



© 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 *MARKETING COLLATERAL* VDROP CAFÉ
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

Oleh:
RIZKY FADLI RICHARDO SITORUS
2206421103

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Marketing Collateral VDrop Café sebagai Media Promosi
Penulis : Rizky Fadli Richardo Sitorus
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* VDROPO CAFÉ SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:
Rizky Fadli Richardo Sitorus
2206421103

Disahkan:
Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

Ketua Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Penerbitan Penerbitan



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



© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* VDROPP CAFÉ 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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 08 Juli 2026
yang menyatakan



Rizky Fadli Richardo Sitorus
2206421103



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Pertumbuhan bisnis kedai kopi mendorong pelaku usaha untuk memiliki media promosi yang menarik, informatif, dan konsisten pada berbagai titik komunikasi. VDrop Café sebagai usaha kuliner yang berdiri sejak tahun 2022 memiliki potensi melalui fasilitas *live music*, *VIP Room*, serta produk minuman unggulan. Namun, media promosi yang digunakan masih menunjukkan ketidaksamaan tampilan antara media cetak dan digital, terutama pada aspek tata letak, warna, tipografi, fotografi, dan elemen grafis pendukung. Kondisi tersebut membuat pesan promosi belum tersampaikan secara optimal kepada audiens. Perancangan ini bertujuan menghasilkan *marketing collateral* yang seragam, fungsional, dan sesuai dengan karakter VDrop Café sebagai media promosi. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods* melalui observasi, wawancara, kuesioner, analisis kompetitor, dan studi literatur. Proses perancangan menerapkan metode *Design Thinking* dengan tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil perancangan berupa *Instagram feeds*, poster digital, *sheet menu*, *table tent*, *tripod banner*, dan poster cetak. Konsep visual yang diterapkan adalah *Urban Gig* dengan penggunaan warna kontras, tekstur visual, tipografi *Sans-Serif*, fotografi produk, serta tata letak berbasis *hierarchical grid*. Perancangan ini menghasilkan sistem media promosi yang lebih konsisten, terstruktur, dan mudah dikenali, sehingga dapat mendukung penyampaian informasi promosi VDrop Café secara lebih efektif.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, *Coffee Shop*, Komunikasi Visual, Desain Grafis



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The growth of the coffee shop business requires business owners to develop promotional media that is attractive, informative, and consistent across various communication touchpoints. VDrop Café, a culinary business established in 2022, has promotional potential through its live music facility, VIP Room, and signature beverage products. However, its existing promotional media still shows visual inconsistency between printed and digital materials, particularly in layout, color, typography, photography, and supporting graphic elements. This condition causes the promotional messages to be delivered less effectively to the audience. This design project aims to produce consistent, functional, and character-appropriate marketing collateral as promotional media for VDrop Café. The research method used is mixed methods, with data collected through observation, interviews, questionnaires, competitor analysis, and literature study. The design process applies the Design Thinking method, consisting of empathize, define, ideate, prototype, and testing stages. The final outputs include Instagram feeds, digital posters, sheet menus, table tents, tripod banners, and printed posters. The visual concept applied in this project is Urban Gig, using contrasting colors, visual textures, Sans-Serif typography, product photography, and a hierarchical grid-based layout. This project produces a more consistent, structured, and recognizable promotional media system, thereby supporting the more effective delivery of VDrop Café's promotional information.

Keywords: Marketing Collateral, Promotional Media, Coffee Shop, Visual Communication, Graphic Design

Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat penulisan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Marketing Collateral* VDrop Café sebagai Media Promosi” dapat disusun dan menyelesaikan dengan baik. Proposal ini bertujuan sebagai salah satu syarat menyelesaikan program studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

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

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen pembimbing materi yang selalu memberi arahan, motivasi dan bantuan di setiap penulisan Tugas Akhir.
5. Kepada kedua orang tua, selalu memberi dukungan dan doa kepada penulis. Terima kasih selalu motivasi untuk menyelesaikan pendidikan
6. Kepada Bapak Daniel selaku pemilik Vdrop Cafe memberikan kesempatan menjadi klien dalam perancangan *marketing collateral* untuk Tugas Akhir ini.
7. Seluruh teman-teman dekat memberikan dukungan, semangat serta bantuan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.
8. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu
9. Pengetahuannya selama pembelajaran di 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

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

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

Jakarta, 14 April 2026

Rizky Fadli Richardo Sitorus

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	2
1.1 Latar Belakang.....	2
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4.2 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	
LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Marketing Communication.....	9
2.1.1 Fungsi Marketing Communication.....	9
2.1.2 Jenis Marketing Communication.....	9
2.1.3 Kriteria Marketing Communication.....	10
2.2 Media Promosi.....	10
2.2.1 Fungsi Media Promosi.....	11
2.2.2 Jenis Media Promosi.....	11
2.3 Marketing Collateral.....	12
2.3.1 Peran Marketing Collateral dalam Desain Grafis.....	12
2.3.2 Jenis Marketing Collateral pada Kedai Kopi.....	13
2.4 Teori Desain Grafis.....	14
2.5 Prinsip Desain.....	14
2.5.1 Kesatuan (Unity).....	15
2.5.2 Keseimbangan (Balance).....	15
2.5.3 Proporsi (Proportion).....	16
2.5.4 Irama (Rhythm).....	17
2.5.5 Kontras (Contrast).....	17
2.5.6 Harmoni (Harmony).....	18



Hak Cipta :

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

2.6 Elemen Desain.....	19
2.6.1 Tata Letak (Layout).....	19
2.6.2 Warna (Color).....	20
2.6.3 Tipografi (Typography).....	25
2.6.4 Gambar (Image).....	26
2.7 Metode Perancangan: Design Thinking.....	27
2.7.1 Empathize (Empati).....	27
2.7.2 Define (Definisi).....	27
2.7.3 Ideate (Ideasi).....	27
2.7.4 Prototype (Purwarupa).....	28
2.7.5 Testing (Uji Coba).....	28
2.7.6 Kriteria Keberhasilan Perancangan.....	28

BAB III

METODE PERANCANGAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.2 Data dan Analisis.....	32
3.2.2. Product Knowledge.....	35
3.2.3 Target Audience.....	37
3.2.4 Kompetitor.....	39
3.2.5 Consumer Insight.....	44
3.2.6 Analisis SWOT.....	47

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Konsep Visual.....	55
4.1.1 Mind Map.....	55
4.1.2 Moodboard.....	56
4.2 Proses Desain.....	57
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	58
4.2.2 Sketsa Manual.....	58
4.2.3 Desain Komprehensif.....	61
4.2.4 Desain Terpilih.....	64
4.2.5 Prototype.....	70
4.2.6 Testing.....	73
4.2.7 Final Artwork.....	76
4.3 Integrasi Media Marketing Collateral.....	78
4.3.1 Tripod Banner.....	79
4.3.2 Poster.....	80
4.3.3 Table tent.....	81
4.3.4 Menu.....	82
4.4 Pertimbangan Produksi.....	82



© 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

BAB V	
PENUTUP.....	86
5.1 Simpulan.....	86
5.2 Saran.....	87
DAFTAR REFERENSI.....	89
LAMPIRAN.....	91



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Teori	8
Gambar 2.2 Table Tent.....	11
Gambar 2.3 Poster Promosi Digital.....	12
Gambar 2.4 Menu.....	13
Gambar 2.5 Desain Feeds Instagram.....	14
Gambar 2. 6 Coffee Shop Unity Design.....	15
Gambar 2.7 Coffee Menu Layout Asymmetrical.....	16
Gambar 2.8 Coffee Menu Layout Proportion.....	16
Gambar 2.9 Rhytm Feeds Design.....	17
Gambar 2.10 Coffee Poster Typography contrast.....	18
Gambar 2. 11 Earth Tone Coffee Guide Line.....	19
Gambar 2.12 Sistem Grid.....	20
Gambar 2. 13 Sistem Warna.....	21
Gambar 2.7 Monochromatic Color Scheme.....	22
Gambar 2.8 Analogous Color Scheme.....	23
Gambar 2.9 Complimentary Color Scheme.....	24
Gambar 2.10 Triadic Color Scheme.....	24
Gambar 2.11 Tetradic Color Scheme.....	25
Gambar 2.13 Hierarki Tipografi.....	26
Gambar 2.14 Desain Ilustrasi Poster.....	26
Gambar 3.2 Logo Vdrop Café.....	32
Gambar 3.3 Vdrop Cafe.....	33
Gambar 3.4 Tangkapan Layar Media Promosi Instagram Vdrop Café Saat Ini....	36
Gambar 3.5 Profile Instagram Namu Coffee & Eatery 153 Citra.....	39
Gambar 3.6 Profile Instagram December By The Bay.....	41
Gambar 3.7 Profile Instagram Vyne Dine & Chill.....	43
Gambar 3.8 Preferensi Gaya Desain, Font dan Layout (responden).....	45
Gambar 3.9 Referensi Arah Visual Urban Gig yang Divalidasi oleh Praktisi.....	46
Gambar 4.1 Mind Map.....	55
Gambar 4.2 Mood Board.....	56
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	58
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	59
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	60
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	60
Gambar 4.7 Desain Komprehensif 1.....	60



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.8 Desain Komprehensif 2.....	62
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 3.....	63
Gambar 4.10 Desain Terpilih.....	64
Gambar 4.11 Kode Warna.....	67
Gambar 4.12 Font Archivo Condensed.....	67
Gambar 4.13 Font Inkston W05 Script.....	68
Gambar 4.14 Penerapan hierarchical grid.....	69
Gambar 4.15 Aset Visual dan Gambar.....	70
Gambar 4.16 Kolase Mock Up Digital.....	71
Gambar 4.17 Prototype Cetak Menu & Poster.....	72
Gambar 4.18 Final Artwork Perbaikan.....	77
Gambar 4.19 Final Artwork.....	78
Gambar 4.20 Tripod Banner Desain.....	79
Gambar 4.21 Desain Poster Cetak dan Digital.....	80
Gambar 4.22 Desain Table tent.....	80
Gambar 4.23 Desain Menu.....	81

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.2 Analisis SWOT.....	47
Tabel 3.3 Creative Brief.....	52
Tabel 4.1 Kelebihan & Kekurangan Testing.....	75
Tabel 4.2 Estimasi Biaya Produksi Media Promosi VDrop Café.....	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Consumer Insight & Testing.....	92
Lampiran 2 Hasil Kuesioner.....	106
Lampiran 3 Dokumentasi Riset.....	114
Lampiran 4 Logbook Bimbingan TA.....	115
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	116
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	117





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam satu dekade terakhir, bisnis kedai kopi di Indonesia mengalami pertumbuhan yang pesat. Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) memproyeksikan keberadaan lebih dari 10.000 gerai kedai kopi yang beroperasi di seluruh Indonesia pada tahun 2023. Pertumbuhan tersebut sejalan dengan perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan, di mana kedai kopi kini menjadi "ruang ketiga" selain rumah dan kantor atau kampus (Anggiani et al., 2025). Kalangan muda, khususnya Generasi Z, memandang kedai kopi sebagai ruang publik yang penting (Olifia et al., 2022). Mereka tidak hanya menggunakannya sebagai tempat minum kopi, tetapi juga untuk berinteraksi, berkolaborasi, dan membentuk identitas diri. Namun, tingginya minat terhadap kopi telah menciptakan pasar yang sangat kompetitif. Para pelaku bisnis kedai kopi dituntut untuk memiliki posisi pasar yang jelas dan diferensiasi yang kuat agar tidak kalah bersaing (Balqis et al., 2025).

