., W. Purvis, A., Maxa, S., & Sanders, M. (2025). *Meggs' History of Graphic Design* (7th ed.). John Wiley & Sons, 2025.
[https://books.google.co.id/books?id=2zx5EQAAQBAJ&dq=Meggs,+P.+B.,+%26+Purvis,+A.+W.+\(2016\).+Meggs%E2%80%99+History+of+Graphic+Design.+Wiley.&lr=&source=gbs_navlinks_s](https://books.google.co.id/books?id=2zx5EQAAQBAJ&dq=Meggs,+P.+B.,+%26+Purvis,+A.+W.+(2016).+Meggs%E2%80%99+History+of+Graphic+Design.+Wiley.&lr=&source=gbs_navlinks_s)
- Binus Digital. (2021). *Pengertian, Fungsi Dan Penggunaan Warna CMYK Dan RGB*. <https://binus.ac.id/binus-digital/2021/12/23/pengertian-fungsi-dan-penggunaan-warna-cmyk-dan-rgb/>
- Brigitte, S., & Venessia. (2025). *Perancangan Buku Edukasi Interaktif mengenai Parentifikasi Emosional bagi Orang Tua* [Thesis, Universitas Multimedia Nusantara]. <https://kc.umn.ac.id/id/eprint/37708>
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). Pengaruh Komunikasi Visual Desain Grafis Buku Mizan Terhadap Minat Baca Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.1.53-67>
- Dani, Z. M., & Sukendro, G. G. (2023). Strategi Komunikasi Digital Media Sosial sebagai Media Promosi dan New Branding (Studi Kasus Media Sosial Om Moes). *Kiwari*, 2(3), 493–502. <https://doi.org/10.24912/ki.v2i3.25893>
- Dharma Widya, L. A. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.
- Fahmi, R., Pawelloi, I., Selao, A., & Hastuty, A. (2025). *Aplikasi Penggabungan Warna Menggunakan RGB dan CMYK Berbasis Desktop*. 8 No.2, 92–104. <https://doi.org/10.59061/jsit.v8i2.1153>
- Faisal, Y., Swandi, I. W., & Mudra, I. W. (2024). *Perancangan Identitas Visual dalam Meningkatkan Brand Recognition Peken Senggol Gurat*. 14. <https://ejournal.undiksha.ac.id/index.php/JJPSP/index>
- Gurning, L. R., & Susilowati, M. (2019). Analisa Visual Desain Kemasan Lipstik Creamatte Emina Terkait Segmentasi Pasar. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 3(01), 437–451. <https://doi.org/10.61344/magenta.v3i01.47>
- Gustin, Y. (2023). *Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)*.
- Harsari, Rr. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Judijanto, L., & Putri, R. A. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia, 2024. https://books.google.co.id/books?id=4JIJEQAAQBAJ&dq=warna+desain+grafis&lr=&source=gbs_navlinks_s



Hak Cipta :

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

- Heru, A. (2026). *Perencanaan Desain Grafis di Era Media Sosial: Studi Kasus pada Percetakan Rambah Media Kreatif sebagai Media Promosi* (7748/KOM-D/SD-S1/2026; p. 48). UIN SUSKA RIAU.
- Hidayat, W., Mahmuriyah, R., & Safitri, S. N. R. (2016). Media Visual Berbentuk Katalog Produk Sebagai Media Promosi. *SENSI Journal*, 2(2), 184–197. <https://doi.org/10.33050/sensi.v2i2.752>
- Islam, M. A. (2019). Konsistensi Identitas Visual: Kajian Visual Branding Media Publikasi Borobudur. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 2(2), 105–119. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v2i2.329>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Ks, D. D. Y., Firmasnyah, R. A., & Janati, I. Q. (2024). *Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede*. 8(2). <http://dx.doi.org/10.24127/sss.v8i2.3315>
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Meilinda, A., Hairunnisa, & Sary, K. A. (2018). Analisis Unique Selling Proposition Pada Kegiatan Promosi Rumah Makan Geprek Express. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman*, 6. ejournal.ilkom.fisip-unmul.org
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Natalia, D., & Yoedtadi, M. G. (2020). Strategi Marketing Media Cetak di Era Digital (Studi pada Majalah Sindo Weekly). *Prologia*, 4(2), 411. <https://doi.org/10.24912/pr.v4i2.6730>
- Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen Z* (1st ed.). wawasan Ilmu. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=YO4CEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA38&dq=LAYOUT+Nurdiansyah,+2024&ots=KNr0mmM-Kv&sig=3bPs2wRHg5msfM0PswTEgt4KQrY&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Paperflite. (2019, June). *What Is Marketing Collateral?* <https://www.paperflite.com/blogs/introduction-marketing-collateral>
- Patria, A. S., & Kurniawan, I. W. (2019). *Analisis Layout Buku Tematik Kelas 5 Sekolah Dasar Tema 8. 04*.



Hak Cipta :

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

- Setiawan, H., & Kartono, G. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout, Tipografi, Warna, dan Gambar Pada Sampul Majalah “Dinamika. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 4(1), 321–329. <https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.660>
- Setiyoko, N., & Suminto, M. A. (2024). *Perancangan Brosur sebagai Media Promosi Ekowisata Mangrove Medokan Ayu Surabaya. 11.*
- Shofwan, N. (2024). *Pemanfaatan Bahan Daur Ulang Banner dalam Desain Produk Homeless Shelter* [Institut Teknologi Sains Bandung]. <https://repository.itsb.ac.id/id/eprint/275/>
- Siagian, A. O., Martiwi, R., & Indra, N. (2020). Kemajuan Pemasaran Produk Dalam Memanfaatkan Media Sosial Di Era Digital. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 3(3), 44. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v3i3.4497>
- Tasruddin, R. (2020). Media Konvensional yang Terbarukan *Jurnal Jurnalisa*, 6. https://scholar.google.com/citations?view_op=view_citation&hl=id&user=NGtjwZAAAAAJ&citation_for_view=NGtjwZAAAAAJ:9yKSN-GCB0IC
- Telkom University. (2024). *Pengertian Dan Fungsi Desain Grafis*. <https://bvcd.telkomuniversity.ac.id/pengertian-dan-fungsi-desain-grafis/>
- Timothy, Y. B. V., & Dermawan, R. (2024). *Penggunaan Banner untuk Peningkatan Kesadaran Merek Pada UMKM Bakoel Kue Medokan Ayu Kota Surabaya. 5.* <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2601>
- Wibowo, Y., Yulianto, A., & Putri, C. H. B. (2026). *Analisis Representasi Identitas Budaya Lokal pada Environmental Graphic Design Pasar Dhoplang. 5 No.1.* <https://jurnal.usahidsolo.ac.id/index.php/JATIV/article/view/2227>
- Wijaya, I. O. R., & Kristiyono, J. (2024). *Strategi komunikasi pemasaran menggunakan media luar ruang pada CV A&A Real Estate sebagai keputusan pembeli. 4(1).*
- Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Yayasan Prima Agus Teknik.