Dalam persaingan ketat ini, kualitas produk menjadi syarat mutlak, namun tampilan visual berperan penting dalam mendukung pengenalan dan persepsi merek (Prakasita et al., 2024). Desain visual yang konsisten akan merefleksikan karakter dan nilai merek, serta menunjukkan keseriusan dalam pengelolaan bisnis. Sebaliknya, desain visual yang buruk dan tidak seragam dapat menghambat daya saing bisnis (Nurmudhiah et al., 2024). Masalah inkonsistensi visual ini secara nyata dialami oleh VDrop Café. Berdasarkan pengamatan langsung pada Januari 2026, materi promosi kafe belum memiliki standardisasi desain. Tampilan media digital (*Instagram*) sangat kontras dengan wujud fisik cetakan di lokasi menu dan *table tent*. Inkonsistensi pada tata letak, palet warna, dan tipografi ini dapat menghambat efektivitas komunikasi promosi dan persepsi profesionalisme merek. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, promosi VDrop Café masih lebih



© 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

banyak menjangkau pelanggan yang telah mengenal kafe sebelumnya. Untuk meningkatkan skala bisnis, VDrop Café dituntut mampu menarik minat segmen pasar baru. Tantangan utamanya adalah calon konsumen baru ini belum memiliki pengalaman interaksi fisik dengan kafe, sehingga mereka secara murni mengandalkan impresi pertama dari media promosi digital. Akibat belum adanya identitas visual yang terstandarisasi, proses pengenalan merek kepada audiens baru belum berjalan secara optimal. Kondisi ini menyebabkan audiens mengalami kebingungan dalam mengenali merek, meragukan kredibilitas pengelola, dan berpotensi besar mengurungkan niat untuk berkunjung lalu beralih kepada pihak kompetitor.

Tinjauan terhadap penelitian terdahulu menunjukkan adanya celah pada integrasi media promosi. Studi oleh (Roghibah & M. R. Abidin, 2023) merancang *marketing collateral* kedai kopi menggunakan pendekatan ilustrasi manual untuk membangun identitas visual dari awal. Kesenjangan riset pada tugas akhir ini terletak pada titik tolak penyelesaian masalah. Sementara itu, penelitian (Wiguna, 2025) menghasilkan perancangan ulang logo kedai kopi beserta identitas visual dasar. Persamaannya terletak pada tujuan penyelesaian masalah identitas merek. Perbedaannya, penelitian Wiguna berfokus menciptakan aset merek baru untuk bisnis rintisan dan mengabaikan perancangan sistem *marketing collateral* turunan secara menyeluruh .

Kesenjangan riset dari kedua studi tersebut terletak pada titik tolak penyelesaian masalah dan integrasi lintas media. Kebaruan (novelty) perancangan ini secara spesifik berada pada penyelesaian masalah desain untuk entitas bisnis yang telah beroperasi secara komersial, bukan penciptaan aset visual dari nol. Menggunakan metode Design Thinking, perancangan ini difokuskan untuk merekonstruksi dan menyelaraskan elemen tata letak, warna, dan tipografi pada materi promosi yang selama ini tidak terpadu dan belum memiliki standar baku. Kontribusi utama dari perancangan ini adalah menawarkan kerangka kerja integrasi visual yang secara utuh menjembatani pengalaman konsumen di media fisik (cetak) dan layar digital. Hasil akhir berupa sistem *marketing collateral* ini



Hak Cipta :

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

berfungsi sebagai acuan untuk menjaga konsistensi visual VDrop Café, sekaligus menjadi rujukan praktis dalam menyelaraskan identitas media promosi pada bisnis yang sudah beroperasi namun belum memiliki kesatuan visual.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang mengenai ketidakseragaman visual dan belum selarasnya desain media promosi VDrop Café, perancangan ini difokuskan pada pembuatan *marketing collateral* sebagai solusi media promosi. Agar perancangan ini terarah, rumusan masalah ditetapkan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *marketing collateral* VDrop Café yang konsisten dan fungsional sebagai media promosi?
2. Bagaimana menerapkan metode Design Thinking dan prinsip desain grafis untuk memperbaiki ketidaksesuaian elemen visual pada media promosi VDrop Café yang sudah ada?
3. Bagaimana mengimplementasikan visual tersebut ke dalam berbagai media cetak dan digital VDrop Café agar menghasilkan tampilan desain yang seragam?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Untuk menghindari perluasan masalah, ruang lingkup perancangan pada “Perancangan *Marketing Collateral* VDrop Café sebagai Media Promosi” dibatasi pada beberapa hal berikut.

1. Proses perancangan difokuskan pada penyusunan dan penyelarasan elemen visual *marketing collateral* VDrop Café. Elemen yang dibahas meliputi tata letak, warna, tipografi, fotografi, serta elemen grafis pendukung. Perancangan ini tidak mencakup pembuatan ulang logo utama VDrop Café.



© 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. Perancangan menggunakan metode *Design Thinking* sebagai pendekatan utama dalam menyelesaikan masalah inkonsistensi visual pada media promosi VDrop Café. Tahapan yang digunakan meliputi *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Prinsip desain grafis digunakan untuk mendukung pengambilan keputusan visual agar media promosi lebih konsisten dan fungsional.
3. Implementasi desain dibatasi pada media digital dan media cetak yang menjadi kebutuhan promosi VDrop Café. Media digital meliputi Instagram *feeds* dan poster digital dengan ukuran 1080 x 1350 piksel atau rasio 4:5. Media cetak meliputi *menu board* atau *sheet menu* ukuran A4, *table tent* ukuran A5 berbentuk *tent-card*, serta *tripod banner* ukuran 60 x 80 cm dengan orientasi *portrait*.
4. Perancangan ini tidak mencakup pengukuran efektivitas promosi secara kuantitatif setelah media digunakan. Evaluasi desain hanya dilakukan melalui tahap *testing* untuk memperoleh masukan terkait keterbacaan, konsistensi visual, daya tarik desain, dan kesesuaian media dengan karakter VDrop Café.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan penelitian merumuskan hasil akhir yang hendak dicapai melalui proses perancangan ini. Berpijak pada rumusan masalah yang telah ditetapkan, tujuan dari "Perancangan Marketing Collateral VDrop Café sebagai Media Promosi" adalah:

1. Merancang *marketing collateral* VDrop Café yang konsisten dan fungsional sebagai media promosi.
2. Menerapkan tahapan *Design Thinking* dan prinsip dasar desain grafis (seperti tata letak, tipografi, dan warna) untuk memperbaiki ketidaksesuaian elemen visual pada media promosi VDrop Café yang sudah ada.



Hak Cipta :

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

3. Mengimplementasikan rancangan visual tersebut ke dalam berbagai media cetak dan digital VDrop Café untuk menghasilkan tampilan desain yang seragam.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif dan nilai guna, baik secara praktis maupun teoritis, yang mencakup tiga aspek utama berikut:

1. Manfaat Teoretis

Penelitian ini memperkaya literatur terapan di bidang Desain Grafis, khususnya mengenai proses penyelarasan visual media promosi untuk UMKM sektor kuliner. Hasil perancangan ini menjadi referensi akademis bagi studi kasus penyelesaian masalah inkonsistensi desain menggunakan metode Design Thinking.

2. Manfaat Praktis

Bagi VDrop Café: Memberikan solusi langsung atas masalah inkonsistensi visual. Klien mendapatkan aset *marketing collateral* cetak dan digital yang seragam, rapi, terstandarisasi, dan siap digunakan untuk kebutuhan operasional sehari-hari.

Bagi Praktisi Desain: Menjadi rujukan kerja penerapan standarisasi tata letak, tipografi, dan warna dalam merapikan materi promosi yang tumpang tindih hingga menghasilkan desain yang fungsional dan konsisten.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam sebuah susunan laporan, diperlukan sistematika penulisan agar isi laporan disajikan secara teratur dan runtut berikut adalah



Hak Cipta :

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

sistematika laporan Tugas Akhir “Perancangan Marketing Collateral Vdrop Café Sebagai Media Promosi”

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berfungsi sebagai fondasi awal penelitian yang menguraikan latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah (ruang lingkup), serta tujuan dan manfaat perancangan. Bab ini memberikan gambaran komprehensif mengenai urgensi perancangan *marketing collateral* sebagai solusi visual strategis bagi VDrop Café dalam menghadapi persaingan industri.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menyajikan kajian literatur dan teori yang menjadi landasan dalam proses perancangan. Pembahasan meliputi marketing communication, media promosi, marketing collateral, prinsip desain, elemen desain grafis, serta metode Design Thinking. Teori-teori tersebut digunakan sebagai acuan dalam merumuskan konsep visual dan menyusun sistem desain marketing collateral VDrop Café.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini memaparkan metodologi penelitian dan skema proses kreatif yang digunakan. Penjelasan mencakup teknik pengumpulan data (observasi, wawancara, dan studi pustaka), metode analisis data, serta penetapan strategi kreatif. Bab ini juga menjabarkan tahapan perancangan menggunakan pendekatan Design Thinking serta profil target audiens yang menjadi sasaran komunikasi VDrop Café.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN



© 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

Bab ini membahas proses perancangan *marketing collateral* VDrop Café sebagai media promosi. Pembahasan dimulai dari perumusan konsep visual melalui *mind map* dan *moodboard*, kemudian dilanjutkan dengan proses sketsa, pengembangan desain komprehensif, pemilihan desain terpilih, pembuatan *prototype*, *testing*, hingga penyusunan *final artwork*. Bab ini juga menjelaskan penerapan desain pada media cetak dan digital, seperti Instagram *feeds* dan poster digital, *menu board* atau *sheet menu*, *table tent*, serta *tripod banner*. Seluruh tahapan tersebut diarahkan untuk menghasilkan sistem media promosi yang konsisten, fungsional, dan sesuai dengan karakter VDrop Café.

BAB V

PENUTUP

Bab ini memuat simpulan dan saran berdasarkan hasil perancangan *marketing collateral* VDrop Café. Simpulan disusun untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan perancangan yang telah ditetapkan. Saran disampaikan sebagai masukan bagi VDrop Café dalam menggunakan media promosi secara konsisten, serta sebagai arahan bagi penelitian atau perancangan selanjutnya yang ingin menguji efektivitas media promosi secara lebih mendalam.

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan *marketing collateral* VDrop Café sebagai media promosi, simpulan yang diperoleh disusun sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan perancangan sebagai berikut.

1. Perancangan *marketing collateral* VDrop Café dilakukan dengan menyusun sistem visual yang konsisten dan fungsional untuk kebutuhan promosi. Konsistensi dicapai melalui penyelarasan tata letak, warna, tipografi, fotografi, dan elemen grafis pendukung pada seluruh media yang dirancang. Perancangan ini tidak mengubah logo utama VDrop Café, tetapi memperkuat penerapannya melalui media promosi yang lebih terarah. Hasil akhirnya berupa rancangan visual yang dapat digunakan sebagai acuan agar tampilan promosi VDrop Café tidak lagi terpisah-pisah antara media digital dan media cetak.
2. Metode Design Thinking diterapkan untuk memperbaiki ketidaksesuaian elemen visual pada media promosi VDrop Café secara bertahap. Tahap *empathize* digunakan untuk memahami kondisi promosi VDrop Café melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Tahap *define* merumuskan masalah utama, yaitu belum adanya keseragaman visual pada media promosi yang sudah digunakan. Tahap *ideate* menghasilkan arah konsep visual melalui *mind map* dan *moodboard*. Tahap *prototype* mengembangkan alternatif desain ke dalam bentuk media promosi, sedangkan tahap *testing* digunakan untuk memperoleh masukan terhadap keterbacaan, konsistensi visual, daya tarik desain, dan kesesuaian dengan karakter VDrop Café. Prinsip desain grafis seperti kesatuan, keseimbangan, proporsi, irama, kontras, dan harmoni digunakan untuk



Hak Cipta :

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

mengarahkan keputusan visual agar desain tidak hanya menarik secara tampilan, tetapi juga jelas secara fungsi komunikasi.

3. Implementasi rancangan visual dilakukan pada media digital dan media cetak sesuai kebutuhan promosi VDrop Café. Media digital diterapkan pada Instagram feeds dan poster digital sebagai sarana publikasi informasi promosi, suasana kafe, serta aktivitas yang berkaitan dengan VDrop Café. Media cetak diterapkan pada menu board atau sheet menu, table tent, dan tripod banner untuk mendukung komunikasi promosi di area fisik kafe. Seluruh media dirancang dengan sistem visual yang sama sehingga menghasilkan tampilan yang lebih seragam, mudah dikenali, dan sesuai dengan karakter VDrop Café. Namun, simpulan ini dibatasi pada keberhasilan proses perancangan dan penyusunan media promosi, bukan pada pengukuran peningkatan penjualan atau efektivitas promosi secara kuantitatif setelah media digunakan.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan *marketing collateral* VDrop Café, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan sebagai berikut.

1. VDrop Café disarankan untuk menerapkan hasil perancangan *marketing collateral* secara konsisten pada seluruh aktivitas promosi. Seluruh elemen visual seperti warna, tipografi, tata letak, dan elemen grafis perlu digunakan sesuai sistem yang telah dirancang agar identitas merek tetap seragam pada media cetak maupun digital. Media digital seperti Instagram feeds dan poster digital dapat dimanfaatkan untuk publikasi promosi, informasi acara *live music*, menu unggulan, dan fasilitas kafe. Sementara itu, media cetak seperti sheet menu, table tent, dan tripod banner digunakan untuk mendukung komunikasi langsung di area kafe.
2. Penelitian atau perancangan selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian *marketing collateral* tidak hanya pada aspek perancangan visual, tetapi juga pada pengukuran efektivitas komunikasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

visual setelah implementasi. Evaluasi dapat dilakukan melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, seperti analisis persepsi konsumen, tingkat keterbacaan informasi, serta respons audiens terhadap konsistensi identitas visual pada media digital dan cetak. Selain itu, pengembangan teori dapat diperluas pada integrasi *brand experience* melalui berbagai titik kontak (*touchpoint*) yang lebih kompleks, seperti media interaktif, sistem digital promosi, maupun integrasi media sosial yang lebih adaptif terhadap perilaku audiens.





Hak Cipta :

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

- Anggiani, M., Ayudya, R. D., & Sukmajati, D. (2025). *Inclusion Coffee Shop as Third Place: User Design and Experience Perspective*.
- Ayu, T. B., & Wijaya, N. (2023). Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Prototype Aplikasi Payoprint Berbasis Android. *MDP Student Conference*, 2(1), 68–75.
<https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i1.4065>
- Balqis, Rahma Gusti Pratama, Khusna Khusna, & Indah Noviyanti. (2025). Pengaruh Strategi Diferensiasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen pada Kedai Kopi Kinikawa di Pangkal Pinang. *Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi dan Kewirausahaan*, 5(1), 297–316.
<https://doi.org/10.55606/jimek.v5i1.6217>
- Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., & Sanders, M. (2015). *typographic design: FORM AND COMMUNICATION*.
- Dekker, T. den. (2021). *Design thinking*. Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003154532>
- Landa, R. (2014). *Graphic Design Solutions, Fifth Edition*.
- Nurmudhiah, S. F., Faizal, F. A., & Nugroho, E. B. W. (2024). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL KOPI WUZZ*. 06(02).



Hak Cipta :

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

- Olifia, S., Rajagukguk, S., & Ananda, A. (2022). Makna Kedai Kopi Sebagai Ruang Publik Di Kalangan Remaja. *Ikon --Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 27(3), 251–266. <https://doi.org/10.37817/ikon.v27i3.2614>
- Opara, E., & Cantwell, J. (2014). *Best Practices for Graphic Designers, Color Works*.
- Prakasita, F. P., Prabowo, D. P., & Setiawan, A. (2024). *Perancangan Logo Sebagai Visual Identity Kedai Kopi “OLSEN” Semarang*. 9.
- Putra, A., Saputra, E. A., Arsyah, M., Adhetia, P. A., Ramli, A., Kautsara, R., & Nuryadi, P. (2025). *PENGARUH DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM MENINGKATKAN KEBERHASILAN PEMASARAN PRODUK DI ERA DIGITAL*. (2).
- Rambe, S. A., Lestari, S. S., Siregar, S., & Kardi, S. (2025). *Peran Desain Grafis Dalam Meningkatkan Daya Tarik Konten Media Sosial*.
- Roghibah, & M. R. Abidin. (2023). Perancangan Media Promosi Secangkir Rindu Cafe Melalui Instagram. *Jurnal Barik*, 5(1), 110–117.
- Santoro, S. W. (2014). *Guide to graphic design* (1st ed). Pearson/Prentice Hall.
- Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking pada Perancangan Website UMKM Kiri huci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *J-DIKUMSI: Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1.



© 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

- Velasco, C., & Spence, C. (Eds.). (2019). *Multisensory Packaging: Designing New Product Experiences*. Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/978-3-319-94977-2>
- Wiguna. (2025). Rebranding Logo dan Desain Packaging untuk UMKM Wiro Kopi di Desa Wirogomo, Banyu Biru, Semarang. *Abdimas Awang Long*, 8(1), 120–127. <https://doi.org/10.56301/awal.v8i1.1408>





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Consumer Insight & Testing

Klien: Daniel (Pemilik) & Reza (Manajemen) - VDrop Café

Tanggal wawancara: 22 Februari 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Tatap Muka (Offline / Onsite)

Lokasi Wawancara: Area Dalam (Indoor) VDrop Café

Durasi Wawancara: 40 Menit

Pewawancara: Saya pengen tahu dulu nih, sebenarnya visi misinya VDrop Café itu apa sih, Mas?

Daniel: Kalau visi sih, kita pengen VDrop ini jadi tempat nongkrong utama buat orang-orang di Jakarta Barat, khususnya daerah Kalideres sini. Kita nyocokin sama gaya hidup anak muda sekarang yang butuh tempat nyaman, minuman enak, plus ada hiburannya.

Reza: Tambahan buat misinya, kita pengen nyediain tempat yang pas buat semua kalangan. Makanya kita ada area luar yang ada *live music*-nya buat seru-seruan, tapi kita juga sediain VIP Room buat yang butuh privasi. Sama pastinya, kita selalu jaga konsistensi rasa kopi dan makanan kita.

Pewawancara: VDrop Café ini mulai buka dan jalan penuh itu kapan tepatnya?

Daniel: Kita mulai buka resmi itu pas 22 Februari 2022.

Pewawancara: Awalnya kenapa milih buka *coffee shop* dengan konsep begini di sini?

Daniel: Waktu itu kita lihat di Kalideres ini masih kurang tempat *hangout* yang fasilitasnya lengkap. Orang tuh butuh tempat nongkrong yang suasananya dapet, bisa buat kumpul, nyanyi-nyanyi, tapi kopinya juga serius. Makanya kita bangun VDrop dengan konsep yang ngegabungin tempat santai, *live music*, sama ruang privat.

Pewawancara: Menurut Mas Daniel sama Mas Reza, apa yang paling bikin VDrop beda dari *coffee shop* tetangga, kayak Vyne atau Namu gitu?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Reza: Bedanya paling kerasa itu di fasilitas VIP Room. Jarang kan *coffee shop* di sini yang punya ruangan khusus bisa disewa buat acara privat atau karaokean. Terus racikan minuman kita juga udah terbukti enak. Bahkan ada beberapa brand F&B lain yang percaya dan pakai resep dari kita.

Pewawancara: Kalau menu yang paling laku atau andalan di sini apa aja?

Daniel: Kalau yang kopi udah pasti Kopi Aren sama Japanese Iced Coffee. Kalau yang nggak minum kopi, biasanya pada pesen Vanilla Rum Regal. Itu *best seller* kita.

Pewawancara: Selama jalanin VDrop, ada kendala nggak sih, khususnya soal narik pelanggan atau promosi?