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 1

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

WAWANCARA 1

Tanggal Wawancara : 4 Februari 2026
Tempat : Kantor KBIHU Fajrul Islam
Metode : Wawancara langsung (tatap muka)
Narasumber : Bapak ustad Dedi Supriyadi (Owner)
Pewawancara : Muhammad Pasa Aviandra

Pasa :

Sebelumnya perkenalkan Pak, **nama** saya Muhammad Pasa Aviandra, biasa dipanggil Pasa. Saya mahasiswa dari Politeknik Negeri Jakarta jurusan Desain Grafis. Saat ini saya sedang melakukan penelitian terkait perancangan media promosi untuk KBIHU Fajrul Islam.

Owner :

Oh iya, dari kampus ya. Ini kebutuhannya untuk apa ya?

Pasa :

Iya Pak, jadi penelitian ini nantinya akan digunakan sebagai dasar untuk merancang media promosi KBIHU Fajrul Islam, supaya bisa lebih sesuai dengan kebutuhan.

Owner :

Oh begitu, berarti nanti untuk pengembangan promosi ya.

Pasa :

Iya Pak, betul. Jadi saya ingin memahami dulu kondisi KBIHU saat ini.

Pasa :

Kalau boleh tahu, Bapak biasa dipanggil siapa ya Pak?

Owner :

Saya Dedi, biasa dipanggil Pak Dedi.

Pasa :

Baik Pak Dedi, mungkin langsung ke pertanyaan ya Pak supaya tidak terlalu mengganggu waktu. Bisa diceritakan awal mula berdirinya KBIHU Fajrul Islam?

Owner :

Awalnya kami ingin membantu calon jamaah supaya lebih siap dalam menjalankan ibadah haji, terutama dari segi pemahaman. Jadi bukan hanya berangkat, tapi juga benar-benar paham tata cara ibadahnya sesuai tuntunan.

Pasa :



© 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

Kalau untuk layanan yang diberikan di KBIHU Fajrul Islam apa saja ya Pak?

Owner :

Layanannya ada bimbingan manasik haji, kemudian pendampingan saat di tanah suci, dan juga pembekalan sebelum keberangkatan supaya jamaah lebih siap.

Pasa :

Untuk sistem bimbingan manasiknya seperti apa Pak?

Owner :

Manasik dilakukan sekitar 15 kali pertemuan. Biasanya dibagi dalam kelompok supaya lebih efektif dan jamaah juga lebih mudah memahami materinya.

Pasa :

Menurut Bapak, apa keunggulan KBIHU Fajrul Islam dibandingkan KBIHU lainnya?

Owner :

Keunggulannya di pendampingan, kami berusaha lebih dekat dengan jamaah. Selain itu, saya juga ikut langsung dalam proses bimbingan, jadi jamaah merasa lebih diperhatikan.

Pasa :

Kalau dari segi biaya bagaimana Pak?

Owner :

Kami usahakan tetap terjangkau, tapi tetap dengan layanan yang cukup lengkap supaya bisa menjangkau lebih banyak calon jamaah.

Pasa :

Untuk media promosi yang digunakan saat ini, apakah sudah maksimal menurut Bapak?

Owner :

Kalau dibilang maksimal sih belum ya. Masih sederhana, dan dari segi tampilan juga belum terlalu konsisten.

Pasa :

Berarti memang masih ada kendala di penyampaian informasinya ya Pak?

Owner :

Iya, informasinya sebenarnya ada, tapi belum tersusun dengan baik, jadi kadang kurang jelas untuk calon jamaah.

Pasa :

Kalau untuk ke depannya, harapan Bapak terhadap media promosi seperti apa?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Owner :

Harapannya bisa lebih jelas dalam menyampaikan informasi, tampilannya juga lebih rapi dan menarik, jadi orang lebih percaya dan tertarik untuk bergabung.

Pasa :

Baik Pak, terima kasih banyak atas waktunya.

Owner:

Iya, sama-sama. Semangat ya. Nanti kalau ada keperluan lain atau butuh data tambahan, bisa langsung hubungi staff saya saja ya.

WAWANCARA 2

Metode

: By Chat Whatsapp

Narasumber

: Mas Imam (tim multimedia KBIHU FAIS)

Pewawancara

: Muhammad Pasa Aviandra

Pasa :

Assalamualaikum Mas Imam, ini Pasa yang kemarin sempat datang ke KBIHU Fajrul Islam. Izin tanya-tanya sedikit ya Mas terkait kebutuhan media promosi.

Imam :

Waalaikumsalam, iya Pasa silakan.

Pasa :

Kalau untuk media promosi yang sudah ada sekarang apa saja ya Mas?

Imam :

Kalau sekarang sih masih sederhana ya, paling brosur sama dari jamaah ke jamaah.

Pasa :

Berarti lebih ke word of mouth ya Mas?

Imam :

Iya, masih banyak dari rekomendasi jamaah sebelumnya.

Pasa :

Kalau untuk media lain seperti merchandise seperti stiker, ataupun kartu ucapan sudah ada belum Mas?

Imam :



© 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

Untuk itu sih belum ada ya Pasa, akan menarik jika dibuat tuh, buat apresiasi atau rasa syukur buat para jamaah yang mau berangkat.

Pasa :

Kalau untuk banner atau media visual saat kegiatan manasik gimana Mas?

Imam :

Ada sih, tapi masih seadanya. Belum yang didesain khusus.

Pasa :

Kalau misalnya nanti dibuat media promosi, kira-kira apa saja yang dibutuhkan Mas?

Imam :

Mungkin brosur yang lebih jelas, terus roll banner juga buat kegiatan. Misalnya buat penyambutan jamaah saat manasik.

Pasa :

Oh berarti untuk kegiatan offline juga butuh media visual ya Mas?

Imam :

Iya, biar lebih rapi dan kelihatan lebih profesional.

Pasa :

Kalau untuk kompetitor, biasanya KBIHU lain yang jadi perbandingan siapa saja ya Mas?

Imam :

Biasanya ada beberapa, salah satunya Daarut Tauhiid, sama KBIHU lain di sekitar Jakarta.

Pasa :

Kalau menurut Mas Imam, keunggulan KBIHU Fajrul Islam dibanding yang lain apa ya?

Imam :

Kalau di sini lebih ke pendekatan ke jamaah sih Pasa. Lebih dekat, dibimbing langsung, jadi jamaah lebih diperhatikan.

Pasa :

Berarti lebih ke pelayanan dan kedekatan ya Mas?

Imam :

Iya, sama biayanya juga relatif lebih terjangkau.

Pasa :



© 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

Kalau dari segi penyampaian informasi ke calon jamaah, sekarang masih ada kendala nggak Mas?

Imam :

Masih ada sih, karena belum ada media yang benar-benar terstruktur. Jadi kadang informasinya belum tersampaikan dengan jelas.

Pasa :

Berarti memang perlu media yang lebih jelas dan konsisten ya Mas?

Imam :

Iya betul, biar orang juga lebih gampang paham.

Pasa :

Siap Mas, terima kasih banyak atas informasinya.

Imam :

Iya Pasa, sama-sama.

Wawancara Testing
Responden 1

Nama Responden : Pak Ponco

Usia : 44 Tahun



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, media apa yang pertama kali menarik perhatian Bapak?

A: Yang paling pertama saya lihat adalah brosurnya, terutama gambar Ka'bah di bagian cover. Gambarnya cukup besar sehingga langsung menjadi pusat perhatian dan membuat saya tertarik untuk melihat lebih lanjut.