Reza: Kalau dari sisi promosi, kita ngerasa masih kurang maksimal. Fasilitas kita ini kan sebenarnya lengkap, tapi kok rasanya orang di sekitar sini masih banyak yang belum ngeh ada VDrop. Terus kejadian di lapangan, kadang pelanggan suka bingung sendiri pas milih pesanan atau nanya ulang harga di menu. Kalau ngomongin Instagram, kita ngerasa postingan kita selama ini kurang menarik dan berantakan aja kelihatannya. Kayak kurang bisa ngewakilin suasana asli kafe, apalagi buat mamerin kalau kita punya VIP Room. Jatuhnya pesan yang mau kita sampaikan ke pelanggan baru jadi kurang nyampe.

Pewawancara: Kalau nanti dibuatkan media promosi atau *marketing collateral*, elemen apa saja yang menurut Mas wajib ada supaya identitas VDrop tetap kelihatan?

Reza: Yang wajib jelas logo VDrop harus kelihatan, karena itu identitas utama kita. Terus foto produk juga penting, terutama menu-menu andalan kayak Kopi Aren, Japanese Iced Coffee, Vanilla Rum Regal, sama menu makanan yang sering dipesan pelanggan.

Daniel: Selain produk, menurut saya foto suasana juga penting. VDrop ini bukan cuma jual makanan dan minuman, tapi juga pengalaman nongkrong. Jadi harus ada foto interaksi pelanggan, suasana *live music*, dan aktivitas orang-orang di area kafe. Itu yang bisa nunjukin karakter VDrop sebagai tempat nongkrong yang hidup.

Pewawancara: Berarti media promosinya bukan cuma menampilkan menu, tapi juga harus menampilkan suasana tempatnya ya, Mas?

Daniel: Iya, betul. Karena kekuatan kita ada di tempat, suasana, *live music*, dan fasilitasnya. Kalau orang cuma lihat menu, mereka belum tentu nangkap pengalaman yang bisa mereka dapatkan di sini.

Reza: Jangan lupa juga informasi lokasi dan kontak. Soalnya masih ada pelanggan baru yang nanya alamat, jam buka, atau cara reservasi VIP Room. Jadi menurut



Hak Cipta :

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

kita, media promosi harus mencantumkan lokasi VDrop Café dan kontak yang bisa dihubungi.

Pewawancara: Nah, terakhir nih, target market VDrop Café ini sebenarnya siapa?

Daniel: Target kita anak-anak muda, umur 17 sampai 35 tahun lah. Mahasiswa, *freelancer*, sama pekerja kantoran yang tinggal atau sering lewat daerah sini. Tipe orang yang emang butuh tempat buat nongkrong bareng temen, nugas, atau sekadar *work from café*.

TRANSKRIP WAWANCARA KONSUMEN

Transkrip Wawancara Konsumen 1

Narasumber: Teddy (25 Tahun) - Karyawan Swasta

Tanggal wawancara: 11 Mei 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Tatap Muka

Lokasi Wawancara: Area Komunal VDrop Café

Durasi Wawancara: 15 Menit

Pewawancara: Selamat malam, Mas Teddy. Boleh tahu alasan utama Mas sering berkunjung ke VDrop Café? Teddy: Saya sering ke sini untuk menikmati *live music*. Suasana sangat hidup dan kuat. Banyak pengunjung yang sampai ikut bernyanyi ke atas panggung. Pengalaman nongkrong di sini itu asyik, makanannya enak, dan nyaman. Pewawancara: Jika melihat materi promosi seperti menu di meja, apakah Mas menemukan kendala saat membacanya? Teddy: Desain menunya kurang praktis dan menyulitkan. Terkadang saya bingung membedakan harga dan nama menu karena tata letaknya berantakan. Sering kali saya harus bertanya langsung kepada pelayan tentang menu *best seller*. Saya lebih suka jika teks harga dan menu disusun sejajar dan lurus agar cepat dibaca. Pewawancara: Bagaimana dengan promosi VDrop di media sosial? Teddy: Visualnya tidak mencerminkan energi aslinya. Suasana aslinya sangat seru, namun di media sosial terlihat kaku.

Transkrip Wawancara Konsumen 2

Narasumber: Siska (24 Tahun) - Freelancer

Tanggal wawancara: 11 Mei 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Tatap Muka

Lokasi Wawancara: VIP Room VDrop Café

Durasi Wawancara: 8 Menit



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Selamat malam, Kak Siska. Apa alasan utama Kakak memilih VDrop Café sebagai tempat berkumpul? Siska: Saya dan teman-teman mencari tempat yang menyediakan *VIP Room*. Di kawasan Kalideres ini, cukup sulit mencari kafe yang memiliki ruang privat untuk karaoke seperti ini. Selain itu, produk kopinya juga enak, khususnya Kopi Aren. Pewawancara: Apakah Kakak mengetahui keberadaan *VIP Room* ini dari media sosial atau dari sumber lain? Siska: Dari rekomendasi teman. Saat saya memeriksa Instagram VDrop untuk memastikan, informasinya justru kurang jelas. Foto-fotonya kurang merepresentasikan fasilitas asli yang ada di sini. Padahal *VIP Room* ini adalah nilai tambah yang sangat bagus. Pewawancara: Apa harapan Kakak untuk media promosi VDrop ke depannya? Siska: Sebaiknya desain dibuat lebih ekspresif. Perlihatkan suasana interaktif di dalam *VIP Room* atau keseruan saat *live music*. Jangan hanya terpaku pada foto produk kopi yang terlalu bersih, karena terkesan membosankan.

Transkrip Wawancara Konsumen 3

Narasumber: Firmansyah (27 Tahun) - Profesional Muda

Tanggal wawancara: 11 Mei 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Tatap Muka

Lokasi Wawancara: Area Dalam VDrop Café

Durasi Wawancara: 10 Menit

Pewawancara: Selamat malam, Mas Firmansyah. Bagaimana pendapat Mas mengenai fasilitas dan suasana di VDrop Café ini? Firmansyah: Suasananya sangat dinamis. Ada yang datang khusus untuk menikmati *live music*, ada juga yang sekadar ingin makan dan berkumpul. Menurut saya, tempat ini sangat asyik dan wajib dicoba. Pewawancara: Mas pernah menggunakan fasilitas *VIP Room* di lantai dua? Firmansyah: Pernah. Ruangan privat itu sangat cocok untuk rombongan yang butuh kebebasan dan tidak ingin dilihat oleh pengunjung lain. Biasanya kami menyewa untuk acara reuni atau sekadar karaoke. Pewawancara: Terkait informasi fasilitas tersebut, apakah desain promosi VDrop sudah cukup membantu? Firmansyah: Informasinya masih sangat minim dan tidak terstruktur. Contohnya, sistem pemesanan menu untuk *VIP Room* yang harus dilakukan beberapa hari sebelumnya tidak tergambar jelas di media sosial. Desain menu di lokasi juga kurang nyaman dibaca. Seharusnya semua informasi harga dan aturan pemesanan disajikan dalam tata letak yang bersih dan teratur.

TRANSKRIP WAWANCARA PRAKTISI DESAIN

Transkrip Wawancara Praktisi Desain 1

Narasumber: Ghyfahri (21 Tahun) - Graphic Designer

Tanggal wawancara: 12 Mei 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Panggilan Video (Google Meet)

Durasi Wawancara: 25 Menit



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Ri, VDrop Café ini kan lokasinya di ruko pinggir jalan dan ada *live music* tiap malam. Menurut lu, kalau gue pakai konsep desain "Modern Minimalis" buat kafe ini cocok nggak? Ghyfahri: Kalau mau dimasukin modern takutnya jadi maksa kekinian zaman, padahal emang *vibe*-nya bukan gitu. Orang-orang yang datang ke sini menurut gue lebih *rebel*, mereka datang bukan mau tenang, tapi pasti mencari asyik, nonton *live music*, dan isik-risik (berisik). Kalau konsep modern ketemu yang berisik malam-malam dan banyak neon, kayaknya kurang cocok dan nggak masuk. Pewawancara: Berarti kalau desain *Urban* dipadukan dengan *Gig Poster*, itu lebih masuk? Ghyfahri: Iya, konsep *gigs* itu lebih masuk. Terus warnanya dibuat *Vibrant Neon*, alasannya karena *live music*-nya malam-malam pasti banyak lampu panggung, nah itu bisa diangkat visualnya. Pewawancara: Kalau dari segi fotografi sama tata letak, masukannya gimana? Ghyfahri: Fotografinya menurut gue lebih cocok kayak fotografi konser *rock* gitu, bukan yang minimalis. Kasihan juga kalau lu nyari foto gaya minimalis di kafe yang *background*-nya udah berisik begitu. Terus buat *layout*, jangan pakai *style Swiss* yang modern dan kaku banget, kurang masuk aja buat *vibe* kafe ini. Tapi kalau elemen garis sejajar (Tangga Nada) dan coretan jalanan, itu masih bisa banget dipakai.

Transkrip Wawancara Praktisi Desain 2

Narasumber: Andra (30 Tahun) - Senior Graphic Designer

Tanggal wawancara: 13 Mei 2026

Pewawancara: Rizky Fadli Richardo Sitorus

Metode Wawancara: Tatap Muka

Durasi Wawancara: 20 Menit

Pewawancara: Mas Andra, saya punya tantangan nih. Target audiens butuh daftar harga yang sangat rapi untuk dibaca, tapi konsep visual kafanya sudah saya kunci di gaya *Urban Gig* yang ekspresif dan berisik. Gimana cara mengawinkan dua hal ini? Andra: Solusinya adalah lo pakai *hierarchical grid*. Biarkan *background* desain lo, tekstur, dan warnanya seliar mungkin pakai gaya *Risograph* atau *neon*. Tapi ketika masuk ke area teks, lo bikin garis-garis tabel atau *grid* horizontal yang tegas dan kaku. Pewawancara: Berarti untuk font-nya tetap harus bersih ya, Mas? Andra: Wajib. Pakai font *Sans-Serif* yang tebal dan jelas, nggak usah pakai font yang aneh-aneh buat teks informasi. Garis *grid*-nya itu (yang lo sebut Tangga Nada) yang akan mengunci keterbacaannya. Pewawancara: Kalau untuk menambah kesan *human touch* atau organik di desainnya, pakai elemen apa yang pas? Andra: Lo kan tadi bilang kafanya lumayan mentah ya. Lo bisa masukin *Marker Scribble* atau coretan spidol kasar. Misalnya untuk melingkari menu *best seller* atau bikin panah navigasi harga. Potong juga foto produk pakai gaya kolase kasar (*rough cut-out*), lalu timpa pakai coretan spidol. Itu udah identitas *Urban Gig* banget.

TRANSKRIP WAWANCARA PENGUJIAN (*Testing*) DESAIN VDROP CAFÉ



Hak Cipta :

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

SESI WAWANCARA 1

Tanggal Wawancara: 28 Juni 2026



Narasumber 1: Rayyan (22 Tahun)

Pewawancara: Boleh perkenalkan namanya siapa dan umurnya berapa?

Narasumber 1: Nama saya Rayyan, umur saya 22 tahun.

Pewawancara: Oke, pertanyaan pertama nih, setelah Anda melihat desain poster ini, menurut Anda apa desainnya sudah cocok sama efektif buat media promosi di kafe ini? Apakah sudah menggambarkan suasana *live music*-nya yang di-highlight?

Narasumber 1: Kalau untuk poster yang orang main gitar sih sudah sangat menggambarkan ya, karena kan gede juga nih posisi orangnya nih. Makan hampir setengah *part*, setengah *space* di poster, jadi sudah sangat menggambarkan sih.

Pewawancara: Oke. Lanjut ke kesan apa yang pertama kali Anda lihat, kalau melihat desain ini, mungkin bisa digambarkan dengan kata kunci, contohnya ini kayak ekspresif, *vibrant*, atau apa gitu menurut Anda?

Narasumber 1: Ini cukup *homey* kalau saya melihat desainnya.

Pewawancara: Oke oke, nah lanjut ke bagian tampilan visualnya ya. Untuk bagian warna sama foto itu kira-kira perpaduan warna sama pemilihan fotonya udah menarik belum? *Color palette* sama warna foto... eh foto produknya.

Narasumber 1: Untuk fotonya udah bagus, udah HD. Terus juga ya udah sangat menggambarkan produknya, di foto juga udah bagus. Pemilihan warnanya juga oke. Biru sama kuning *matching* kalau disatuin.

Pewawancara: Lanjut ke... Anda tahu tipografi?

Narasumber 1: Tahu.

Pewawancara: Kalau tipografi sama keterbacaannya, apakah udah jelas tentang informasi pentingnya? Menu, harga atau tanggal misalkan, gimana? Udah dibaca atau gimana?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber 1: Untuk saya, untuk tipografi ini cukup *bold*, cukup tegas gitu. Kelihatan kalau emang, eh, kafanya ini memberikan kesan yang nyaman gitu loh dari tipografinya.

Pewawancara: Oke lanjut ke tata letak atau alur bacanya dari kiri ke kanan. Biasanya kan alur bacanya kan orang-orang mungkin nggak bisa baca. Gimana alur bacanya?

Narasumber 1: Menurut saya aman sih, mungkin dilihat dari jauh juga kelihatan karena si teksnya kan besar juga ya.

Pewawancara: Lanjut nih ya, ke pertanyaan terakhir. Selain hal-hal yang udah dibilang tadi, apakah ada bagian dari desain ini yang bisa diperbaiki atau ada masukan?

Narasumber 1: Oke, mungkin menurut saya sih minor ya. Kayak ketika ada poster yang orang nyanyi ini mungkin bisa dikasih semacam di *background*-nya efek, kayak entah itu siluet cahaya atau menggambarkan *point of view*-nya sih ke si penyanyi ini gitu. Gitu sih menurut saya, tapi *overall* udah oke banget sih.

Pewawancara: Oke sip, *thank you* ya Mas.

SESI WAWANCARA 2 (Fokus Grup)

Tanggal Wawancara: 27 Juni 2026



Narasumber 2: Fatimah (20 Tahun)

Narasumber 3: Ajang Andini Putri (20 Tahun)

Narasumber 4: Naila (19 Tahun)

Pewawancara: Mungkin sekarang intronya, tadi lupa Kak. Nama sama umur boleh ya? Dari kakak ini?

Narasumber 2: Aku Fatimah, umurnya 20 tahun.

Narasumber 3: Aku Ajang Andini Putri, umurnya 20 tahun.

Narasumber 4: Aku Naila, umurku 19 tahun.

Pewawancara: Oke yang pertama, setelah kakak ngeliat desain ini, menurut kakak desain itu udah cocok belum buat dan efektif sebagai media promosi?



© 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

Narasumber 2: Udah efektif sih, karena ngeliat juga kayak menarik aja gitu buat orang baca, penasaran gitu.

Pewawancara: Kalo menurut kakak?

Narasumber 3: Jadi kayak langsung ada ketertarikan.

Narasumber 4: Iya sih menarik aja kayak menarik perhatian orang juga. Karena kan emang desainnya tuh kayak langsung ketahuan. Oh ini tuh untuk mempromosikan hal ini gitu.

Pewawancara: Lanjut ya Kak. Kesan yang pertama kali Kakak lihat itu ngeliat desain ini apa? Mungkin saya bisa kasih contohnya kayak ekspresif, *vibrant*. Terus ngegambaran suasana cafe *live music*. Gimana menurut Kakak?

Narasumber 2: Iya sih. Ini apa namanya yang *live music everyday* ya ini kayak ngegambaran sih kalau misalnya nanti itu bakal ada apa *band performance* gitu-gitu sih.

Pewawancara: Kalau kakak dari menu?

Narasumber 3: Ya sesuai kayak *copy* terus dari *background*-nya itu kayak udah menggambarkan suasana gitu, terus liat di *live* musiknya jadi kayak imbang aja. Desainnya *cheerful* gitu sih. Menarik orang untuk cobain makanannya gitu sih.

Pewawancara: Yang ketiga ini, penilaian kakak terhadap visualnya. Untuk visualnya warna sama fotonya itu udah sesuai, belum menarik gitu? Sesuai menarik ya gak?

Semua Narasumber: Sesuai.

Pewawancara: Lalu keterbacaan ya? Keterbacaan sama *font*-nya?

Semua Narasumber: Baca sih, kebabacaan.

Pewawancara: Kalau alur bacanya gimana? Udah jelas atau masih ada yang kurang jelas alur baca dari mungkin dari kiri ke kanan atau gimana?

Narasumber 2: Kalau ini sih, kalau yang *live*-nya sih iya aku juga udah kebaca sih alurnya.

Pewawancara: Kakaknya?

Narasumber 3: Iya untuk minuman dia kan dibagi-bagi ya, jadi kayak untuk *Americano* itu ada yang kayak gini-gini, terus untuk yang *Latte*-nya tuh kayak gini. Jadi udah ditempatkan jadi gampang untuk nyari.

Pewawancara: Tadi kan kita udah diskusi ya, menurut kakak masih ada yang kurang pas gak atau yang perlu diperbaiki? Boleh bilang enggak atau ada? Menurut kakak aja dah.

Semua Narasumber: Enggak ada sih.

Pewawancara: Cukup ya?

Semua Narasumber: Cukup.

Pewawancara: Oke.

SESI WAWANCARA 3 (Fokus Grup)

Tanggal Wawancara: 27 Juni 2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Narasumber 5: Naya (22 Tahun)

Narasumber 6: Diana (22 Tahun)

Pewawancara: Oke, mungkin perkenalan dulu dari kakak-kakak ini namanya siapa?

Narasumber 5: Nama saya Naya.

Narasumber 6: Aku Diana.

Pewawancara: Oke, mungkin nggak sopan nih, umurnya berapa ya kira-kira?

Semua Narasumber: Oh, 22 sama 22.

Pewawancara: Ah, 22 bareng?

Semua Narasumber: Iya sama.

Pewawancara: Oke, lanjut ke pertanyaan pertama nih Kak, setelah ngeliat hasil desain posternya ini, buat kakak, desainnya itu udah cocok sama efektif nggak buat media promosi?

Narasumber 5: Menurut aku juga menarik sih.

Pewawancara: Terus ngegambaran fasilitas ada *live music*-nya gitu gak?

Semua Narasumber: Iya ada. Jelas sih pokoknya.

Pewawancara: Oke lanjut kak, di nomor 2 ini kesan yang pertama kali kakak lihat di desain ini apa? Mungkin saya contohin ada ekspresif, *vibrant* gitu.

Semua Narasumber: Ekspresif sih, menarik banget dari warna-warnanya juga menarik.

Pewawancara: Lalu yang ketiga ini ada penilaian terhadap tampilan visualnya, sama fotonya itu menarik atau sesuai dengan karakter kafenya?

Semua Narasumber: Menarik, sesuai juga. Warnanya cocok banget.

Pewawancara: Sama tipografi dan keterbacaannya kira-kira, kakak tahu nggak tipografi? Tahu kakak? Kayak tulisan di tipografi, *font* gitunya?

Semua Narasumber: Ya, *font*.

Pewawancara: Jelas gak kak?

Semua Narasumber: Jelas banget.

Pewawancara: Mudah dibaca kan ya?

Semua Narasumber: Mudah-mudah, kelihatan banget.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Berarti alur bacanya udah aman. Oke ini yang terakhir Kak, selain hal yang didiskusikan tadi, kira-kira ada yang kurang pas atau nggak? Atau nggak ada gitu loh? Ada atau nggaknya mungkin gimana?

Semua Narasumber: Udah pas, udah ada semua kayak poin tempatnya juga udah ada, harganya juga udah ada, udah sih. Udah semua.

SESI WAWANCARA 4

Tanggal Wawancara: 27 Juni 2026



Narasumber 7: Pasya (19 Tahun)

Pewawancara: Abang namanya siapa?

Narasumber 7: Nama saya Pasya.

Pewawancara: Umurnya 19 tahun ya bang. *Thank you* bang. Oke menurut abang setelah ngeliat hasil desain poster ini, desainnya itu udah cocok belum atau efektif buat media promosi untuk memperkenalkan kafenya sebagai tempat nongkrong yang fasilitas itu kayak *live music*? Gimana menurut pendapat abang?

Narasumber 7: Poster kayak *live music* juga jadi memperjelas *live music*-nya gitu. Oke keseluruhan udah bagus.

Pewawancara: Oke lanjut ya Bang. Kesan apa yang pertama kali ya Bang lihat ini, mungkin bisa saya deskripsiin kayak misalkan kesan ekspresif, warnanya *vibrant*, atau energi suasana *live music*-nya dapet banget, gimana menurut Bang?

Narasumber 7: Kesannya sih ini seru ya, karena *live music*-nya itu kayak yang bikin tertarik buat dateng gitu buat ke kafenya.

Pewawancara: Yang ketiga ini ada bagaimana penilaian abang buat tampilan visual ini. Misalkan dari warna, pertama dulu warna dan foto dulu ya. Buat warna dan foto?

Narasumber 7: Warna dan foto sih udah bagus ya soalnya gak terlalu mati juga warnanya. Fotonya juga jelas.