Q: Saat pertama melihat cover brosur, apa yang Bapak pahami mengenai isi media tersebut?

A: Awalnya saya mengira ini merupakan brosur travel haji yang menawarkan paket perjalanan. Setelah membaca judul dan isi informasinya, baru saya



© 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

memahami bahwa media ini berisi informasi mengenai layanan bimbingan ibadah haji dan umrah dari KBIHU Fajrul Islam.

Q: Menurut Bapak, apakah informasi yang terdapat pada brosur sudah mudah dipahami?

A: Menurut saya sudah cukup jelas. Informasinya tersusun dengan baik mulai dari penjelasan mengenai KBIHU, layanan yang diberikan, hingga informasi kontak, sehingga pembaca dapat memahami isi brosur dengan mudah.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai tampilan visual pada brosur, seperti penggunaan warna, tipografi, dan fotografi?

A: Saya rasa tampilannya sudah bagus. Warna hijau yang dipadukan dengan warna krem memberikan nuansa Islami. Penggunaan foto Ka'bah juga sesuai dengan tema sehingga desain terlihat rapi dan profesional.

Q: Selain brosur, saya juga merancang media pendukung seperti banner, roll banner, greeting card, ID Card, dan stiker QR Code. Bagaimana pendapat Bapak mengenai keseluruhan media tersebut?

A: Menurut saya desain semua medianya sudah konsisten. Penggunaan warna, logo, dan elemen visualnya sama sehingga terlihat memiliki identitas yang seragam. Kalau semua media ini digunakan bersamaan, orang akan lebih mudah mengenali KBIHU Fajrul Islam.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai desain banner dan roll banner?

A: Sudah cukup baik. Informasi utama masih mudah dibaca dari jarak tertentu, tampilannya juga sederhana sehingga tidak terlalu ramai. Menurut saya media ini sudah cocok digunakan sebagai media promosi di kantor maupun saat kegiatan.

Q: Bagaimana menurut Bapak mengenai greeting card yang nantinya diberikan kepada jamaah?

A: Menurut saya idenya bagus. Selain sebagai ucapan, kartu tersebut juga bisa memberikan kesan yang lebih personal kepada jamaah. Desainnya juga terlihat elegan dan masih sesuai dengan identitas KBIHU.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai desain ID Card dan stiker QR Code?

A: ID Card sudah terlihat formal dan mudah dikenali sebagai identitas panitia atau pengurus. Untuk stiker QR Code juga cukup menarik karena memudahkan masyarakat mengakses media sosial atau informasi KBIHU hanya dengan memindai kode QR.

Hak Cipta :

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

Q: Apakah ada bagian dari seluruh media yang menurut Bapak masih perlu diperbaiki?

A: Ada sedikit masukan. Tulisan "Hubungi Kami" pada cover brosur menurut saya masih terlalu kecil sehingga kurang terlihat. Akan lebih baik jika ukurannya diperbesar supaya informasi kontak lebih mudah ditemukan oleh calon jamaah.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana pendapat Bapak terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan saya menilai desainnya sudah baik. Visualnya menarik, informasinya jelas, dan identitas KBIHU sudah terlihat konsisten di setiap media. Hanya perlu sedikit penyempurnaan pada bagian informasi kontak di cover brosur agar lebih menonjol.

Responden 2

Nama Responden: Pak Amin

Usia: 48 Tahun



Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, media apa yang pertama kali menarik perhatian Bapak?

A: Yang pertama saya lihat juga gambar Ka'bah di cover brosur. Gambarnya cukup dominan, jadi langsung menarik perhatian saya untuk melihat isi media promosi ini.

Q: Apa yang Bapak pahami ketika pertama kali melihat brosur tersebut?

A: Awalnya saya mengira ini berkaitan dengan travel haji. Setelah membaca judul dan beberapa informasi yang ada di dalamnya, baru saya memahami bahwa media ini menjelaskan layanan bimbingan ibadah haji dan umrah dari KBIHU Fajrul Islam.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai tampilan visual secara keseluruhan?

A: Menurut saya tampilannya sudah bagus dan terlihat profesional. Pemilihan warna hijau yang dipadukan dengan warna krem memberikan kesan Islami 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

sesuai dengan tema haji serta umrah. Desainnya juga terlihat rapi dan nyaman dilihat.

Q: Apakah informasi yang disampaikan pada brosur sudah mudah dipahami?

A: Sudah. Informasi yang disampaikan cukup jelas dan tersusun dengan baik sehingga pembaca bisa memahami layanan yang diberikan oleh KBIHU Fajrul Islam.

Q: Selain brosur, bagaimana pendapat Bapak mengenai media pendukung seperti banner, roll banner, greeting card, ID Card, dan stiker QR Code?

A: Menurut saya semuanya sudah saling mendukung. Desain antar media terlihat konsisten, mulai dari penggunaan warna, logo, sampai elemen visualnya. Jadi identitas KBIHU Fajrul Islam terlihat lebih kuat ketika semua media digunakan bersamaan.

Q: Menurut Bapak, media mana yang paling menarik selain brosur?

A: Saya cukup tertarik dengan banner dan roll banner. Informasi utamanya mudah terlihat dan tampilannya sederhana tetapi tetap profesional. Greeting card juga bagus karena memberikan kesan lebih dekat kepada jamaah.

Q: Apakah ada media yang menurut Bapak masih perlu diperbaiki?

A: Ada sedikit pada desain ID Card. Saya melihat beberapa tulisan atau elemen desain posisinya terlalu dekat dengan tepi kartu. Kalau nanti dipasang ke dalam casing, ada kemungkinan sebagian tampilannya tertutup.

Q: Menurut Bapak, bagaimana sebaiknya bagian tersebut diperbaiki?

A: Sebaiknya semua elemen, terutama tulisan, diberikan jarak yang lebih aman dari tepi kartu supaya saat dicetak dan dimasukkan ke casing tidak ada bagian yang terpotong atau tertutup.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaian Bapak terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan saya menilai hasil desainnya sudah baik. Visualnya profesional, pemilihan warna sudah sesuai dengan identitas Islami, dan setiap media memiliki desain yang konsisten. Hanya perlu sedikit penyesuaian pada margin ID Card agar hasil akhirnya lebih maksimal.



© 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

Responden 3

Nama Responden: Pak Supri

Usia: 44 Tahun



Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, media apa yang pertama kali menarik perhatian Bapak?

A: Yang pertama saya lihat tetap brosurnya, terutama gambar Ka'bah di bagian depan. Dari situ langsung terasa kalau media ini berkaitan dengan ibadah haji atau umrah.

Q: Saat pertama kali melihat brosur, apa yang Bapak pahami mengenai isi media tersebut?

A: Awalnya saya belum langsung tahu kalau ini tentang layanan bimbingan haji dan umrah. Saya baru paham setelah membaca judul dan informasi yang ada di dalam brosur.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai pemilihan warna dan elemen visual yang digunakan?

A: Menurut saya sudah cocok. Warna yang dipilih memberikan kesan Islami, kemudian elemen-elemen visual seperti foto dan ornamen yang digunakan juga mendukung suasana haji dan umrah. Jadi secara tampilan sudah sesuai dengan identitas KBIHU.