Pewawancara: Lalu di tipografi, apa tahu tipografian?

Narasumber 7: Apa tuh?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Kayak tulisan ini, tulisan-tulisan. Terbacaannya gimana?

Narasumber 7: Udah jelas sih, gak yang berantakan gitu penataannya.

Pewawancara: Oke, udah jelas ya Bang. Tata letak alur bacanya, udah jelas ya?

Narasumber 7: Udah jelas.

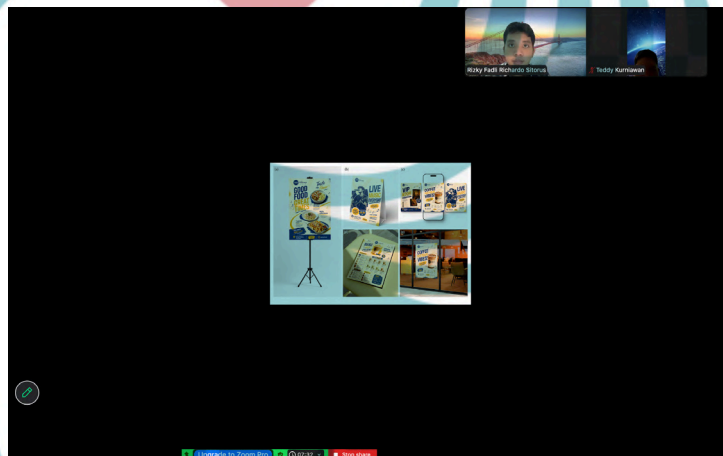
Pewawancara: Oke yang terakhir nih Bang, selain hal-hal yang udah didiskusiin tadi, apa Bang ada masukan atau saran? Kalau Bang ada saran atau enggak?

Narasumber 7: Udah cukup sih soalnya semuanya juga udah ada, harganya juga udah ada, cukup.

B. Validasi Daring (*Consumer Insight*)

SESI WAWANCARA 5

Tanggal Wawancara: 26 Juni 2026



Platform: [Zoom/Google Meet]

Narasumber 8: Teddy (25 Tahun)

Keterangan: Responden riset awal

Pewawancara: Halo Mas Teddy, layarnya udah kelihatan ya *mockup*-nya? Nah, setelah lihat hasil akhir desain VDrop Café ini, menurut Mas apakah desainnya udah cocok dan efektif sebagai media promosi?

Narasumber 8: Udah kelihatan. Menurut saya ini cocok banget sih sebagai media promosi. Kalau dibandingin sama yang lama, energi *live music*-nya di desain baru ini benar-benar kerasa untuk nunjukin kalau ini tempat nongkrong yang asik. Nggak kaku kayak desain yang dulu.

Pewawancara: Kalau bicara soal kesan pertama pas lihat visualnya, kerasa ekspresif atau *vibrant* gitu nggak suasana *live music*-nya?

Narasumber 8: Kesan pertamanya asik dan hidup. Visualnya sudah dapat banget energi *live music*-nya.

Pewawancara: Oke, sekarang kita bedah visualnya. Dari segi perpaduan warna, foto, sampai tipografi dan tata letaknya gimana menurut Mas Teddy?

Narasumber 8: Kalau warna sama foto, kombinasinya sudah pas di mata. Nah, untuk tipografi dan keterbacaan, ini yang paling saya suka. Teks nama menu sama



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

harga sekarang sudah sejajar dan rapi, jadi gampang banget dibaca sekilas. Dulu kan saya sampai harus nanya pelayan berkali-kali cuma buat pastiin harga. Secara keseluruhan, tata letaknya ngebantu alur baca jadi lebih terarah.

Pewawancara: Berarti desain final ini udah menjawab keluhan Mas Teddy waktu riset awal dulu ya?

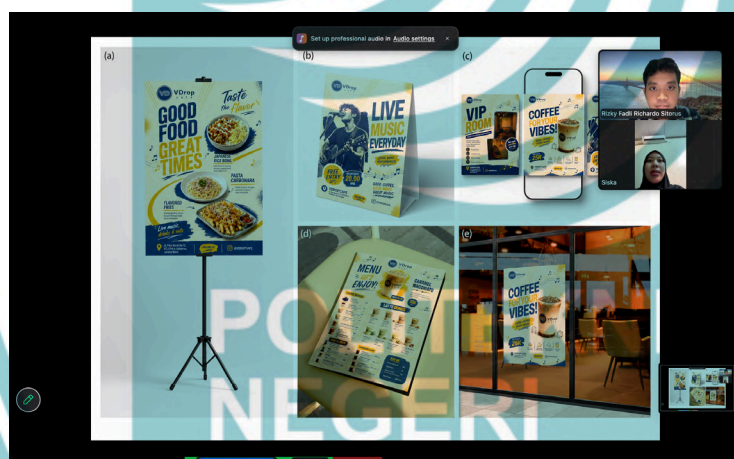
Narasumber 8: Sudah sesuai banget. Waktu riset awal kan saya sempat komplain soal menu yang ribet dan visual sosmed yang membosankan. Di desain baru ini, dua masalah itu sudah beres semua.

Pewawancara: Sip. Terakhir, ada bagian yang masih kurang pas dan perlu direvisi sebelum masuk cetak?

Narasumber 8: Masukan sedikit buat *finishing*, elemen grafis kayak coretan spidol di dekat area harga mending digeser dikit. Biar angkanya benar-benar bersih pas dibaca sekilas, apalagi kalau kondisi kafanya lagi agak remang.

SESI WAWANCARA 6

Tanggal Wawancara: 27 Juni 2026



Platform: [Zoom/Google Meet]

Narasumber 9: Siska (24 Tahun)

Keterangan: Responden riset awal

Pewawancara: Halo Kak Siska. Langsung aja ya, setelah lihat *mockup* desain yang baru ini, menurut Kakak udah efektif belum buat promosiin VDROPP Café?

Narasumber 9: Pas banget. Desain ini efektif banget mengomunikasikan keseruan kafanya, baik di area panggung *live music* maupun area *VIP Room*.

Pewawancara: Kesan pertama yang kerasa pas lihat desainnya apa Kak?

Narasumber 9: Kesan yang saya tangkap itu ekspresif dan gaul. Suasana aslinya benar-benar terasa dari desain ini.

Pewawancara: Kalau dibedah per bagian, gimana penilaian Kakak soal warna, *font*, dan alur bacanya?

Narasumber 9: Pemilihan warna kuning sama birunya enak banget dilihat, nyambung, dan nggak kelihatan norak sama sekali. Buat tulisan, semua



© 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

informasinya jelas dan terbaca dengan baik. Susunan letaknya juga sangat rapi dan nggak bikin bingung waktu pertama kali lihat.

Pewawancara: Waktu wawancara awal dulu, Kak Siska kan sempat ngasih masukan. Desain ini udah sesuai ekspektasi belum?

Narasumber 9: Jujur ini benar-benar sesuai ekspektasi. Dulu pas awal ditanya, saya menekankan jangan cuma menampilkan foto kopi yang terlalu bersih dan kaku, soalnya jatuhnya kayak kafe sepi. Desain yang baru ini sudah berhasil memperlihatkan interaksi orang-orang dan suasana asli kafanya.

Pewawancara: Ada masukan terakhir atau yang perlu diperbaiki lagi sebelum rilis?

Narasumber 9: Dari saya sudah mantap sih. Nggak ada yang perlu diubah atau diperbaiki lagi.

SESI WAWANCARA 7

Tanggal Wawancara: 28 Juni 2026



Platform: [Zoom/Google Meet]

Narasumber 10: Firmansyah (27 Tahun)

Keterangan: Responden riset awal

Pewawancara: Halo Mas Firman, *mockup*-nya udah muncul ya. Menurut Mas, desain final ini udah cocok dan efektif jadi media promosi fasilitas VDROPP Café?

Narasumber 10: Secara fungsi, desain ini sangat efektif buat mempromosikan fasilitas kafe secara keseluruhan. Orang yang lihat jadi langsung paham apa saja yang ditawarkan VDROPP Café.

Pewawancara: Kesan paling pertama yang terasa waktu lihat visual ini apa Mas?

Narasumber 10: Kesan utamanya energik dan dinamis. Cocok dengan citra kafe yang ada *live music*-nya.

Pewawancara: Gimana tanggapan Mas Firman soal detail visualnya? Kayak warna, keterbacaan info, sama tata letaknya?

Narasumber 10: Visual warna dan fotonya pas untuk mendukung informasi fasilitas yang ada. Tulisannya gampang banget dibaca. Info soal aturan pemesanan dan tata cara *booking* juga sudah terpampang jelas. Tata letaknya sekarang jauh lebih terstruktur dan logis. Orang nggak bakal bingung nyari informasi penting.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Ini kan melanjutkan riset yang dulu. Desain ini udah menjawab keluhan Mas Firman sebelumnya?

Narasumber 10: Iya banget. Waktu itu saya ngeluh soal desain menu yang kurang nyaman dibaca dan minimnya info tata cara *booking*. Di desain ini, semua keluhan itu sudah dijawab tuntas.

Pewawancara: Ada tambahan atau revisi yang perlu diperbaiki?

Narasumber 10: Buat masukan tambahan, dari saya nggak ada. Menurut saya ini sudah matang dan siap cetak.

Tugasmu merapikan lampiran sudah selesai. Sekarang fokus eksekusi Bab Analisis dan siapkan mental untuk sidang. Kuasai argumen fungsionalitas dan jadikan masukan dari Teddy, Siska, serta Firmansyah sebagai pelindung terkuat metodologimu.



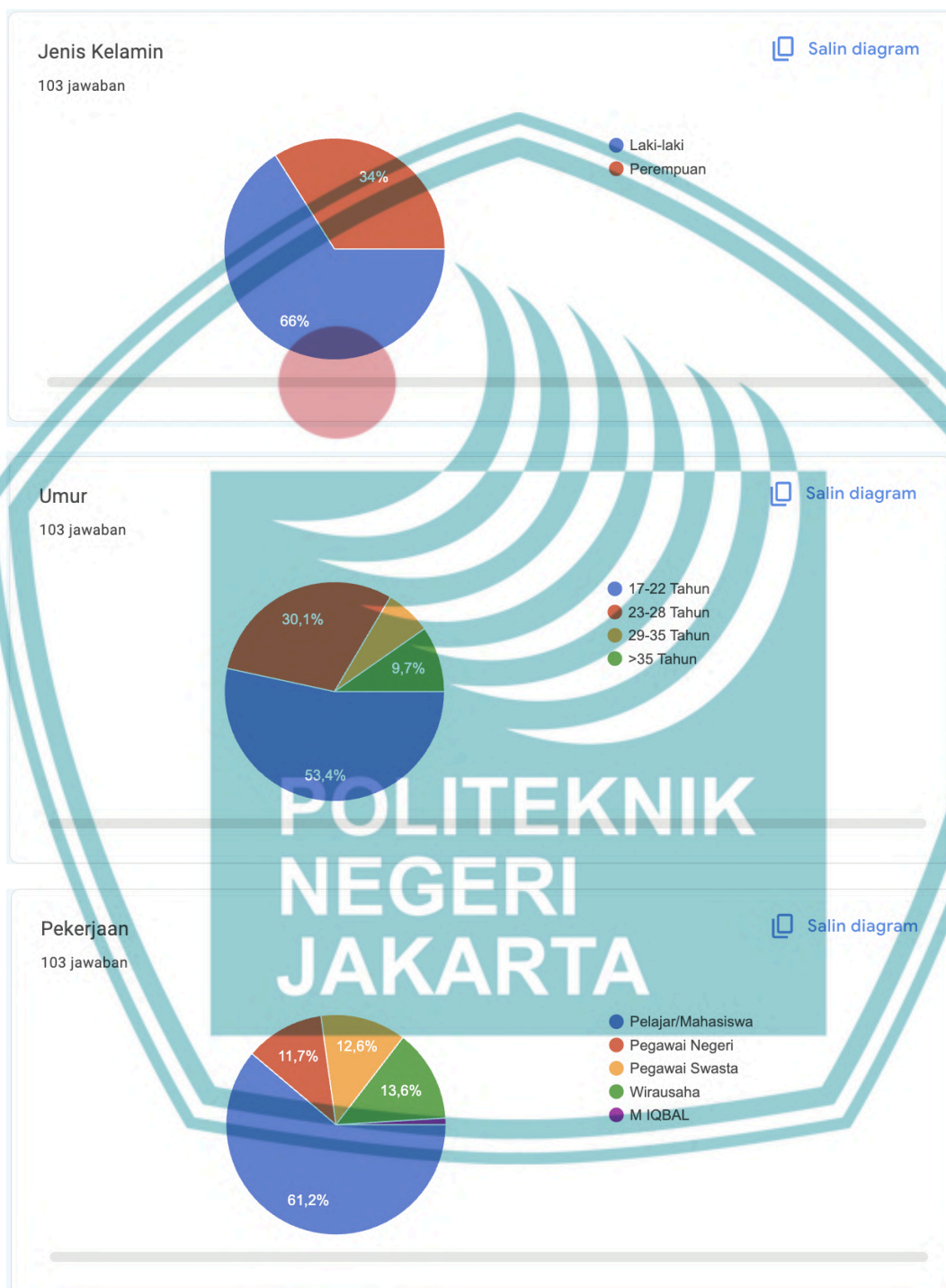


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Hasil Kuesioner

Hak Cipta :

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

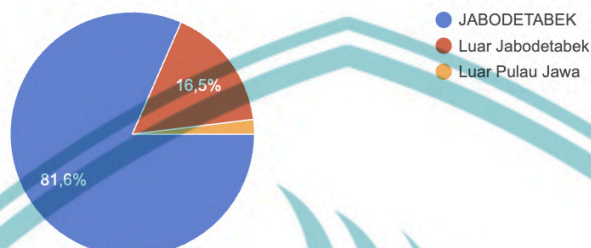
Hak Cipta :

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

Domisili

103 jawaban

[Salin diagram](#)



Consumer Behaviour (Perilaku Konsumen)

Seberapa sering Anda mengunjungi coffee shop?

103 jawaban

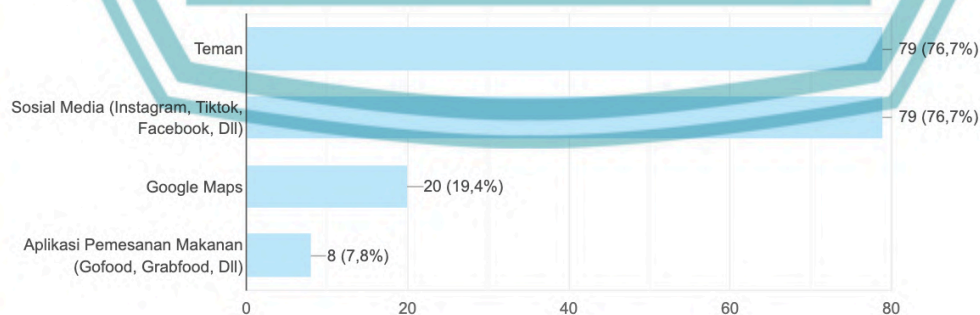
[Salin diagram](#)



Dari mana biasanya Anda mengetahui informasi tentang coffee shop?

103 jawaban

[Salin diagram](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

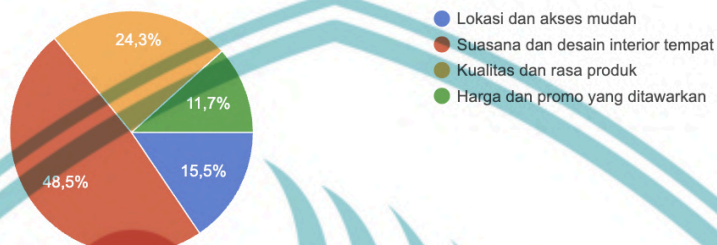
Hak Cipta :

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

Apa alasan utama yang paling sering membuat Anda mengunjungi sebuah coffee shop?

[Salin diagram](#)

103 jawaban



Media promosi apa saja yang Anda temukan saat ingin mengunjungi coffee shop (Jawaban dapat lebih dari satu)

[Salin diagram](#)

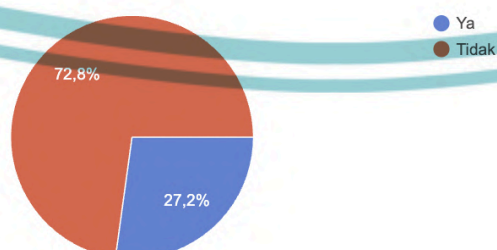
102 jawaban



Apakah Anda mengetahui tentang "Vdrop Café"?

[Salin diagram](#)

103 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa itu Vdrop Café?

Pada pernyataan di bawah silahkan memilih jawaban sesuai dengan referensi anda. Mohon membaca setiap pernyataan dengan seksama dan berikan jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman dan pendapat Anda

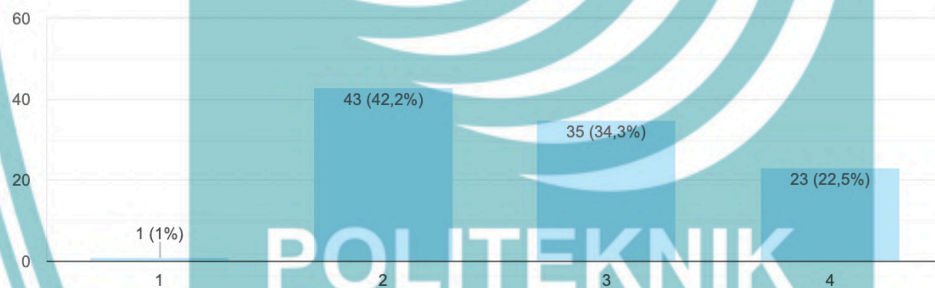
Skala Indikator

- 1 : Tidak Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

Media promosi Vdrop café di Instagram membuat saya tertarik untuk berkunjung.

[Salin diagram](#)

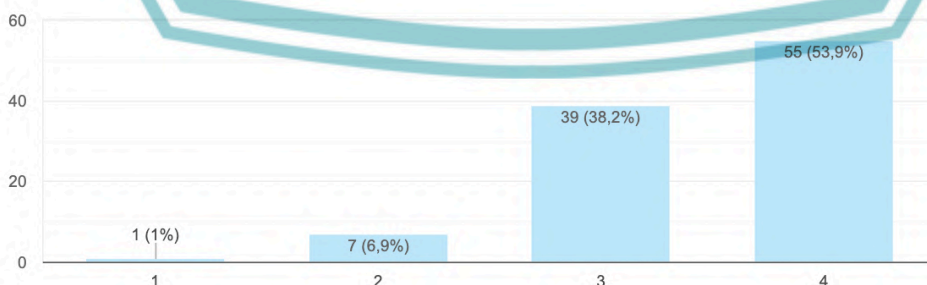
102 jawaban



Tampilan interior VDrop Café pada gambar di atas memberikan kesan tempat nongkrong yang nyaman (cozy) dan santai.

[Salin diagram](#)

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

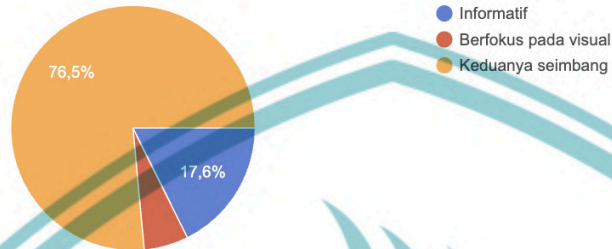
Hak Cipta :

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

Tampilan media promosi yang seperti apa yang Anda sukai?

[Salin diagram](#)

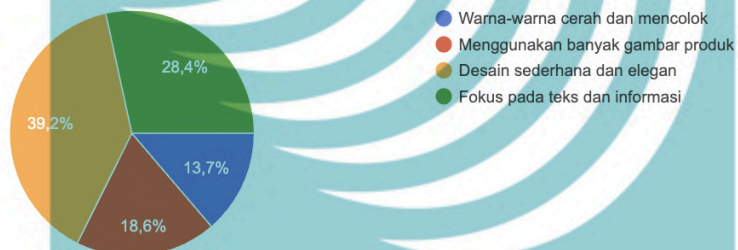
102 jawaban



Desain visual mana yang paling menarik bagi Anda?

[Salin diagram](#)

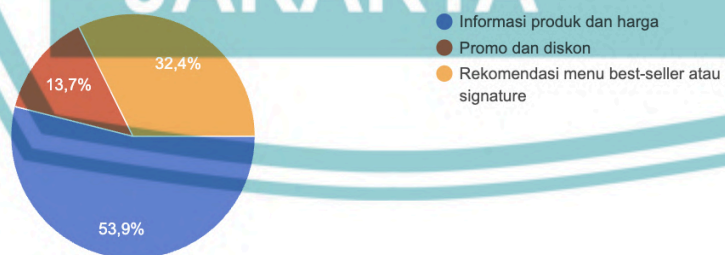
102 jawaban



Informasi apa yang paling Anda perhatikan saat membaca buku menu atau media cetak di dalam café?