Q: Apakah informasi yang terdapat pada brosur sudah mudah dipahami?

A: Iya, informasinya cukup jelas. Setelah dibaca, saya bisa memahami layanan yang ditawarkan oleh KBIHU Fajrul Islam dan apa saja yang menjadi keunggulannya.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai media pendukung lainnya seperti banner, roll banner, greeting card, ID Card, dan stiker QR Code?



© 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

A: Menurut saya semuanya sudah memiliki desain yang konsisten. Penggunaan warna, logo, dan gaya visualnya seragam sehingga identitas KBIHU terlihat lebih kuat. Masing-masing media juga sudah sesuai dengan fungsinya.

Q: Dari seluruh media tersebut, apakah ada yang menurut Bapak paling menarik?

A: Saya cukup suka dengan banner dan roll banner karena tampilannya sederhana tetapi informasinya mudah dilihat. Greeting card-nya juga bagus karena memberikan kesan yang lebih personal kepada jamaah.

Q: Apakah ada bagian yang menurut Bapak masih perlu diperbaiki?

A: Ada sedikit masukan untuk brosurnya. Menurut saya jumlah teks yang ditampilkan cukup banyak sehingga terlihat cukup padat ketika pertama kali dibuka.

Q: Apakah menurut Bapak jumlah teks tersebut mengganggu kenyamanan membaca?

A: Sebenarnya tidak terlalu mengganggu. Saya memahami kalau brosur memang dibuat untuk memberikan informasi yang lengkap kepada calon jamaah, jadi wajar kalau isi teksnya lebih banyak dibanding media promosi lainnya. Mungkin ke depannya hanya bisa dibuat sedikit lebih ringkas atau diberi pembagian ruang yang lebih longgar supaya lebih nyaman dibaca.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaian Bapak terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan menurut saya hasil desainnya sudah baik. Pemilihan warna, elemen visual, dan identitas Islaminya sudah terasa. Informasi yang disampaikan juga jelas, hanya saja isi teks pada brosur bisa sedikit diringkas atau diatur kembali agar tampilannya tidak terlalu padat.

Hak Cipta :

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

Responden 4

Nama Responden: Daska

Usia: 23 Tahun



Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, bagaimana kesan pertama kamu terhadap desain yang dibuat?

A: Kesan pertama saya cukup bagus. Secara visual sudah terlihat profesional dan identitas KBIHU Fajrul Islam sudah cukup terasa melalui penggunaan warna, fotografi, dan elemen grafis yang konsisten di setiap media.

Q: Bagaimana pendapat kamu mengenai pemilihan warna, elemen desain, dan fotografi yang digunakan?

A: Menurut saya sudah tepat. Kombinasi warna hijau dan krem memberikan nuansa Islami tanpa terlihat berlebihan. Penggunaan foto Ka'bah juga relevan dengan tema haji dan umrah, sedangkan elemen grafis pendukungnya masih terlihat bersih sehingga desain tidak terasa penuh.

Q: Apakah informasi yang terdapat pada brosur sudah mudah dipahami?

A: Dari isi informasinya sudah jelas. Pembaca dapat memahami layanan yang ditawarkan setelah membaca isi brosur. Hanya saja menurut saya penyusunan alur informasinya masih bisa dibuat lebih baik.

Q: Bagian mana yang menurut kamu masih perlu diperbaiki?

A: Yang paling saya perhatikan adalah urutan panel pada brosur. Saat pertama kali dibuka, saya sempat merasa alur bacanya kurang mengalir sehingga harus mencari dulu informasi utama yang ingin dibaca.

Q: Menurut kamu, bagaimana sebaiknya alur panel tersebut diatur?

A: Menurut saya panel yang berisi "Hubungi Kami" sebaiknya ditempatkan di bagian luar atau panel belakang karena informasi tersebut biasanya dibaca setelah orang memahami isi brosur. Sementara itu, profil KBIHU atau penjelasan

Hak Cipta :

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

mengenai layanan bimbingan lebih baik ditempatkan pada panel bagian dalam sebagai informasi utama. Dengan begitu alur membaca akan terasa lebih natural.

Q: Bagaimana pendapat kamu mengenai media pendukung lainnya seperti banner, roll banner, greeting card, ID Card, dan stiker QR Code?

A: Menurut saya semuanya sudah konsisten. Visual antar media memiliki identitas yang sama sehingga terlihat sebagai satu kesatuan marketing collateral. Banner dan roll banner mudah dikenali dari kejauhan, sedangkan greeting card, ID Card, dan stiker QR Code juga sudah sesuai dengan fungsi masing-masing.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaian kamu terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan desainnya sudah baik. Dari sisi visual saya tidak menemukan masalah yang berarti karena pemilihan warna, elemen desain, tipografi, dan fotografi sudah sesuai. Masukan utama saya hanya pada information flow di brosur agar urutan panel lebih mudah dipahami oleh pembaca saat pertama kali membuka brosur.

Responden 5



Nama Responden: Danang
Usia: 23 Tahun

Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, bagaimana kesan pertama kamu?

A: Kesan pertama saya desainnya bersih dan profesional. Identitas KBIHU langsung terasa karena penggunaan warna hijau, foto Ka'bah, dan elemen grafisnya konsisten di semua media.

Q: Sebagai orang yang cukup aktif menggunakan media sosial, menurutmu apakah desain ini cukup menarik perhatian?

**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

A: Menurut saya cukup menarik. Kalau saya melihat desain seperti ini di Instagram atau Facebook, saya kemungkinan akan berhenti sebentar untuk membaca karena visualnya rapi dan tidak terlihat asal dibuat.

Q: Menurut kamu, media mana yang paling efektif untuk menarik perhatian calon jamaah?

A: Saya rasa yang paling efektif tetap brosur dan roll banner. Brosur menjelaskan informasi secara lengkap, sedangkan roll banner cocok untuk menarik perhatian saat ada kegiatan atau di area kantor.

Q: Bagaimana pendapatmu mengenai pemilihan warna, tipografi, dan fotografi?

A: Sudah sesuai. Warna hijau memberi kesan Islami dan terpercaya, tipografinya mudah dibaca, sedangkan foto-fotonya mendukung isi informasi. Jadi secara visual sudah konsisten.

Q: Apakah informasi pada brosur sudah mudah dipahami?

A: Iya, informasinya jelas. Saya bisa memahami layanan yang diberikan KBIHU setelah membaca isi brosur. Urutan informasinya juga cukup runtut.

Q: Menurutmu bagaimana desain media pendukung seperti greeting card, ID Card, banner, dan stiker QR Code?

A: Menurut saya semuanya saling mendukung. Desainnya memiliki gaya yang sama sehingga terlihat sebagai satu identitas. Saya paling suka stiker QR Code karena sekarang orang lebih sering mencari informasi lewat ponsel daripada mengetik alamat atau mencari akun secara manual.

Q: Kalau dari sudut pandang pengguna media sosial, adakah yang bisa ditingkatkan?