[Salin diagram](#)

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

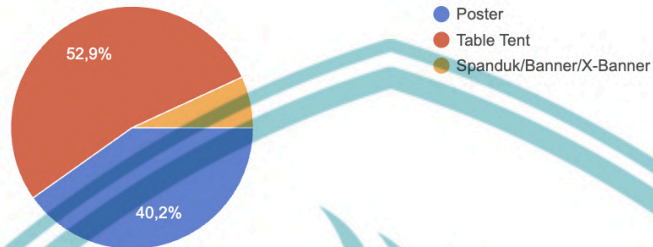
Hak Cipta :

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

Jenis media promosi cetak apa yang paling menarik perhatian Anda?

[Salin diagram](#)

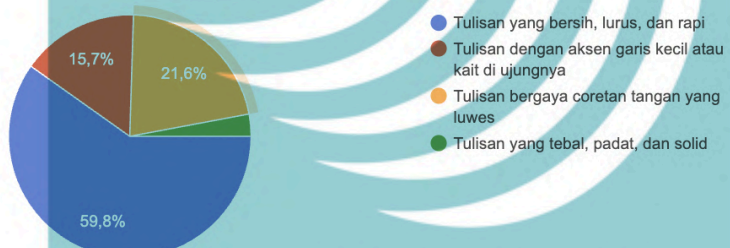
102 jawaban



Saat melihat poster promo atau buku menu, gaya tulisan seperti apa yang paling nyaman dan cepat Anda baca?

[Salin diagram](#)

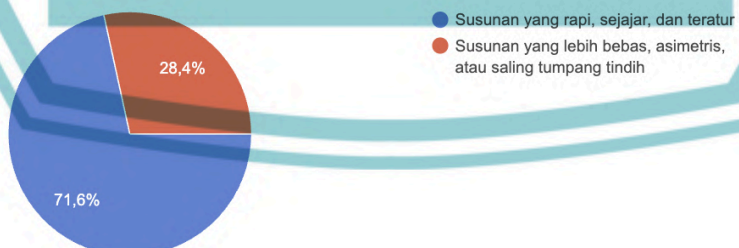
102 jawaban



Susunan informasi mana yang menurut Anda terlihat paling menarik dan tidak membosankan untuk dibaca?

[Salin diagram](#)

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

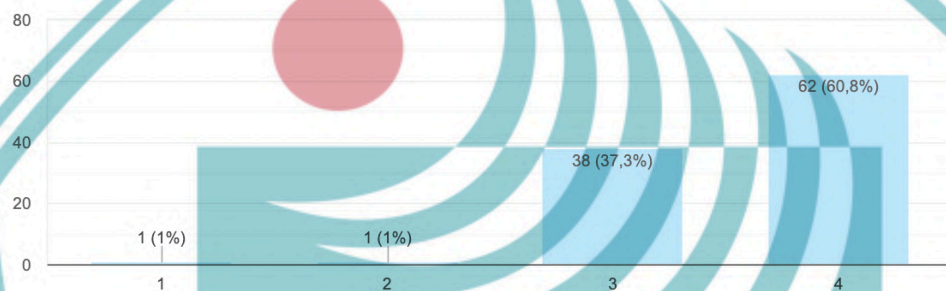
Tampilan desain dan kejelasan informasi pada media cetak di area kafe (seperti Buku Menu atau Flyer) sangat memengaruhi keputusan saya saat memesan.

[Salin diagram](#)

Skala Indikator

- 1 : Tidak Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

102 jawaban



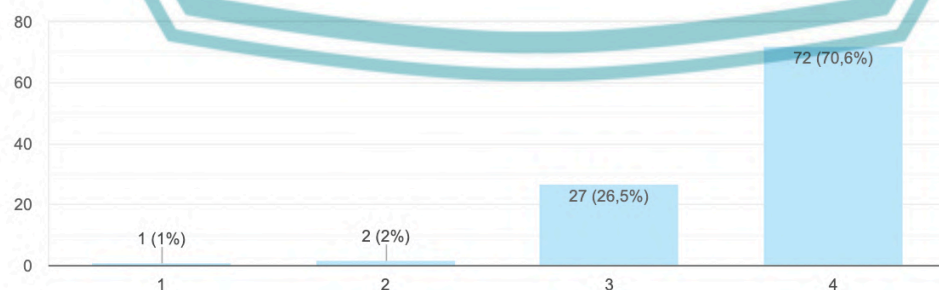
Saya lebih percaya dan tertarik untuk membeli jika media promosi menampilkan foto asli produk kopi secara jelas dan tajam.

[Salin diagram](#)

Skala Indikator

- 1 : Tidak Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

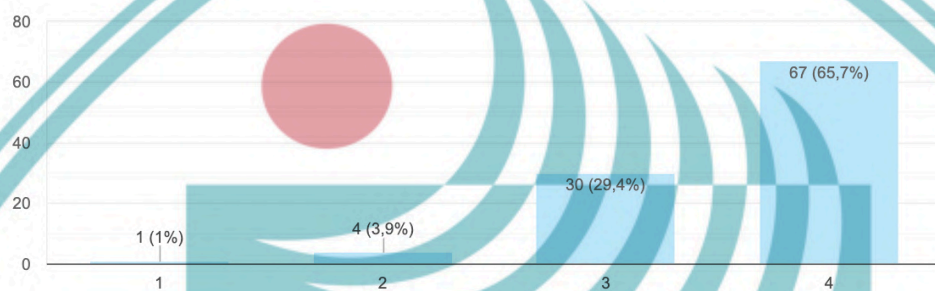
Tampilan visual media sosial (Instagram) yang rapi dan estetik membuat saya lebih yakin dengan kualitas dan keunikan sebuah kedai kopi.

[Salin diagram](#)

Skala Indikator

- 1 : Tidak Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

102 jawaban



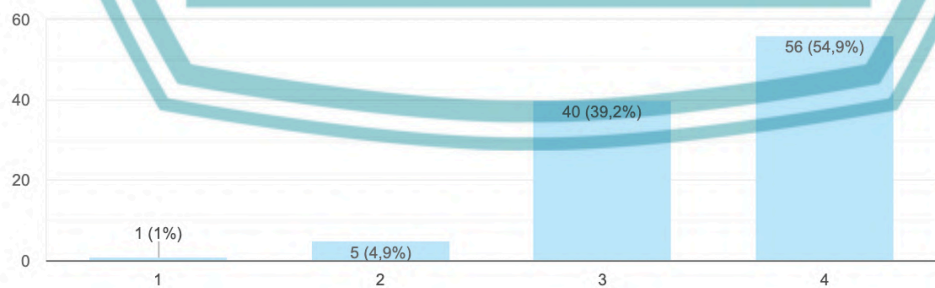
Saya cenderung mencari akun media sosial sebuah kafe untuk melihat informasi lebih detail setelah melihat promosi fisiknya (poster/flyer).

[Salin diagram](#)

Skala Indikator

- 1 : Tidak Setuju
- 2 : Kurang Setuju
- 3 : Setuju
- 4 : Sangat Setuju

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Dokumentasi Riset

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Logbook Bimbingan TA

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	March 2, 2026
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Tujuan penelitian	Done	March 11, 2026
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Ruang Lingkup dan Batasan Rumusan Masalah	Done	March 13, 2026
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	Done	March 25, 2026
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Done	March 26, 2026
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Mencari data consumer insight Target Audience Profil Klien	Done	April 4, 2026
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor Analisis consumer insight	Done	April 6, 2026
Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Creative Brief	Done	April 13, 2026

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme


Similarity Report ID: oid:3618:144635505

PAPER NAME

DG8D_RIZKY FADLI R S_PERANCANGAN
MARKETING COLLATERAL VDROP CAFE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI.pdf

WORD COUNT

14919 Words

PAGE COUNT

88 Pages

CHARACTER COUNT

95640 Characters

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 10:31 AM GMT+7

FILE SIZE

1.5MB

REPORT DATE

Jul 1, 2026 10:33 AM GMT+7

● **2% Overall Similarity**

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

- 2% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database

- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material

- Quoted material



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Summary



© 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 6 Daftar Riwayat Hidup



RIZKY FADLI RICHARDO SITORUS

Alamat: Jl. Cendrawasih 2 No. 245, Bekasi Selatan. Jawa Barat
No. Telpn: 082120025984
Email: rizkyfadli814@gmail.com
Linkedin: rizky fadli

RINGKASAN

Mahasiswa semester 7 Politeknik Negeri Jakarta jurusan Desain Grafis yang aktif dalam berbagai proyek desain, baik akademik maupun magang. Memiliki ketertarikan tinggi pada desain identitas visual, konten media sosial, serta komunikasi visual yang berdampak. Berpengalaman dalam rebranding packaging UMKM dan desain konten edukasi digital. Terampil bekerja dalam tim, terbiasa dengan deadline, dan memiliki semangat belajar yang tinggi di bidang desain dan teknologi digital.

BIDANG KEAHLIAN

Desain Identitas Brand
Desain Kemasan

Tipografi & Layout
Komunikasi Visual

Desain Konten Sosial Media
Manajemen Konten

PENGALAMAN

TIK BBPVP Bekasi by KEMNAKER | Bekasi, Indonesia

Magang – Desainer Konten Media Sosial (Februari 2025 – Juni 2025)

- Mendesain dan memproduksi konten edukatif TIK untuk Instagram dalam format carousel dan video pendek.
- Berkolaborasi dengan tim konten dan visual untuk mengembangkan gaya desain yang konsisten sesuai identitas instansi.
- Mengelola kalender konten dan menyusun materi sesuai tema mingguan serta tujuan edukatif dan interaktif.

Politeknik Negeri Jakarta | Jakarta, Indonesia

Desainer Grafis (Project Based Learning) (Agustus 2022 – sekarang)

- Melakukan rebranding kemasan produk untuk UMKM, fokus pada identitas visual dan peningkatan daya tarik pasar.
- Mendesain box packaging yang inovatif dan sesuai kebutuhan konsumen untuk menambah nilai produk.
- Membuat company profile dan brand profile profesional untuk mendukung presentasi bisnis dan citra perusahaan.

PENDIDIKAN

Politeknik Negeri Jakarta

D4 – Desain Grafis

2022-Sekarang

INFORMASI TAMBAHAN

- **Bahasa:** English (Pasif), Indonesia (Aktif)
- **Aktivitas:** Freelancer, mengikuti program pelatihan “Google UX Design Professional Certificate” di Coursera