A: Mungkin QR Code bisa dibuat sedikit lebih menonjol atau ditambahkan ajakan seperti "Scan untuk informasi lengkap" supaya orang langsung tahu fungsinya. Selain itu, akun media sosial KBIHU juga sebaiknya dicantumkan lebih jelas agar pengunjung bisa mengikuti informasi terbaru.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaianmu terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Menurut saya hasilnya sudah baik. Visualnya konsisten, informasinya jelas, dan identitas KBIHU sudah terlihat. Kalau media-media ini dipadukan dengan promosi melalui media sosial, menurut saya jangkauannya akan lebih luas, terutama untuk calon jamaah yang lebih muda atau anggota keluarga yang membantu mencari informasi.



© 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

Responden 6



Nama Responden: Gibran

Usia: 22 Tahun

Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, apa kesan pertama kamu?

A: Kesan pertama saya desainnya terlihat rapi dan konsisten. Dari awal sudah terlihat kalau semua media dibuat dalam satu konsep yang sama, jadi identitas KBIHU Fajrul Islam cukup mudah dikenali.

Q: Menurut kamu, bagaimana pemilihan warna dan elemen visual yang digunakan?

A: Saya suka pemilihan warnanya. Kombinasi hijau, krem, dan putih terasa nyaman dilihat dan memberikan kesan Islami tanpa terlihat terlalu ramai. Foto-foto yang digunakan juga mendukung isi informasinya.

Q: Bagaimana pendapat kamu mengenai penyampaian informasi pada brosur?

A: Informasinya cukup lengkap dan mudah dipahami. Saya bisa mengetahui layanan yang ditawarkan KBIHU setelah membaca brosur dari awal sampai akhir. Susunan informasinya juga sudah runtut.

Q: Apakah ada bagian dari brosur yang menurut kamu masih bisa ditingkatkan?

A: Menurut saya ada beberapa bagian yang masih bisa dibuat lebih nyaman dibaca. Misalnya ukuran judul dan isi teks bisa dibuat lebih kontras supaya pembaca langsung tahu mana informasi yang paling penting. Selain itu, beberapa bagian bisa diberi sedikit ruang kosong agar tampilannya tidak terasa terlalu padat.

Q: Dari seluruh media yang dirancang, media mana yang paling menarik menurut kamu?

Hak Cipta :

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

A: Saya justru paling tertarik dengan greeting card. Menurut saya media seperti itu cukup menarik karena bisa memberikan kesan yang lebih personal kepada jamaah. Selain itu, desainnya juga tetap konsisten dengan media yang lain.

Q: Bagaimana pendapat kamu mengenai media pendukung lainnya seperti banner, roll banner, ID Card, dan stiker QR Code?

A: Menurut saya semuanya sudah sesuai dengan fungsinya. Banner dan roll banner mudah dikenali dari kejauhan, ID Card terlihat sederhana tetapi jelas sebagai identitas pengurus, sedangkan stiker QR Code mempermudah masyarakat untuk mengakses informasi secara praktis.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaian kamu terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan menurut saya hasil perancangannya sudah baik. Identitas visualnya konsisten, informasi yang disampaikan mudah dipahami, dan setiap media memiliki fungsi yang jelas. Hanya ada sedikit penyempurnaan pada pengaturan hierarki teks dan ruang antar elemen supaya brosur menjadi lebih nyaman dibaca.

Responden 7



Nama Responden: Ibu Iis
Usia: 55 Tahun

Q: Setelah melihat semua media yang saya buat, media mana yang paling ingin Ibu lihat lebih dulu?

A: Saya langsung mengambil brosurnya. Kalau saya mencari informasi biasanya lebih suka membaca brosur karena isinya lebih lengkap dibanding media lainnya.

Q: Kenapa Ibu lebih memilih membaca brosur?

A: Karena saya ingin tahu dulu lembaganya seperti apa, apa saja programnya, siapa pembimbingnya, dan bagaimana cara mendaftarnya. Kalau sudah jelas baru saya merasa lebih yakin.



© 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

Q: Apakah informasi yang ada di brosur sudah menjawab hal-hal tersebut?

A: Menurut saya sudah. Saya bisa mengetahui layanan yang diberikan, fasilitas jamaah, sampai nomor yang bisa dihubungi. Jadi tidak perlu banyak bertanya lagi.

Q: Saat membaca brosur, apakah ada bagian yang menurut Ibu kurang nyaman?

A: Ada sedikit. Beberapa tulisan menurut saya agak kecil. Saya masih bisa membacanya, tetapi kalau ukurannya sedikit diperbesar mungkin akan lebih nyaman, terutama untuk orang yang usianya sudah di atas lima puluh tahun.

Q: Bagaimana pendapat Ibu tentang banner dan roll banner?

A: Saya rasa sudah bagus untuk dipasang di depan kantor atau saat ada kegiatan. Tulisan utamanya terlihat jelas, jadi orang yang lewat bisa langsung tahu kalau itu tempat bimbingan haji dan umrah.

Q: Saya juga membuat greeting card untuk jamaah. Menurut Ibu bagaimana?

A: Saya suka idenya. Kartu seperti itu memang sederhana, tetapi membuat jamaah merasa lebih diperhatikan. Apalagi kalau diberikan saat keberangkatan atau setelah selesai ibadah.

Q: Kalau melihat keseluruhan media yang ada, apakah menurut Ibu KBIHU ini terlihat meyakinkan?

A: Menurut saya iya. Desainnya rapi, warnanya seragam, dan informasinya juga lengkap. Kesan yang saya dapat adalah lembaga ini dikelola dengan baik.

Q: Kalau Ibu sedang mencari tempat bimbingan haji, apakah media seperti ini bisa membantu dalam mengambil keputusan?

A: Bisa. Paling tidak saya jadi tertarik untuk datang ke kantornya atau menghubungi nomor yang ada di brosur untuk bertanya lebih lanjut.

Q: Apakah masih ada masukan yang ingin Ibu sampaikan?

A: Selain ukuran tulisan yang bisa diperbesar sedikit, menurut saya sudah tidak ada. Yang penting informasi yang penting tetap mudah ditemukan.



© 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

Responden 8

Nama Responden: Bapak Hendra

Usia: 50 Tahun

Q: Setelah melihat seluruh media marketing collateral KBIHU Fajrul Islam, bagaimana kesan pertama Bapak?

A: Kesan pertama saya desainnya terlihat rapi dan seragam. Dari awal sudah terlihat kalau semua media ini berasal dari satu lembaga yang sama karena penggunaan warna dan logonya konsisten.

Q: Menurut Bapak, apakah identitas KBIHU Fajrul Islam sudah terlihat melalui media-media tersebut?

A: Menurut saya sudah. Warna hijau yang dipakai hampir di semua media membuat identitasnya mudah dikenali. Ditambah penggunaan foto Ka'bah dan elemen Islami, orang bisa langsung menghubungkannya dengan layanan haji dan umrah.

Q: Dari seluruh media yang ditampilkan, media mana yang menurut Bapak paling efektif untuk memperkenalkan KBIHU kepada masyarakat?

A: Saya rasa kombinasi banner dan brosur. Banner berfungsi menarik perhatian orang dari jauh, sedangkan brosur memberikan penjelasan yang lebih lengkap. Kalau keduanya digunakan bersamaan, menurut saya sudah cukup efektif.

Q: Bagaimana pendapat Bapak mengenai media pendukung seperti greeting card, ID Card, dan stiker QR Code?

A: Menurut saya media pendukungnya sudah melengkapi. Greeting card memberi kesan bahwa KBIHU memperhatikan jamaahnya. ID Card membuat pengurus terlihat lebih profesional saat kegiatan berlangsung. Stiker QR Code juga memudahkan masyarakat mencari informasi tanpa harus mengetik alamat media sosial.

Q: Apakah menurut Bapak penggunaan media-media tersebut dapat meningkatkan citra KBIHU Fajrul Islam?

A: Iya, saya rasa bisa. Ketika semua media memiliki desain yang sama, masyarakat akan lebih mudah mengenali dan mengingat KBIHU. Hal seperti ini juga membuat lembaga terlihat lebih profesional.

Q: Apakah ada bagian yang menurut Bapak masih bisa disempurnakan?



© 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

A: Mungkin pada beberapa media, informasi kontak bisa dibuat sedikit lebih menonjol supaya lebih cepat terlihat oleh orang yang baru pertama kali melihat desainnya.

Q: Secara keseluruhan, bagaimana penilaian Bapak terhadap hasil perancangan marketing collateral KBIHU Fajrul Islam?

A: Secara keseluruhan menurut saya hasilnya sudah baik. Desainnya konsisten, mudah dikenali, dan masing-masing media memiliki fungsi yang saling mendukung. Kalau diterapkan secara bersamaan, saya yakin media-media ini dapat membantu memperkuat identitas KBIHU Fajrul Islam di mata masyarakat.



LAMPIRAN 2

HASIL SURVEI KUESIONER GOOGLE FORM



© 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 :

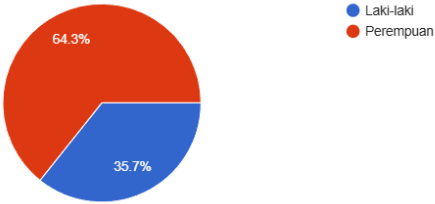
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

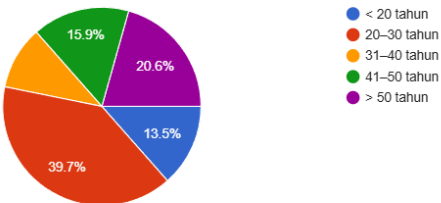
Jenis Kelamin:
126 responses

[Copy chart](#)



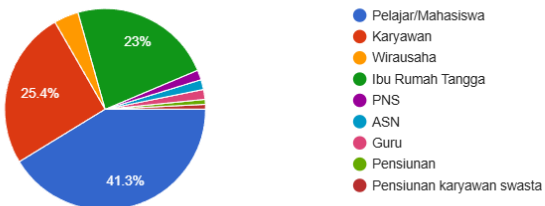
Usia:
126 responses

[Copy chart](#)



Pekerjaan:
126 responses

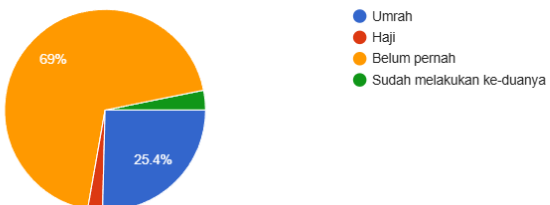
[Copy chart](#)



Apakah Anda pernah melaksanakan:

[Copy chart](#)

126 responses





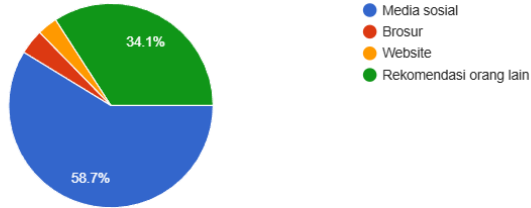
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

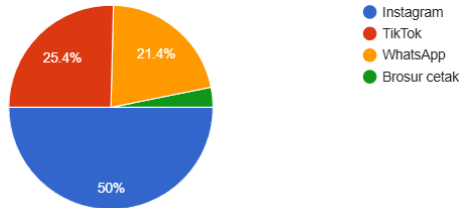
Dari mana Anda biasanya mendapatkan informasi tentang haji/umrah?

126 responses



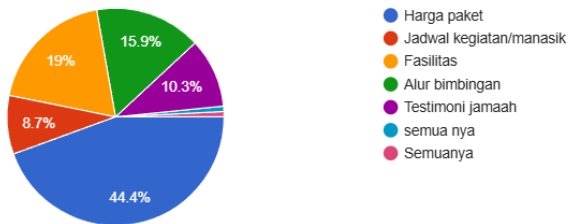
Media apa yang paling sering Anda perhatikan?

126 responses



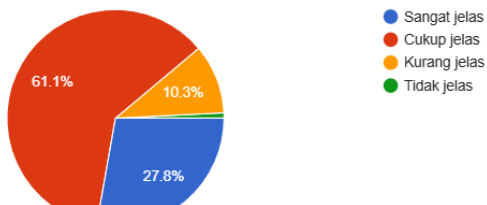
Informasi apa yang paling Anda butuhkan dari KBIHU?

126 responses



Menurut Anda, apakah informasi dari KBIHU yang anda ketahui saat ini sudah jelas?

126 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

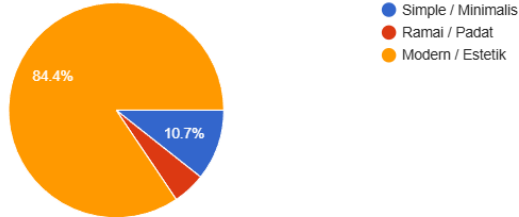
Hak Cipta :

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

Menurut Anda, desain mana yang lebih menarik?

122 responses

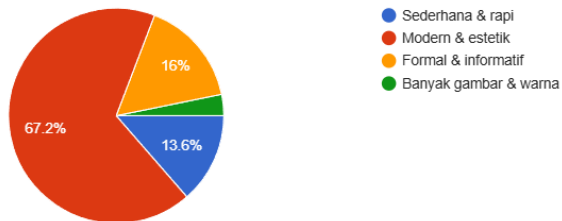
Copy chart



Desain seperti apa yang Anda sukai?

125 responses

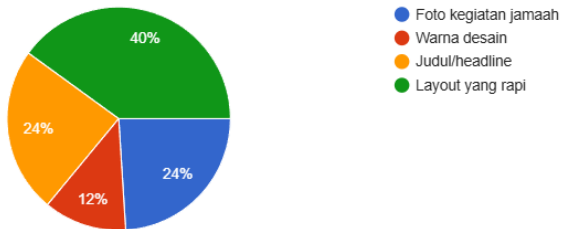
Copy chart



Elemen mana yang paling menarik perhatian Anda?

125 responses

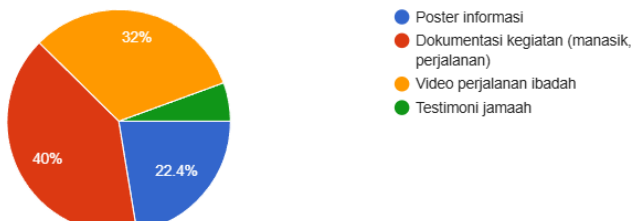
Copy chart



Anda lebih tertarik pada jenis konten

125 responses

Copy chart





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

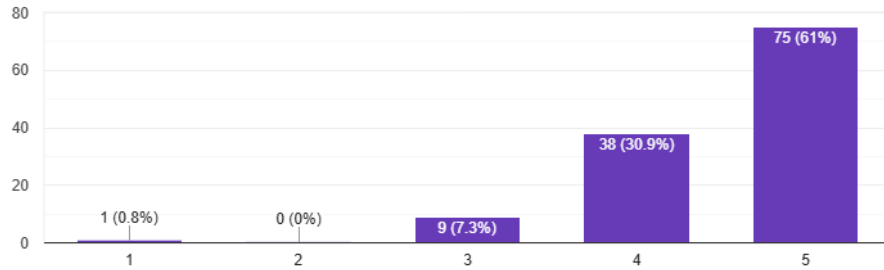
Hak Cipta :

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

Seberapa penting tampilan visual dalam memilih KBIHU?

[Copy chart](#)

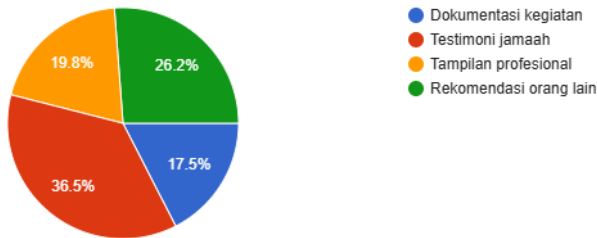
123 responses



Apa yang membuat Anda percaya pada sebuah KBIHU?

[Copy chart](#)

126 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

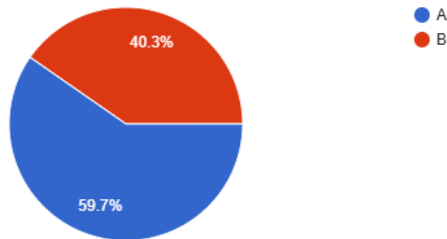
Hak Cipta :

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

Dari beberapa tampilan berikut, mana yang terlihat lebih terpercaya?

Copy chart

124 responses



Menurut Anda, apa kekurangan media promosi KBIHU saat ini?

109 responses

kurang menarik dan terkesan monoton, penggunaan konten yang terlalu bertokus pada informasi tanpa adanya pendekatan emosional, serta pemanfaatan media digital yang belum maksimal. Selain itu, kurangnya testimoni jamaah dan konsistensi dalam branding juga membuat promosi KBIHU belum sepenuhnya mampu menarik perhatian dan membangun kepercayaan calon jamaah.

jarang muncul di fyp

cukup

Banyak nya hal yang tidak sesuai fakta dr promosi yang ditawarkan

Sarana Prasarana dan SDM

Desain atau konten seperti apa yang Anda harapkan dari KBIHU?

111 responses

konten terkait fasilitas dan arahan kegiatan dari cara doa dan sollat disana sii menurutkuu

konten yang moderen tampilan visualnya

Saya mengharapkan KBIHU dapat menyajikan desain yang lebih modern, rapi, dan menarik secara visual, dengan penggunaan warna yang selaras dan tidak terlalu banyak teks. Dari sisi konten, diharapkan lebih variatif dan komunikatif, seperti menghadirkan storytelling pengalaman jamaah, konten edukatif seputar haji dan umrah, serta memanfaatkan format digital seperti video pendek di media sosial. Selain itu, konten yang bersifat humanis, informatif, dan dilengkapi dengan testimoni nyata akan lebih mampu membangun kedekatan serta kepercayaan masyarakat.

informasi dan gambaran kegiatan yang jelas

modern dan aesthetic

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI TESTING



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN 4

LOGBOOK BIMBINGAN TA



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

As	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Bab 1 Pendahuluan	February 12, 2026	1. Pengarahan Tugas Akhir 2. Perbaikan outline untuk penambahan media nya yang lebih kompleks	1. Mulai mengerjakan BAB 1	
Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 1 Pendahuluan	February 20, 2026	Pengarahan isi panduan dari BAB 1	melanjutkan mengerjakan latar belakang	
Bimbingan ke-3	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori	Bab 2 Landasan Perancangan	February 26, 2026	pembahasan Media promosi langsung saja ke jenis media promosi, dan satukan subbab fungsi media promosi jadi 1 paragraf dengan subbab media promosi, setelah itu marketing collateral	revisi bab 2 kerangka teori pembahasan tentang media promosi, satukan subbab fungsi media promosi jadi 1 paragraf dengan subbab media promosi, setelah itu marketing collateral	
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori	Bab 2 Landasan Perancangan	March 12, 2026	merapihkan dan menyusun kerangka teori di bagian 2.3 desain grafis 2.3.1 warna, tipografi, gambar, dan layout serta prinsip desain dan sertakan gambar juga buat di kerangka teori	merapihkan dan menyusun kerangka teori di bagian 2.3 desain grafis 2.3.1 warna, tipografi, gambar, dan layout serta prinsip desain	
Bimbingan ke-5	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian	Bab 3 Metode Perancangan	March 19, 2026	di bagian definie tambahkan juga point arahan kreatif.	menambahkan penjelasan arahan kreatif di bagian metode perancangan design thinking	
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Product Knowledge	Bab 3 Metode Perancangan	April 9, 2026	tambahkan lagi lebih detail tentang product knowledge	menambahkan lagi keunggulan pada product knowledge	
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT	Bab 3 Metode Perancangan	April 14, 2026	perbaiki strateginya dengan mention dari masing masing STRENGTH/OPPORTUNITY/WEAKNESS/THREAT	memperbaiki strategi SO WO ST WT	
Bimbingan ke-8	BAB 4		BAB 4	May 26, 2026	Membuat konsep visual dan mindmap	menentukan keyword untuk jadikan acuan pembuatan moodboard, sesuai key message dan tone and manner kreatif brief	
Bimbingan ke-9	BAB 4		BAB 4	June 4, 2026	membuat moodboard	membuat moodboard	
Bimbingan ke-10	BAB 4		BAB 4	June 11, 2026	melanjutkan ke pembuatan sketsa 5 alternatif brosur	membuat 5 alternatif sketsa manual brosur	
Bimbingan ke-11	BAB 4		BAB 4	June 25, 2026	membuat desain komprehensif 3 alternatif brosur	desain komprehensif	
Bimbingan ke-12	BAB 4		BAB 4	June 30, 2026	asistensi hasil prototype media dan hasil testing	Revisi hasil pembahasan testing, dan menuju desain final.	

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 5

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





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

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

iThenticate®		Similarity Report ID: old3618:144710370	iThenticate®		Similarity Report ID: old3618:144710370
PAPER NAME DG8A_MUHAMMAD PASA AVIANDRA_P ERANCANGAN DESAIN MARKETING COL LATERAL UNTUK KBIHU FAJRUL ISLAM SEBAGAI MEDIA PROMOSI.pdf					
WORD COUNT 16137 Words	CHARACTER COUNT 106664 Characters				
PAGE COUNT 86 Pages	FILE SIZE 1.1MB				
SUBMISSION DATE Jul 2, 2026 8:25 AM GMT+7	REPORT DATE Jul 2, 2026 8:27 AM GMT+7				
● 6% Overall Similarity The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database. 6% Internet database 2% Publications database - Crossref database - Crossref Posted Content database 0% Submitted Works database					
● Excluded from Similarity Report - Bibliographic material - Quoted material					
Summary			Sources overview		
iThenticate®		Similarity Report ID: old3618:144710370	iThenticate®		Similarity Report ID: old3618:144710370
21 id.123dok.com Internet <1%			● 6% Overall Similarity Top sources found in the following databases: 6% Internet database 2% Publications database - Crossref database - Crossref Posted Content database 0% Submitted Works database		
22 Tanty Nazala Asyia, Apriade Voutama. "Perancangan UI/UX Absensi da... Crossref <1%			TOP SOURCES The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.		
23 kursuskomputermediainftrialbaasitu.blogspot.com Internet <1%			1 repository.pnj.ac.id Internet <1%		
24 Dwi Nurina, Shilvia Shilvia. "Pelatihan Desain Grafis Untuk Meningkatkan... Crossref <1%			2 dspace.uui.ac.id Internet <1%		
25 eprints.walisongo.ac.id Internet <1%			3 percikanimantours.co.id Internet <1%		
26 repository.maranatha.edu Internet <1%			4 docplayer.info Internet <1%		
27 unlam.ac.id Internet <1%			5 widuri.raharja.info Internet <1%		
28 Lutfi Setya Prayogi. "Implementasi Strategi Pemasaran Pendidikan Mel... Crossref <1%			6 Naura Da Rachman, Eliya Novita Devianti, Tri Wahjoedi, Dinda Kumalas... Crossref <1%		
29 repository.isi-padangpanjang.ac.id Internet <1%			7 repository.its.ac.id Internet <1%		
30 repository.metrouniv.ac.id Internet <1%			8 123dok.com Internet <1%		
31 repository.poltekbangplg.ac.id Internet <1%					
32 gurupendidikan.co.id Internet <1%					
Sources overview					



© 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®			iThenticate®		
Similarity Report ID: oid:3618:144710370			Similarity Report ID: oid:3618:144710370		
45	smart.stmikplk.ac.id	<1%	57	Yosef Yulius, Bobby Halim, Hestia Rachmat Nunciata Lubis, Yohanes R...	<1%
46	Cathleen S. Kalangi, Edmond L. Jim, Victor F.F. Joseph. "Gambaran arit...	<1%	58	binus.ac.id	<1%
47	pdffox.com	<1%	59	docobook.com	<1%
48	repositori.uin-alauddin.ac.id	<1%	60	eprints.ums.ac.id	<1%
49	repository.ipb.ac.id	<1%	61	eprints.uns.ac.id	<1%
50	repository.unika.ac.id	<1%	62	journal.lpkd.or.id	<1%
51	skripsi-skripsiun.blogspot.com	<1%	63	journals.upi-yai.ac.id	<1%
52	vibdoc.com	<1%	64	media.neliti.com	<1%
53	neliti.com	<1%	65	njw1969.wordpress.com	<1%
54	researchgate.net	<1%	66	coursehero.com	<1%
55	sribu.com	<1%	67	selasar.com	<1%
56	Johannes Guisandro, Sakti Hutabarat, Syaiful Hadi. "Analisis Pembiay...	<1%	68	slideshare.net	<1%
Sources overview			Sources overview		
iThenticate®			iThenticate®		
Similarity Report ID: oid:3618:144710370			Similarity Report ID: oid:3618:144710370		
9	Muhammad Sidiq Abdul Jabbar, Mohammad Rezza Pahlevi. "Perancan...	<1%	69	Dewa Agus Mahardikayana, Alit Kumala Dewi, Ni Luh Desi In Diana Sari...	<1%
10	journal.uinjkt.ac.id	<1%	70	Dea Rahma Putri, Nadia Shofyana, Wasis Wijayanto. "Implementasi Pe...	<1%
11	repository.upi.edu	<1%	71	duniadesainkami.blogspot.com	<1%
12	kc.umn.ac.id	<1%			
13	ojs.uajy.ac.id	<1%			
14	putrimiia.wordpress.com	<1%			
15	repository.radenintan.ac.id	<1%			
16	scribd.com	<1%			
17	gabrielaelman.wordpress.com	<1%			
18	eprints.upj.ac.id	<1%			
19	eprints.undip.ac.id	<1%			
20	garuda.ristekbrin.go.id	<1%			
Sources overview			Sources overview		

LAMPIRAN 6

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 :

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

MUHAMMAD PASA AVIANDRA

Jakarta Timur, DKI Jakarta | +62 895 3761 52211 | mpasav0911@gmail.com

TENTANG SAYA

Saya adalah mahasiswa aktif Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta dengan pengalaman dalam branding, desain kemasan, dan komunikasi visual. Mahir dalam Adobe Creative Cloud, saya berusaha menciptakan desain yang menarik secara visual dan fungsional. Saya juga selalu ingin belajar hal baru dan terus mengikuti tren desain untuk meningkatkan keterampilan serta menghasilkan karya inovatif.

PENGALAMAN KERJA

PT Lebih Cepat Dari Cahaya (FTL Gym)

Desainer Grafis & Brand | Apr 2025 - Jan 2026

Kerjasama dalam tim Marketing FTL Gym, menerima brief dari content specialist untuk desain still image sosial media dan kebutuhan ads FTL Gym

PENDIDIKAN

Politeknik Negeri Jakarta

Graphic Design | Jun 2022 - Sekarang

KEMAMPUAN

- | | |
|-------------------|---------------------|
| • Adobe Lightroom | • English Language |
| • Figma | • Adobe Illustrator |
| • Canva Design | • Microsoft Office |
| • Adobe Photoshop | • Adobe InDesign |

SERTIFIKAT

Sertifikat Penghargaan

Himpunan Mahasiswa Grafika dan Penerbitan | Aug 2024

Sebagia panitia Event CRAFT 2024 yang diselenggarakan oleh Himpunan Mahasiswa Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta

Certificate of Internship

PT Lebih Cepat Dari Cahaya (FTL Gym) | Apr 2025



© 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

LINK PORTFOLIO

• https://drive.google.com/drive/folders/1WnwFsipkks8e9KHDJ7KbfabVdkP2jFq_

PENGHARGAAN

Lomba Mural

Juara 2 Lomba Mural Jurusan Teknik Grafika Penerbitan | Jan 2023

Kegiatan perlombaan mural dengan diikuti 4 peserta program studi yang ada pada jurusan Teknik Grafika Penerbitan dengan konsep visual kemerdekaan.

PENGALAMAN ORGANISASI & RELAWAN

Divisi Dekorasi dan Pelayanan Pengunjung.

Design Oddysey (Pameran Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta 2024) | Aug 2024 - Sep 2024

Mengatur dekorasi, menjaga booth, berkomunikasi dengan pengunjung, dan menawarkan workshop kepada pengunjung. Memperlihatkan kemampuan dalam kreativitas, komunikasi, dan layanan pelanggan.

Koordinasi Lapangan

CRAFT(Competition in Resourcesfull Arts and Graphic Techniques | Jul 2024 - Aug 2024

Acara perlombaan yaitu terdapat lomba Painting, News Anchor, dan Infographic dari program kerja himpunan jurusan Teknik Grafika Penerbitan. Bertugas membantu koordinasi acara, memperkuat keterampilan manajemen dan organisasi.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA