



© 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*
DREW'S SODA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
ADELIA NADWA KAMILA SADIKIN
2206421040

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Marketing collateral* Drew's Soda Sebagai Media Promosi
Penulis : Adelia Nadwa Kamila Sadikin
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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

NIP 197209021995122001

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* DREW'S SODA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

ADELIA NADWA KAMILA SADIKIN

2206421040

Disahkan:

Depok, 15 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP. 199805142025062012

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* DREW'S SODA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Adelia Nadwa Kamila Sadikin

2206421040



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Di tengah maraknya kasus diabetes, banyak masyarakat yang sudah mulai sadar betapa pentingnya kesehatan pada tubuh, terutama pada gula darah. Soda merupakan salah satu minuman manis yang memiliki manfaat yaitu mengurangi tingkat depresi dan meningkatkan kebugaran jasmani. Namun, tingginya kandungan gula membuat konsumsi berlebihan dapat menyebabkan diabetes. Maraknya minuman soda yang mengandung banyak gula di pasaran mendorong Drew's Soda untuk menghadirkan minuman soda yang menyegarkan tapi memiliki kandungan gula yang lebih rendah. Meski sudah memiliki keunggulan rendahnya kalori dan gula, masih banyak audiens yang belum pernah mendengar nama Drew's Soda karena *brand* ini baru diluncurkan pada tahun 2025 dan sedikitnya retail penjualan yang mengakibatkan belum terbangunnya *brand awareness*. Perancangan ini bertujuan untuk merancang desain *marketing collateral* sebagai media promosi yang dapat menonjolkan keunggulan produk berupa rendah kalori dan gula dengan pendekatan komunikasi yang seru dan menyenangkan. Perancangan ini menggunakan metode *mixed-method* yaitu penggabungan dari metode kualitatif (wawancara, observasi, studi literatur) dan kuantitatif (survei) dengan pendekatan *Design Thinking* yang dimulai dari proses *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Perancangan ini menghasilkan desain *marketing collateral* yang berhasil menyampaikan pesan utama *brand* melalui media cetak *POP display*, *chiller showcase*, poster, *merchandise*, serta media digital Instagram dan *E-commerce*.

Kata kunci: *Brand Awareness*, *Marketing collateral*, *Playful*, Soda



Hak Cipta :

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

Amidst the rising incidence of diabetes, many people are becoming increasingly aware of the importance of physical health, particularly blood sugar levels. Soda is a sweetened drink that offers benefits such as reducing depression and improving physical fitness. However, its high sugar content means that excessive consumption can lead to diabetes. The prevalence of high-sugar sodas on the market has prompted Drew's Soda to launch a refreshing soda with a lower sugar content. Although it already boasts the advantages of being low in calories and sugar, there are still many consumers who have never heard of Drew's Soda, as the brand was only launched in 2025 and has limited retail distribution, resulting in a lack of brand awareness. This project aims to design marketing collateral as a promotional tool that highlights the product's key benefits—namely, its low calorie and sugar content—using a fun and engaging communication approach. This project utilises a mixed-methods approach, combining qualitative methods (interviews, observation, literature review) and quantitative methods (surveys) with a Design Thinking framework comprising the stages of empathise, define, ideate, prototype and test. This project resulted in the design of marketing collateral that successfully conveys the brand's key message through print media such as point-of-purchase (POP) displays, chiller showcases and posters, as well as merchandise and digital media including Instagram and e-commerce platforms.

Keyword: Brand Awareness, Marketing collateral, Playful, Soda

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Dengan memanjatkan Puji dan Syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Marketing collateral* Drew’s Soda Sebagai Media Promosi” ini dapat terselesaikan.

Dalam menyusun laporan ini banyak halangan dan rintangan yang dihadapi, tetapi atas bantuan dari berbagai pihak akhirnya semua dapat terselesaikan. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M. Eng. Selaku Kepala Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Ds. Selaku kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing yang selalu mengarahkan penulis dalam pembuatan laporan ini.
5. MRR. Tiyas Maheni DK, S.H., M.H. selaku dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan penulis motivasi untuk menghadapi tugas akhir ini.
6. Kedua orang tua dan kedua kakak saya yang sudah selalu mendoakan saya agar saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan hasil yang terbaik dan lulus.
7. Kak Andrew dan Kak Natasia selaku *owner* dari *brand* Drew’s Soda.
8. Kelas DG8BANZAI yang hingga saat ini masih solid satu sama lain.
9. Daaniya, Banu, Bima, Arsah, Joan, Sahnur, Fikri, Cheisa, Rendy, Attar, dan Joris selaku teman satu bimbingan yang selalu membantu dan berbagi keluh kesah satu sama lain.
10. Luthfiyyah, Hanif, Fly, Hafiz, Aryani yang sudah memberikan banyak pencerahan mengenai tugas akhir sekaligus menjadi tempat penulis berkeluh kesah.
11. Grup “Trunitinz” yang terdiri dari Bening, Kamila, Nadhira, Nafilati, dan Shena yang selalu membantu satu sama lain hingga mengajak jalan-jalan.



Hak Cipta :

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

12. Dera, Dhiya, dan Zahra Fauziah selaku teman sesama TA *batch* 2 yang selalu berbagi cerita dan berkeluh kesah dengan penulis.
13. Sirkel “Wow, Primitif” yang terdiri dari Arma, Bagus, dan Harina yang selalu memberi *meme* lucu sekaligus mengajak penulis untuk berkumpul ke suatu tempat.
14. Teman sekaligus musisi anonim bernama Disnoband yang telah mengajak penulis berkolaborasi pada setiap lagu yang akan dirilis.

Akhir kata semoga laporan ini bermanfaat bagi pembaca dan mohon maaf apabila ada kekurangan atau salah kata. Sekian penulis ucapkan terimakasih.

Jakarta, 8 Juli 2026

Adelia Nadwa Kamila Sadikin

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penyusunan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 <i>Marketing</i>	7
2.1.1 <i>Marketing mix</i>	8
2.2 Promosi	9
2.3 Media Promosi	10
2.3.1 <i>Marketing collateral</i>	10
2.4 Desain Grafis.....	14
2.4.1 Prinsip Desain Grafis	14
2.4.2 Elemen Desain Grafis	17
2.4.2.1 Warna	17
2.4.2.2 Tipografi	19
2.4.2.3 <i>Layout</i>	22
2.4.2.4 <i>Image</i>	24
2.5 Metode Penelitian <i>Design thinking</i>	26



Hak Cipta :

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

BAB III METODE PERANCANGAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.2 Data dan Analisis	30
3.2.1 Profil Klien.....	30
3.2.2 <i>Product knowledge</i>	31
3.2.3 <i>Target Audience</i>	33
3.2.4 Kompetitor	34
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	42
3.2.6 <i>Positioning</i>	46
3.2.7 Analisis SWOT	47
3.3 Arahan Kreatif.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	52
4.1 Konsep Visual	52
4.1.1 <i>Mind Map</i>	52
4.1.2 <i>Moodboard</i>	53
4.2 Proses Desain	54
4.2.1 Sketsa Manual	54
4.2.2 Desain Komprehensif.....	59
4.2.3 Desain Terpilih.....	61
4.2.4 <i>Prototype</i>	66
4.2.5 <i>Test</i>	67
4.2.6 Hasil Akhir Desain.....	69
4.3 Pertimbangan Produksi	75
BAB V KESIMPULAN	76
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran.....	77
REFERENSI	78
LAMPIRAN.....	lxxxii



Hak Cipta :

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

Gambar 2.1 Contoh Promosi Produk di Halte Bus.....	9
Gambar 2.2 POP display Brand cocobella.....	11
Gambar 2.3 Merchandise "Ciee Udah Wisuda"	12
Gambar 2.4 Poster Promosi Minuman	13
Gambar 2.5 Contoh Kesatuan pada Desain	14
Gambar 2.6 Perbedaan Keseimbangan Simetris dan Asimetris	15
Gambar 2.7 Penerapan Kontras pada Poster Film	15
Gambar 2.8 Penerapan Prinsip Penekanan pada Instagram Ads	16
Gambar 2.9 Poster Film "Vertigo"	16
Gambar 2.10 Iklan Coca Cola	17
Gambar 2.11 Perbedaan Warna RGB dan CMYK.....	19
Gambar 2.12 Perbedaan Typeface dan Font.....	19
Gambar 2.13 Contoh Huruf "Serif"	20
Gambar 2.14 Perbedaan Huruf Sans Serif dengan Serif	20
Gambar 2.15 Contoh Huruf "Script"	20
Gambar 2.16 Contoh Huruf "Decorative"	20
Gambar 2.17 Perbandingan Keterbacaan Huruf.....	21
Gambar 2.18 Perbandingan Keterbacaan Kalimat	21
Gambar 2.23 Manuscript Grid.....	22
Gambar 2.24 Column Grid	23
Gambar 2.25 Modular Grid	23
Gambar 2.26 Hierarchical Grid	24
Gambar 2.27 Contoh Exploration Grid	24
Gambar 2.28 Ilustrasi Masa Kecil dan Masa Dewasa	25
Gambar 2.29 Foto Produk	26
Gambar 3.1 Logo Drew's Soda	30
Gambar 3.2 Showcase chiller Drew's Soda di Clubhouse Gandaria	31
Gambar 3.3 Kerja sama Drew's Soda x Kayowo Florist	32
Gambar 3.4 Persebaran Outlet Padel.....	32



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.5 Desain Media Sosial Drew's Soda	33
Gambar 3.6 ZOZO Soda.....	35
Gambar 3.7 Media Promosi ZOZO Soda	35
Gambar 3.8 Bora Soda	36
Gambar 3.9 Media Promosi Bora Soda.....	37
Gambar 3.10 Itsuka Kola.....	37
Gambar 3.11 Kegiatan Event Itsuka Kola	38
Gambar 3.12 Status Toko Online Itsuka Kola.....	39
Gambar 3.13 Logo Simply Soda Bali.....	39
Gambar 3.14 Postingan Media Sosial Simply Soda Bali	40
Gambar 3.15 Logo Palma Drink	41
Gambar 3.16 Media Promosi pada Palma Drink.....	41
Gambar 3.17 Referensi Layout.....	44
Gambar 3.18 <i>Matrix Positioning</i>	47
Gambar 4.1 Mindmap Key Visual.....	52
Gambar 4.2 Moodboard Referensi	53
Gambar 4.3 Sketsa <i>Thumbnail</i> Elemen Visual.....	54
Gambar 4.4 Konsep Tema Alternatif 1	55
Gambar 4.5 Konsep Tema Alternatif 2	56
Gambar 4.6 Konsep Tema Alternatif 3 dan Referensi Konsep	57
Gambar 4.7 Konsep Tema Alternatif 4	57
Gambar 4.8 Konsep Sketsa <i>Sticker wrap</i> 5	58
Gambar 4.9 Hasil Digitalisasi Sketsa <i>Sticker wrap</i> 1	59
Gambar 4.10 Hasil Digitalisasi Tema Alternatif 2	60
Gambar 4.11 Hasil Digitalisasi Sketsa <i>Sticker wrap</i> 5.....	61
Gambar 4.12 Palet Warna.....	62
Gambar 4.13 Typeface Drew's Soda	62
Gambar 4.14 Pose <i>Default</i> (kiri) dan Pose yang Dimodifikasi	63
Gambar 4.15 Supergrafis Drew's Soda	63
Gambar 4.16 Penerapan Prinsip Kesatuan pada Setiap Media.....	64
Gambar 4.17 Keseimbangan Antar Media	64



Hak Cipta :

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

Gambar 4.18 Kontras Antar Elemen	65
Gambar 4.19 Penerapan Prinsip Penekanan	65
Gambar 4.20 Arah Baca Desain	66
Gambar 4.21 Proporsi pada Setiap Media	66
Gambar 4.22 Prototipe Stiker <i>Showcase chiller</i> dan Poster	67
Gambar 4.23 Perbandingan Sebelum dan Setelah Perbaikan Testing	70
Gambar 4.24 Pengaturan Bleed dan Crop Mark	71
Gambar 4.25 Perbandingan Sebelum dan Setelah Perbaikan Poster	72
Gambar 4.26 Penyesuaian Layout pada Platform Instagram	73
Gambar 4.27 Penerapan Konten Poster pada Platform E-Commerce	74
Gambar 4.28 <i>Merchandise Drew's Soda</i>	74



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Makna Setiap Warna	17
Tabel 3.1 Segmentasi Target Konsumen.....	34
Tabel 3.2 Perbandingan Jawaban Referensi Layout pada Setiap Narasumber.....	45
Tabel 3.3 Perbandingan Jenis <i>Merchandise</i> Setiap Narasumber Wawancara	46
Tabel 3.4 Analisis SWOT.....	48
Tabel 3.5 Creative Brief	49
Tabel 4.1 Hasil Testing.....	68





Hak Cipta :

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

Lampiran 1 Transkrip Wawancara <i>Brand</i>	lxxxii
Lampiran 2 Hasil Wawancara dan Kuisisioner Konsumen	lxxxv
Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian	xciii
Lampiran 4 Transkrip Testing	xcv
Lampiran 5 Lembar Bimbingan Tugas Akhir	civ
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme	cvi
Lampiran 7 Riwayat Hidup	cviii





Hak Cipta :

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

Di tengah maraknya kasus diabetes, banyak masyarakat yang sudah mulai sadar betapa pentingnya kesehatan pada tubuh, terutama pada gula darah. Hal ini dibuktikan dari pernyataan Wakil Kepala BPS Sonny Harry Budiutomo Harmadi pada rapat kerja bersama Komisi VI DPR yang dikutip oleh CNBC (Rizky, 2026) yang menyebutkan adanya penurunan penggunaan gula rumah tangga. Hasil survei dari Majalah Business Asia (Business Asia, 2025) juga menyebutkan bahwa minuman yang memiliki manfaat fungsional seperti air mineral (Le Mineral), minuman fermentasi seperti Yakult, *yogurt* seperti Cimory, minuman isotonik seperti Pocari Sweat, dan produk susu mendominasi pasar minuman di Indonesia selama tahun 2024-2025. Menurut penelitian dari Panji (2024), produk dengan bahan alami dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen yang sangat memperhatikan kesehatan. Hal ini membuat banyak perusahaan minuman berlomba-lomba untuk menciptakan minuman yang memiliki kandungan bahan alami. Meski demikian, konsumen mencari keseimbangan antara rasa dan komposisi sehat yang ada di dalam kemasan suatu produk (Li et al., 2024).

Salah satu minuman yang cukup populer di Indonesia adalah minuman soda. Soda adalah minuman berkarbonasi yang memiliki rasa tajam ketika dikonsumsi. Minuman ini memiliki manfaat yang diantaranya mengurangi tingkat depresi (Valencia et al., 2024) dan meningkatkan kebugaran jasmani setelah berolahraga (Badaruddin et al., 2024). Namun, sering kali minuman soda mengandung gula yang cukup tinggi sehingga konsumsi yang berlebihan dapat mengakibatkan tumbuhnya jerawat, obesitas, kerusakan pada gigi, bahkan diabetes.

Maraknya minuman soda yang tinggi gula membuat minuman soda seringkali disebut sebagai minuman yang tidak sehat dan berbahaya. Hal ini membuat *brand* berinovasi untuk menciptakan minuman soda dengan rendah gula, salah satunya adalah Drew's Soda. Drew's Soda merupakan *brand* minuman soda yang menggunakan *stevia* sebagai pemanis alami untuk produk soda mereka sehingga

Hak Cipta :

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

konsumen tidak perlu khawatir lonjakan kadar gula darah atau resiko penyakit jangka panjang karena Drew's Soda sudah menyebutkan pemanis alami tersebut melalui komposisi yang ada di kemasannya. Tidak hanya rendah gula, Drew's Soda juga memiliki kandungan kalori yang rendah sehingga tidak perlu khawatir lonjakan berat badan. Dengan pendekatan komunikasi yang *fun* dan *playful*, Drew's Soda menyasar konsumen muda terutama Gen-Z mengingat generasi ini merupakan salah satu generasi yang mulai melek kesehatan. Namun, karena *brand* ini baru diluncurkan pada tahun 2025 dan terbatasnya tempat penjualan membuat rendahnya tingkat *brand awareness* pada *brand* ini. Promosi yang dilakukan juga belum terarah sehingga pesan utama produk belum sepenuhnya tersampaikan dengan baik yang mengakibatkan banyaknya audiens yang masih belum pernah mendengar nama Drew's Soda. Hal ini dibuktikan dengan hasil wawancara serta survei yang dilakukan ke 8 narasumber dan 104 responden pada survei di mana sebanyak 7 (tujuh) narasumber dan 88.5% responden pada survei belum pernah mendengar nama Drew's Soda.

Dengan situasi yang dialami Drew's Soda saat ini, diperlukannya penguatan strategi promosi dengan pendekatan visual berupa *marketing collateral* sebagai upaya membangun *brand awareness* berupa penyampaian pesan *brand* seperti informasi produk dan *brand personality* dengan berbagai media baik media cetak maupun *digital*. Menumbuhkan *brand awareness* tidak semudah hanya mengunggah konten digital, tetapi juga membutuhkan media cetak untuk menciptakan *experience*, sebagai bukti keberadaan *brand* secara profesional, menyampaikan keunggulan produk berupa rendah gula dan kalori, serta membuat konsistensi visual dengan gaya komunikasi khas *brand* untuk menciptakan diferensiasi dari kompetitor. Sejalan dengan penelitian dari Mursalina (2019) mengenai bagaimana media promosi cetak dan digital efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dari *brand* Dellsand Kreasi Kaos.

Sebagian penelitian yang membahas secara spesifik tentang perancangan media promosi untuk produk minuman berfokus pada tujuan meningkatkan *awareness* sudah dilakukan oleh dari Chandra & Jesslyn (2025) yang meneliti tentang produk minuman Alkakua dan menghasilkan media promosi cetak berupa poster, X-

Hak Cipta :

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

Banner, spanduk, display rak, dan merchandise serta dari Yolanda & Nugroho (2025) yang membahas tentang minuman kesehatan Kiranti dengan hasil berupa poster dan X-Banner. Temuan dengan menggunakan produk spesifik soda dilakukan oleh Nurfitri & Rahmansyah (2022) berupa produk kopi soda dengan *output* media promosi digital. Berbagai temuan ini belum ada pembahasan perancangan media promosi yang secara spesifik untuk produk minuman soda rendah kandungan gula dan kalori dengan output kombinasi media cetak dan digital sehingga penelitian ini dilakukan untuk mengisi celah atau kekosongan penelitian sebelumnya.

Penjabaran masalah ini melatarbelakangi penelitian tugas akhir yaitu perancangan *marketing collateral* untuk Drew's Soda dengan *output* utama berupa *key visual* yang nantinya tidak hanya digunakan untuk menerapkan ke semua jenis media promosi, tetapi juga diharapkan dapat memperkenalkan *brand* dan produk ini secara luas sekaligus ingin memberikan alternatif (*top of mind*) untuk masyarakat yang ingin memulai hidup sehat agar tetap bisa menikmati soda tanpa takut gula & kalori berlebih atau harus mengonsumsi minuman sehat seperti air putih dan jus.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan permasalahan di atas, rumusan masalah yang didapat yaitu:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* yang dapat merepresentasikan sekaligus membawa pesan utama bahwa Drew's Soda aman untuk dikonsumsi tanpa takut kalori dan gula berlebih?
2. Bagaimana proses penerapan teori sebagai landasan untuk konsep, dan elemen desain grafis ke dalam media promosi untuk *brand* Drew's Soda?
3. Bagaimana proses penerapan *key visual* melalui media *POP display*, *merchandise*, serta desain digital untuk *E-commerce* dan media sosial Instagram?

Hak Cipta :

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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan tugas akhir tetap fokus dan terarah pada perancangan media promosi, perlunya ruang lingkup pembahasan dalam penulisan ini diantaranya:

1. Penjelasan proses perancangan *marketing collateral* yang dapat merepresentasikan sekaligus membawa pesan utama bahwa Drew's Soda aman untuk dikonsumsi tanpa takut kalori dan gula berlebih.
2. Penjelasan penerapan teori sebagai landasan untuk konsep, dan elemen desain grafis ke dalam media promosi untuk *brand* Drew's Soda.
3. Penjelasan penerapan *key visual* ke dalam media *POP display*, *merchandise*, serta desain digital untuk *E-commerce* dan media sosial Instagram, *merchandise*, serta desain digital untuk *E-commerce* dan media sosial Instagram.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Perancangan *marketing collateral* ini memiliki tujuan dan manfaat yang diantaranya:

1.4.1 Tujuan

1. Merancang *marketing collateral* yang dapat merepresentasikan sekaligus membawa pesan utama bahwa Drew's Soda aman untuk dikonsumsi tanpa takut kalori dan gula berlebih.
2. Menerapkan teori sebagai landasan untuk konsep, dan elemen desain grafis ke dalam media promosi untuk *brand* Drew's Soda.
3. Menerapkan *key visual* ke dalam media *POP display*, *merchandise*, serta desain digital untuk *E-commerce* dan media sosial Instagram? *merchandise*, serta desain digital untuk *E-commerce* dan media sosial Instagram.

1.4.2 Manfaat

1. Manfaat Praktis
 - A. Drew's Soda dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai sarana media promosi *brand* Drew's Soda.



Hak Cipta :

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

- A. Mahasiswa atau peneliti dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan atau referensi dalam melakukan penelitian serupa di masa yang akan datang.
- B. Pengajar atau mentor dapat menggunakan hasil penelitian ini sebagai acuan atau referensi dalam pembelajaran.

1.5 Sistematika Penyusunan

Perancangan tugas akhir ini tersusun atas 5 bab yang diantaranya:

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi apa yang melatarbelakangi pengambilan proyek tugas akhir, mulai dari fenomena tren *health-conscious consumer* di Indonesia yang di mana masyarakat sudah mulai sadar dan mengurangi kadar gula hingga permasalahan yang dialami oleh *brand* Drew's Soda. Bab ini juga memaparkan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, hingga sistematika penyusunan laporan tugas akhir.

BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN

Berisikan tinjauan pustaka yang berkaitan dengan *marketing*, promosi, media promosi, dan teori desain grafis sebagai acuan dalam perancangan ini sekaligus metode perancangan yang akan digunakan untuk merancang media promosi *brand* ini yaitu metode *design thinking*.

BAB 3 METODE PERANCANGAN

Berisi alur penelitian berdasarkan metode yang digunakan untuk merancang *marketing collateral* Drew's Soda, informasi *brand*, kompetitor, *consumer insight*, analisis SWOT, serta arahan kreatif.



Hak Cipta :

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

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berisi alur perancangan *marketing collateral* untuk *brand* Drew's Soda mulai dari konsep visual, proses perancangan desain, hasil penerapan desain ke media utama dan pendukung, serta pertimbangan harga produksi untuk setiap jenis media.

BAB 5

PENUTUP

Berisi kesimpulan berupa proses perancangan *marketing collateral* dan hasil yang didapat berdasarkan rumusan masalah serta saran untuk penelitian serupa di masa yang akan datang.

**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

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Dari keseluruhan tahap perancangan *marketing collateral* Drew's Soda ini dapat disimpulkan bahwa:

1. Proses perancangan *marketing collateral* ini menggunakan metode *design thinking* yang tahapannya berupa *empathize* (analisis permasalahan *brand*), *define* (merumuskan masalah serta strategi desain), *ideate* (merumuskan dan menerapkan konsep visual melalui *brainstorming*), *prototype* (membuat replika *showcase chiller* dan poster berdasarkan alternatif desain terpilih serta membuat *mockup digital* untuk setiap media digital), hingga *testing* (ujicoba fungsionalitas desain). Hasil ujicoba desain menunjukkan bahwa desain *marketing collateral* Drew's Soda berhasil membawa pesan utama *brand* "Drew's Soda aman untuk dikonsumsi tanpa takut kalori dan gula berlebih" melalui *copywriting* dalam elemen teks, elemen gambar berupa maskot buah resmi Drew's Soda, gelembung, dan supergrafis serta elemen warna oranye, kuning, dan coklat di setiap medianya.
2. Teori dasar dan spesifik sebagai landasan teori untuk perancangan *marketing collateral* Drew's Soda melalui teori dasar pemasaran, promosi, media promosi, *marketing collateral*, teori dasar desain grafis yang terdiri dari prinsip desain, elemen desain seperti teori dan psikologi warna tipografi, layout, hingga teori gambar menghasilkan konsep visual *playful* dan eksperimental yang diterapkan melalui kata kunci visual "*mixed-media*" yang merupakan penggabungan elemen fotografi dan ilustrasi ke dalam satu layout desain dengan tetap memperhatikan visibilitas, keterbacaan, urutan membaca elemen visual sehingga dapat menyeimbangkan kesan *playful* dan *eksperimental*.
3. Konsep visual yang sudah ditetapkan selanjutnya diterapkan melalui media *POP display*, poster, *merchandise*, desain digital untuk E-



Hak Cipta :

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

commerce dan media sosial Instagram yang di mana proses penerapannya berupa penyesuaian layout, elemen visual, serta penyampaian pesan berdasarkan pesan atau tujuan pada setiap media mengingat setiap jenis media memiliki ukuran dan penempatan yang berbeda sehingga menghasilkan kesatuan yang mencerminkan *brand*, keseimbangan asimetris, penekanan pada elemen gambar, kontras yang baik, arah baca *zig-zag*, serta proporsi yang menyesuaikan hirarki.

5.2 Saran

Agar hasil perancangan ini dapat digunakan secara maksimal, penulis memberikan saran untuk *Brand Drew's Soda* dan untuk peneliti kedepannya, diantaranya:

1. Hasil perancangan *marketing collateral* ini dapat dimanfaatkan oleh *Brand Drew's Soda* sebagai sarana media promosi untuk meningkatkan *brand awareness*. Agar *marketing collateral* ini dapat bekerja dengan maksimal, disarankan untuk melakukan kegiatan promosi dengan rutin dan konsisten terutama pada *platform* Instagram sehingga dapat menjangkau lebih banyak audiens dalam waktu yang singkat.
2. Peneliti selanjutnya dapat mengeksplor lebih banyak referensi visual untuk *marketing collateral* sebuah *brand*, salah satu caranya adalah bereksperimen berupa penggabungan elemen dari dua gaya/medium yang berbeda atau penggunaan *layout* yang sedikit ekstrim agar konsep visual dari *marketing collateral* tersebut dapat menjadi diferensiasi di antara para kompetitor sehingga dapat menumbuhkan *brand awareness* dan *brand recognize* dengan tetap mempertimbangkan prinsip desain.

Hak Cipta :

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

REFERENSI

- Alimin, E., Eddy, E., Afriani, D., Agusfianto, N. P., Octavia, Y. F., Mulyaningsih, T., Satriawan, S., Yusuf, S. Y. M., Irwansyah, R., Moonti, A., & others. (2022). *Manajemen Pemasaran: Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern*. Seval Literindo Kreasi.
<https://books.google.co.id/books?id=JYV4EAAAQBAJ>
- Amalia, N. (2025, September 23). *Pemasaran adalah Kunci Kesuksesan Bisnis*.
<https://mm.telkomuniversity.ac.id/pemasaran-adalah-kunci-kesuksesan-bisnis/>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Penerbit PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/114/>
- Anggarini, A. (2023). *Mengungkap Kreativitas: Metodologi Desain dari Riset ke Visual* (1st ed., Vol. 1). Penerbit PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/BUKUMETODOLOGIDESAIN/#page=30>
- Anggraini, L., & Kirana, N. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-dasar Panduan Untuk Pemula* (5th ed.). PENERBIT NUANSA CENDEKIA.
- Badaruddin, R., Salikunna, N. A., Ramadhan, M. Z., & Tantra, A. A. M. (2024). *The Impact of Carbonated Sodium Bicarbonate Drinks on Physical Fitness in Adolescents*. 11(1).
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. Penerbit PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#>
- Bansal, A. (2025). *Marketing Collateral Machine*. Prabhat Prakashan.
<https://books.google.co.id/books?id=IWGLEQAAQBAJ>
- Business Asia. (2025, July 9). YouGov Indonesia Beverage Rankings 2025, Tren Kuat ke Minuman Sehat dan Ekonomis. *Business Asia*.
<https://businessasia.co.id/yougov-indonesia-beverage-rankings-2025-tren-kuat-ke-minuman-sehat-dan-ekonomis/>



© 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

- Chandra, E., & Jesslyn, J. (2025). Perancangan Visual Media Promosi Air Minum Nano Hexagonal Alkakua. *MAVIS: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 7(01), 60–68. <https://doi.org/10.32664/mavis.v7i01.1787>
- Eva Y. (2020). *Suatu Pengantar: Metode Dan Riset Desain Komunikasi Visual DKV* (Vol. 1). Deepublish.
- Farah. (2023). *Poster: Ciri-Ciri, Jenis, dan Langkah-Langkah Membuat Poster*. Elementa Media.
- Katuruni, I. R., & Praptiwi, R. N. (2023). *Manajemen Pemasaran 1* (N. Martina, M. K. Delimayanti, J. Saputra, & A. P. Arbad, Eds.). Penerbit PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/InnasRovino-ManajemenPemasaran1/>
- Larasati Putri, R. D. & Widyasari. (2023). Pengembangan Konsep Desain Identitas Visual Melalui Penggunaan Supergrafis Pada Media Sosial Diskominfo. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 322–340. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1853>
- Lewrick, M., Link, P., & Leifer, L. (2020). *The design thinking toolbox: A guide to mastering the most popular and valuable innovation methods*. New Jersey : Wiley.
- Li, X., Wang, S., Ruan, Y., Pan, Y., & Huang, Y. (2024). Taste or health: The impact of packaging cues on consumer decision-making in healthy foods. *Appetite*, 203, 107636. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.appet.2024.107636>
- Metha, A. (2014). *THE TRUE POWER OF COLOR: bagaimana menggunakan warna untuk memperkaya bisnis dan kehidupan anda* (Vol. 1). OCTOPUS Publishing House.
- Muchlis, Asep Solihin, Ulpah, D. M., Munir, T. B., Munir, M. bte B., Fatonah, N. F., Nugraha, M. S. A., Saadjad, K. A., Marhadi, A. I. M., Yasik, Y. L., Darlia, N., Lusianingrum, F. P. W., Yusuf, N., & Avisia, N. I. (2025). *Perencanaan Pemasaran* (N. Darlia, Ed.; 1st ed., Vol. 1). PT Penamuda Media.
- Mujtaba, E. (2021). *Mengenal Maskot dan Pentingnya bagi Sebuah Brand* (Vol. 1). Elementa Media.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen z* (Vol. 1). Wawasan Ilmu.
- Nurfritri, R., & Rahmansyah, A. (2022). Promotional Media Design in Social Media Using Photography to Pour And Peace: Perancangan Media Promosi Dalam Media Sosial menggunakan Fotografi Untuk Pour And Peace. *Procedia of Social Sciences and Humanities*, 3, 348–353. <https://doi.org/10.21070/pssh.v3i.184>
- Panji, S. S. C., Sulisty, A. P., & Simamora, A. L. (2024). Pengaruh Health Consciousness, Natural Ingredients dan Price Barrier Terhadap Purchase Intention melalui Attitude pada Produk Minuman Kesehatan. *Journal of Entrepreneurial Studies (JES)*, 1(2).
- Pendit, I. K. D. (2019). *STRATEGI PROMOSI MELALUI MEDIA DESAIN POSTER DALAM PENCITRAAN PUBLIK*. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.3900626>
- Putra, R. W. (2024). *Pengantar Dasar Desain Komunikasi Visual* (1st ed., Vol. 1). Deepublish Digital.
- Ria Estiana, Nurul Giswi Karomah, & Teddy Setiady. (2022). *Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi Pada UMKM*. Deepublish.
- Rini, A. P. (2022). *BUKU PINTAR BELAJAR DESAIN GRAFIS* (Pratiwi, Ed.). DIVA Press.
- Rizky, M. (2026, April 8). *Warga RI Berubah, BPS Beberkan Data-Data Buktinya*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20260408181216-4-725071/warga-ri-berubah-bps-beberkan-data-data-buktinya>
- Saputri, E. E., & Utomo, M. (2019). *MEDIA PROMOSI DALAM DESAIN GRAFIS* (Vol. 1). <https://press.pnj.ac.id/book/2023/Endah%20Ekasanti%20Saputri%20-%20Media%20Promosi%20Dalam%20Desain%20.resources/>



Hak Cipta :

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

- Sholihin, R. (2024). *Digital marketing di era 6.0: Strategi dan implementasi praktis kegiatan marketing untuk bisnis dan UMKM* (A. Ishartadi, Ed.; 1st ed., Vol. 1). Anak Hebat Indonesia. <https://perpustakaan.jakarta.go.id/book/detail?cn=INLIS000000000872868>
- Sulistyowati, N., Sasuwang, F. R., & Fitriyani, N. (2022). *Pengantar Marketing* (Vol. 1). Penerbit PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/2022/Nina%20S%20-%20Pengantar%20Marketing.resources/#page=10>
- Telkom University. (2023, November 15). Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan. *Telkom University*. <https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>
- Tinarbuko, S. (2015). *DEKAVE Desain Komunikasi Visual—Penanda Zaman Masyarakat Global* (Vol. 1). CAPS (Center for Academic Publishing Service).
- Utami, N. (2024). *Pengaruh Point of Purchase Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di PT. Matahari Departement Store Ska Pekanbaru*. 2(2).
- Watini, K. (2023). *Design Thinking for Education Merancang Teaching Factory Berbasis Kondisi Sekolah* (R. Kusumawati, Ed.). CV. Mega Press Nusantara.
- Witari, N. N. S., & Widnyana, I. G. N. (2014). *Desain Komunikasi Visual* (1st ed., Vol. 1). GRAHA ILMU.
- Yolanda, W. A., & Nugroho, J. A. (2025). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI BERUPA BANNER MENU UNTUK MINUMAN KESEHATAN*.

Lampiran 1 Transkrip Wawancara *Brand*

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

Transkrip wawancara *brand* Drew's Soda

Narasumber: Andrew & Natasia

Tanggal: 2 Februari 2026

Lokasi: *Online*

1) Q: Bisa dijelaskan lebih detail soal profil *brand*-nya, Kak, kayak tahun pertama berdiri, dan filosofinya?

A: Asal launchingnya itu dua tahun yang lalu, tetapi ada berhenti sebentar. Itu waktu diterbitkan sebagai NOT TOO SWEET, dan filosofinya itu kita mau buat soda yang nggak hanya bisa menggantikan soda-soda yang lain, tetapi minuman soda yang bagus untuk konsumen yang healthy.

Jadi, bukan replacement, tetapi minuman sehat. Atau minuman yang bisa bagus untuk konsumennya. Bukan cuman less bad for you.

2) Q: Drew's Soda ini mau diposisikan sebagai *brand* yang seperti apa ya kak? Atau mau dikenal sebagai *brand* apa?

A: Kalau dari aku sih goalnya marketing side ya, Drew's Soda itu pengen dikenal sebagai pengganti. bukan pengganti sih, alternatif lain buat manusia-manusia yang gila kesehatan, supaya mereka masih bisa menikmati minuman soda, tapi tanpa harus ribet kepikiran konten gula sama kalornya. Karena kan kalau misalnya kita lihat, orang-orang yang pengen hidup sehat tuh langsung mikirnya, oh gue gak boleh minum manis-manis, harus minumnya air putih, jus gitu.

Tapi kan that's not very quote-unquote fun gitu ya, we still want to have fun, tapi keeping in mind still health conscious gitu. Jadi menjadi top of mind untuk itulah, gitu.

3) Q: key message atau pesan utama yang mau disampaikan lewat media promosi ini apa ya, Kak?

A: Beli Drew's Soda hehe. Itu sih, ngenalin kalau ini kita Drew's Soda. Kita itu *low sugar*, *low calorie*, dan *guilty free*, gitu.



Hak Cipta :

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

4) Q: kata kakak saat ini dijual di Retail gitu ya, Kak, sama lapangan Padel. Nah, selama ini tuh untuk produk itu kayak dipajang langsung gitu, Kak? Atau gimana ya, Kak? Jadi selama ini orang-orang langsung notice ada produk Drew's Soda nih di Retail atau di Padel gitu, Kak?

Apa ada sign-nya atau poster gitu, Kak? Atau kayak langsung dipajang gitu, Kak, di *showcase chiller*, Kak? Di *showcase chillernya* Retail itu ya, Kak?

A: Iya, kita di *showcase chillernya* mereka, jadi beberapa ada poster kecil, ada menu-nya, masuk ke menu-nya, ada banner kecil gitu. Biasanya either di kafe-nya atau di F&B partner-nya Padel Courts gitu. Jadi orang masuk kalau lihat di *showcase chillernya* itu udah ada namanya. Kalau yang di Clubhouse Gandaria ya salah satu Padel Courtsnya itu, kita ada *showcase chiller* di sana, jadi sebelah *showcase chillernya* itu ada sticker-nya Drew's Soda gitu.

5) Q: Kira-kira adakah kendala dalam media promosinya, Kak?

A: Kalau dari promosinya kayaknya *for now challenge* paling gedonya itu *awareness*-nya kita sih. Karena kan kita juga *brand* baru, terus konsep produknya sendiri itu juga masih di Indo itu *niche* dan nggak banyak yang tahu, gitu kan. Karena kalau misalnya orang-orang kepikiran *less sugar soda*, mereka kan paling belinya *Coke Zero* atau apa, gitu. Tapi kan sebenarnya *Coke Zero* juga dibilang healthier alternative juga bukan, gitu. Jadi challenge-nya itu sih di *awareness* bahwa ternyata ada nih opsi sehat lebih enak daripada si merek-merek yang lebih gede itu, gitu. Dan selama ini kita baru nge-postnya through pakai IG *ads* doang dan belum yang kayak bikin *campaign* jor-joran. Karena pertama kan kita bulan-bulan lalu fokusnya lebih ke pengenalan ulang, gitu.

Lampiran 2 Hasil Wawancara dan Kuisisioner Konsumen



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



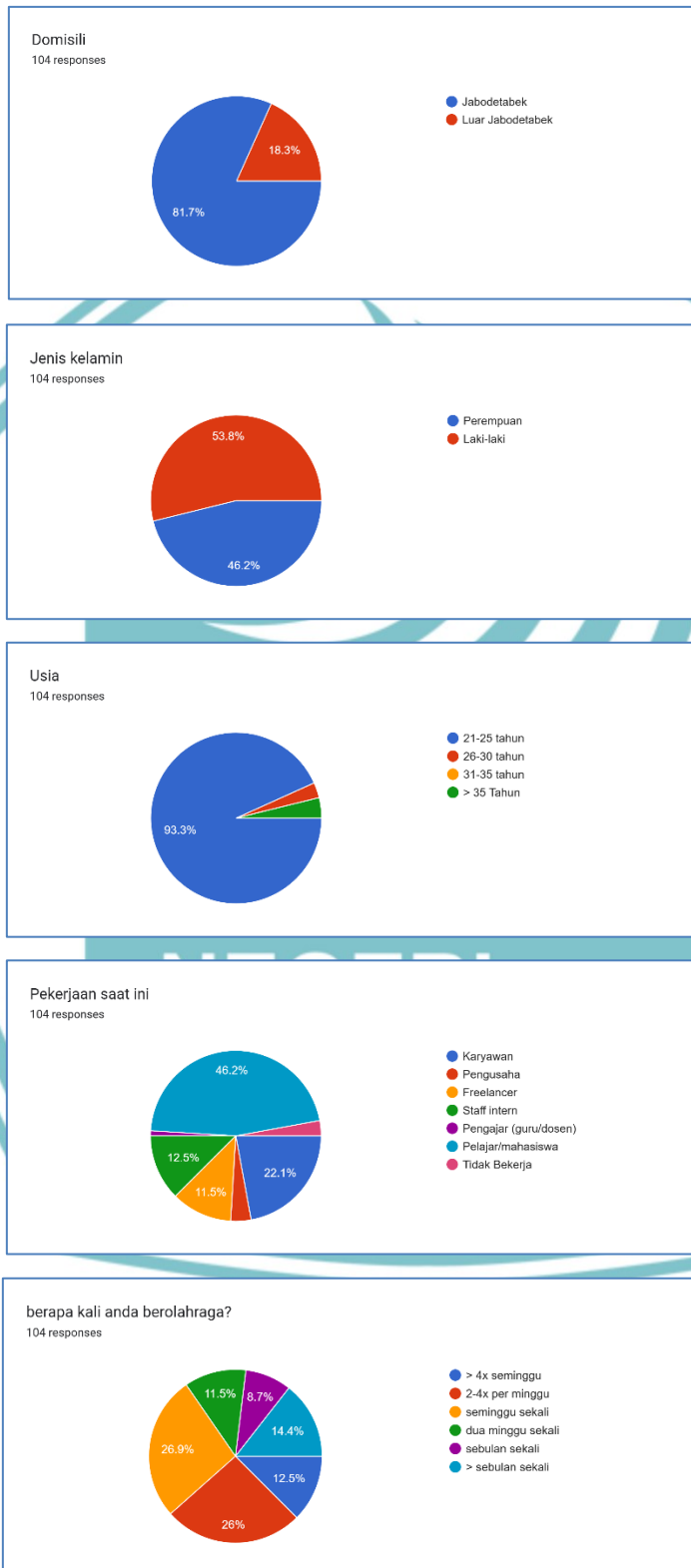


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Transkrip wawancara.docx



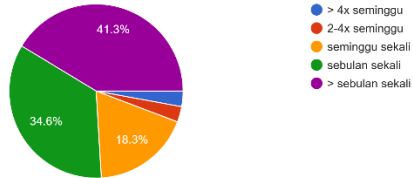


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

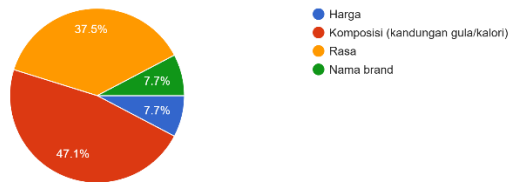
Hak Cipta :

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

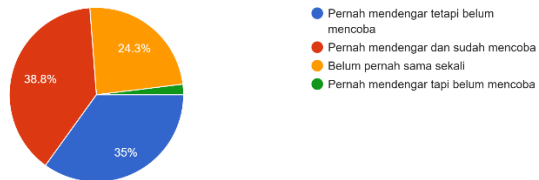
Berapa kali anda membeli atau mengonsumsi minuman soda?
104 responses



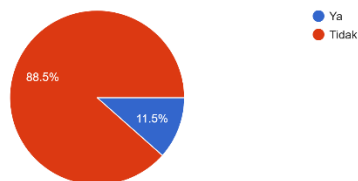
Apa yang menjadi pertimbangan anda dalam membeli minuman soda?
104 responses



Apakah anda pernah mendengar dan mencoba merk minuman soda dengan kandungan rendah gula dan kalori?
103 responses



Apakah anda pernah mendengar nama Drew's Soda?
104 responses



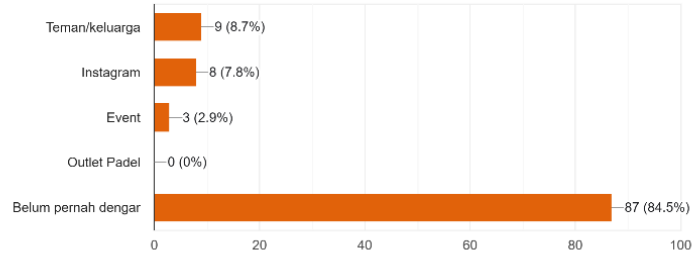


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Jika pernah, darimana anda mengetahui nama Drew's Soda?
103 responses



Apa pendapat anda mengenai desain feeds Instagram [@drewsoda.id](https://www.instagram.com/drewsoda.id) ini?

84 responses

terlalu monoton

Bagus

sudah baik namun kurang konsisten dan bingung ini arah konsep desainnya mau dibawa kemana.

Menarik.

menarik

Content wise (Setelah melakukan skimming/pengamatan cepat) cukup cepat untuk memahami kalau Drew Soda rendah kalori (di mention di salah satu video hanya memiliki 30 kalori)

Design-wise, sebagai desainer grafis saya tidak ada masalah dengan desain nya karena sebuah desain dalam brand pasti akan outgrow dengan sendirinya jika memiliki kelekatan yang kuat dengan audiens, terutama audiens langganan.

sangat fresh, playful dan juga energetik

Desain seperti tidak terarah karena kadang ada yg kesannya fun, ada yg kesannya minimalis, fontnya juga terlalu korporat

desain feedsnya belum memiliki ciri khas keunikan dari brandnya

Menarik minat

Secara tampilan mengenai desain feed terlihat tidak selaras dan seperti tidak memiliki ciri khas seperti warna yang selaras

Tidak ada yang salah sih. Bagus.

Perbaiki cukup 1 warna yaitu orange

- vibesnya sedikit retro dan bublu

- brandnya dibuat dengan tone pallette yang sangat kontras dan berwarna, memberi kesan fun untuk brand drew ini

- terlihat highlightnya memana aood for health di brandinannya karena focusina di rendah kalori jadi cocok



© 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

- vibesnya sedikit retro dan bubbly
 - brandnya dibuat dengan tone palette yang sangat kontras dan berwarna, memberi kesan fun untuk brand drew ini
 - terlihat highlightnya memang good for health di brandingnya karena focusing di rendah kalori jadi cocok untuk orang-orang yang sedang diet

Kurang konsisten aja sih

Secara overall konsepnya sudah oke, tapi masih kurang rapi

gen z bangetss

bagus dan kekinian

To the point tapi agak berantakan, simpel dan minimalis

desain modern dan keren

tidak rapi
 belum ada personal branding

Postingannya lebih kayak retro gitu ya, jadi kayak menggambarkan keceriaan gitu pas udah minum

kurang wow

its giving "corpos failed attempt at reaching younger audience" vibe

Lucu dan menarik, desainnya seperti bukan minuman soda pada umumnya

Feednya bagus tapi bisa dimasukkan olahraga lain agar jangkauan promosinya lebih luas lagi

Colour full dan bagus

Desainnya masih terlihat agak polos, dan masih belum menarik perhatian. Walaupun sudah memiliki ciri khas

tidak konsisten desainnya

Desain yang dibuat sudah menunjukkan bahwa drew soda menjual sebuah soda, namun dari segi elemen visual, seperti warna dan font yang digunakan belum konsisten.

bagus

cukup menarik

Coba lebih memainkan visual hook dengan menunjukkan produk atau penggunaan produk secara jelas.

Desainya lucu dan sangat interaktif

cukup menarik dan minimalis

Sudah cukup bagus

Not bad

Saya senang dengan tampilan yang dinamis seperti ini, post desain simple tetap dipadukan dengan konten foto/video

Desain feed Instagram @drewsoda.id sudah terlihat menarik, terutama jika targetnya adalah anak muda. Dari segi warna dan gaya visual. Penggunaan ilustrasi yang playful juga membantu membuat brand lebih mudah diingat. Hanya saja mungkin bisa lebih di tonjolkan lagi terkait identitas warna yg digunakan dan menjadi icon dari brand tersebut agar feednya lebih rapih.

Very colorful, quite consistent, minimalist, on point

Minimalis

Desain feed Instagram @drewsoda.id terlihat sangat bold, enerjik, dan modern, sangat cocok untuk menargetkan audiens Gen Z dan milenial dan Secara keseluruhan, feed ini sangat efektif untuk membangun brand awareness karena karakter visualnya yang unik dan berbeda dari kompetitor minuman soda lainnya.

Desain pada feed yang menggunakan tema POP yang selaras pada produk tersebut sehingga produk



© 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

terlihat seru dan segar

bagus tp msh ga keliatan spt brand soda sehat

Menarik dan sangat mencolok warnanya di mata

Desainnya modern dan kekinian, seolah pasarnya merupakan generasi milenial dan generasi z yang memiliki lifestyle sehat tetapi juga trendy.

masih terlalu monoton sehingga masih kurang menarik

Bagus, terlihat sporty dan kemasan yang unik nan ilustratif

Trendy, minimalist, overall good

feeds instgram yang kurang senada perpaduan warnanya sehingga kurang nyambung

Isi dari kontennya sudah menarik dan lebih colorful

1. permainan warnanya udah bagus, tapi kalau untuk di taro feed kayak kurang menonjol dan terkesan sedikit messy
2. karena ada video reel yang masuk ke feed tapi ga dipakein cover mungkin jadi keliatan sedikit kurang match. baru satu konten reel yang dipakein cover, si soda swap itu baguss
3. pemilihan font udah bagus, cocok sama branding soda nya
4. style desainnya menurut ku agak kurang. mungkin dia mau minimalis tapi layoutnya kurang pas. dia pake style majalah gitu yaa kalo ku lihat. simpel tapi kayak masih keliatan kosong
5. ada beberapa konten feed yang pake foto. tapi kayaknya masih raw yaa, akan baguss kalo misal di edit jadi lebih cerahhh gitu jadi keliatan freshh

Terlihat unik

Desainnya belum konsisten

desainnya konsisten dan estetik

Kaloo dari segi desain emg keliatan sih tipe desain yg Gen Z sukai, mungkin krn produknya soda jadi tone warnanya itu color pop gitu. Cocok sih.

Apa saran anda terhadap desain feeds Instagram saat ini?

84 responses

-

kalo misal fokus untuk fotografi produk coba fokus itu dulu lalu pergantian smooth ke konsep lain atau bisa pakai juga teknik selang seling itu lebih fun mungkin. untuk warna coba tetap pakai warna sesuai dengan guideline product tapi harus ada selang selingnya bukan yg satu deret langsung warna semua sarannya jadi buat lebih smooth. dan juga utnuk product apabila masuk di dalam desain warna polos jangan lupa tambahkan shadow agar terlihat efek timbul dan tidak flat.

Mungkin bisa lakukan penyesuaian tata letak lagi agak lebih enak di lihat.

mungkin promosi nya bisa ke cabor yg lain gak cuma padel

Mungkin saran saya bisa lebih spesifik lagi positioning soda ini mau dibawa kemana. Apakah konten yang ditonjolin mau ditekan banget komposisinya saja (Which i can see is the strongest strength of this product) atau mau nunjukin komposisi sekalian ngarahin target audience nya apakah specific ke padel player saja atau yang lain.

lebih konsisten lagi dalam desain covernya, karena masih kurang menyatu



© 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

- Buat template feeds atau guide biar bisa konsisten di setiap jenis konten
- Konsisten tdk harus sama semua asal selaras
- Pertimbangkan pemilihan font agar terkesan fun jika memang mau membawa kesan fun

membuat feedsnya menjadi lebih mewakili ciri khas brandnya, dari warna, aset, ilustrasi, dll

Lebih bervariasi lagi

Desain feed bisa dibikin selaras atau tata letak yang beraturan agar orang lain mudah mengenali ciri khas dari gaya desain Drew's Soda

KONSISTENSI, HIRARKI DAN, LAYOUT

dibuat lebih ceria karena soda kebanyakan memakai tema yang ceria

Mungkin bisa dibuat desain feedsnya lebih konsisten supaya style desainnya kelihatan lebih sama semua

feed nya terlihat sedikit berantakan. mungkin bisa di atur layout untuk kontennya. dari segi desain tuh bisa di

atur layout untuk penggunaan warna, atau komposisinya. supaya ga berantakan

Memiliki warna yang khas

Tambahin guideline brand supaya punya ciri khas dari brand

selaraskan warnanya

coba eksperimen design approach yang benar" lain ato bold buat engagement bait

untuk feeds nya kurang rapih dan kurang bertema

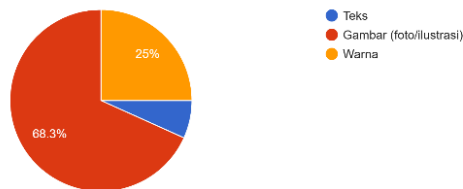
harusnya konsisten agar lebih menarik dan menerima brand tersebut

Saran saya mungkin dari segi penggunaan elemen visual seperti warna dan font bisa lebih dibuat konsisten, dan bisa lebih ditonjolkan kalau drew soda menjual soda berkalori rendah.

sudah bagus

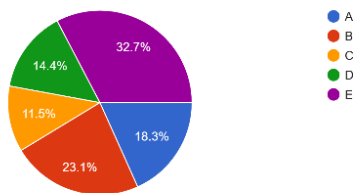
Ketika anda sedang berada di suatu tempat umum yang memiliki iklan di sekitarnya, Apa elemen visual yang dapat menarik perhatian anda dari iklan tersebut?

104 responses



Seperti apa desain layout (tata letak) yang cocok untuk diterapkan ke semua jenis media promosi dari Brand ini?

104 responses





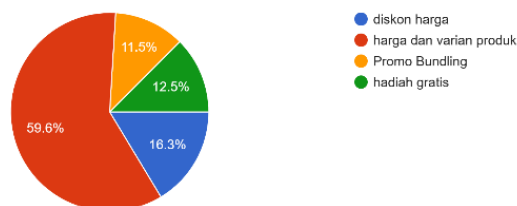
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

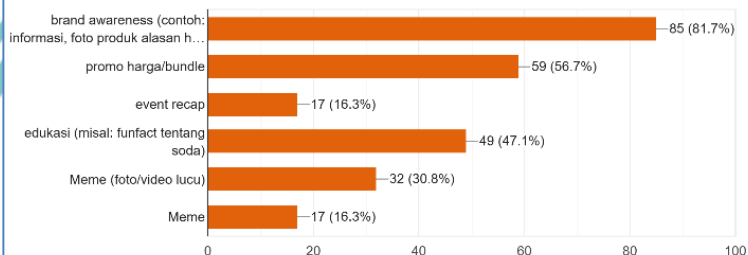
Jika brand ini membuka tenant di suatu event, informasi apa yang anda butuhkan ketika melihat poster atau signage brand tersebut?

104 responses



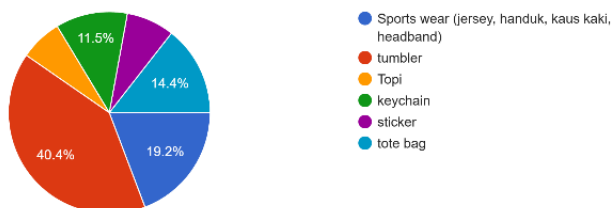
Jenis konten Instagram seperti apa yang paling menarik perhatian anda?

104 responses



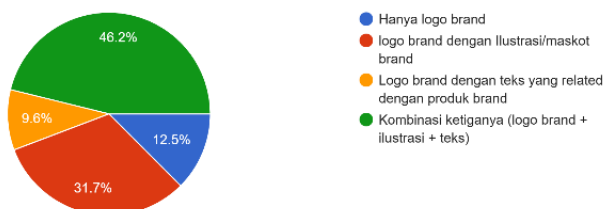
Jika brand ini merilis merchandise, merchandise apa yang paling anda minati?

104 responses



Desain merchandise seperti apa yang anda minati?

104 responses



Lampiran 3 Dokumentasi Penelitian



© 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 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



NEGERI
JAKARTA

Lampiran 4 Transkrip Testing



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

Nama:

- Raihan (26, Pria, Desainer)
- Syahrul (26, Pria, Desainer)
- Ryan (21, Pria, business analytic)
- Edwin (34, Pria, Desainer)
- Sasa (27, Wanita, Business analytic)

1. Apakah keseluruhan teks dapat terbaca dgn baik?

- Semua: "Iya terbaca."

2. Adakah bagian dari tulisan atau gambar yang paling tidak jelas, sulit dibaca, atau tidak enak dilihat?

Media Kulkas

- Raihan, Syahrul, Sasa: "Aman nih"
- Ryan: "Malah kayak soda. Sodanya kayak ketutup gitu ya? Kan mau highlight produknya kan? Terus ada ini jadi kayak panahnya kayak nutupin produknya gitu padahal esensinya apa dia ada disini kayak gak clear gitu sih."
- Edwin: "itu si maksimum sama minimum, dia kontras tapi warnanya sama... ekspektasi aku, karena dia beda, maksimum sama minimum, I think warnanya bisa dibedain, tapi ini warnanya sama, jadi kayak nge-highlight hal yang berbeda tapi dengan warnanya sama."

Media Poster

- Raihan: "Oh ini gue bahkan gak baca ini apa?" "Ada tapi gak kelihatan. Kurang ke-highlight (USPnya)."
- Syahrul & Ryan: "Aman sih"
- Edwin: "Terus, yang terakhir kalau yang ini, kayak nggak ada yang stand out gitu sih. Jadi kayak ya udah. Kayak semuanya ya? Iya. Soalnya dia orange, dia juga orange. Jadi kayak, menurutku nggak stand out gitu."
- Sasa: "Oke kok"



Hak Cipta :

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

3. Bagaimana pendapat Anda tentang pemilihan warna, gambar, dan jenis huruf pada desain ini?

- **Raihan:** "Karena dia kan color-nya playful, tapi gak kebayang kalau dia itu bisa sehat gitu sih." "Kalau ini kan dibuatnya ilustratif gitu, jadi kayak masih kelihatan manis gitu sih."
- **Syahrul:** "Iya, soalnya ini warnanya putih ya? Dia kontras banget." "Playful ya, soalnya warnanya banyak banget. Habis itu, Playful seger sih."
- **Ryan:** "Visualnya fun sih, kayak variatif aja gitu, banyak hal yang bisa di-colorful gitu-gitu." "Kedua karena dia colorful kayak minuman anak-anak gitu loh, dan kayak gak merepresentasikan soda itu sendiri gitu loh. Maksudnya dari visual design ya."
- **Edwin:** "Sama lucu aja di si ilustrasi, tiap flavornya."
- **Sasa:** "lucu bange colorful trus variatif gitu krn maskotnya"

4 & 5. Hal apa yang paling menarik perhatian / Apa hal pertama yang Anda ingat atau perhatikan?

Media Kulkas

- **Raihan:** "Oke, kalau aku, sama sih tulisannya dulu, baru visual lecinya. Udah itu aja."
- **Syahrul:** "Iya, soalnya ini warnanya putih ya? Dia kontras banget. Tulisan karena kontras, habis itu ya... setelah itu visualnya sih. Kayak carinya ya? Lecinya, iya. Kedua, lecinya. Ketiga, baru produknya mungkin ya, si Drew ini."
- **Ryan:** "Yang visual ininya sih."
- **Edwin:** "Yang pertama dilihat ininya sih, si atasnya. Kotaknya ya? Kotaknya, iya." "Ini lucu sih, si icon blue-nya, pakai kaca mata."
- **Sasa:** "Kalau saya dari ilustrasi ini dulu, botolnya baru ke sini."



Hak Cipta :

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

Media Poster

- **Raihan:** " ini tulisannya what's your flavor today sama harganya, baru harganya, terus terakhir baru kalengnya."
- **Syahrul:** "tulisan what's your flavor today dulu yang kebaca, habis itu baru menu-menunya ya, kaleng-kalengnya, habis itu harganya sih."
- **Ryan:** " Lebih salfok sama bagian bawah produknya. Ilustrasinya."
- **Edwin:** "Sedangkan kalau yang ini, yang pertama aku liat ini. See, this sweet doesn't kill you."
- **Sasa:** "Mungkin text yang paling besarnya dulu. Satu, headline. Kedua, harga. Baru produknya."

6. Menurut Anda, suasana atau vibe seperti apa yang tergambar dari keseluruhan desain ini?

- **Raihan:** "Fun, banyak varian. Karena ada ilustrasinya, kelihatan banyak variasinya. Iya sih, lebih ke variasi dan banyak variasinya."
- **Syahrul:** "Playful ya, soalnya warnanya banyak banget. Habis itu, Playful seger sih. Playful seger dan variatif mungkin ya."
- **Ryan:** "Visualnya fun sih, kayak variatif aja gitu, banyak hal yang bisa di-colorful gitu-gitu."
- **Edwin:** "...ilustrasinya itu kan ada banyak, jadi kelihatan kalau rasa soda itu ada banyak."
- **Sasa:** "Fun, variannya banyak. Gitu aja sih."

7. Setelah melihat desain ini, informasi atau pesan utama apa yang Anda tangkap mengenai produk Drew Soda?

Media Kulkas

- **Raihan:** "Zero guilt gitu kan? Jadi gak kelihatan sehat gitu loh. Kayak masih kelihatan soda dan berasa dan bergula gitu." "Tapi berarti kalau tujuannya untuk menyampaikan bahwa dia zero guilt, kayak harus dipikir lagi sih. Kayaknya gak zero guilt juga sih."



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- **Syahrul:** "...kalo emang mau nge-highlight Zero Sugar ya, itu emang harus di-improve lagi... kayaknya harus cari cara lain lagi, supaya itu bisa di-highlight..."
- **Ryan:**
- **Edwin:** "target market orang yang suka minum soda itu kan pasti anak-anak muda yang habit dan behavior-nya itu orang yang gak terlalu aware sama kesehatan... ini *branding*-annya kayak, kayak colorful gitu kayak minuman yang gak menggambarkan minuman sehat, maksudnya kayak USP-nya yang, Zero Guilt Soda itu gak merepresentasi."
- **Sasa:** "ini tentang soda sehat kan? Tapi kurang menggambarkan soda sehat gitu."

Media Poster

- **Raihan:** "Kayak minuman biasa aja tanpa ada message Zero Guilt-nya tadi Karena yang satu-satunya lo ngomongin sehat kan cuma di poster ini ada detail kalorinya kan."
- **Syahrul:** "Stuju sama Raihan"
- **Ryan:** "kalau misalkan objektif posternya mau nge-highlight minumannya itu zero calorie whatever, ya berarti emang harus dimasukin kan infonya. Tapi kalau emang objektifnya cuman mau nunjukin flavornya doang, ya berarti go with the other option juga should be fine."
- **Edwin:** "...di posteran ini, dia nge-highlight banget si last calorie-nya itu kan. Jadi di yang specific in this poster, kelihatan buat orang-orang yang gak suka minuman yang manis banget, kayaknya itu bisa lebih atraktif sih."
- **Sasa:** "Soda sehatnya gak ke-highlight."



© 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

Nama:

- Greg (27, Pria, karyawan swasta)
- Dom (31, Pria, Desainer)
- Calvin (28, Pria, desainer)
- Alvat (30, Pria, produser musik)
- Megan (31, Wanita, Small business owner)

1. Apakah keseluruhan teks dapat terbaca dgn baik?

- **Semua:** "amaan."

2. Adakah bagian dari tulisan atau gambar yang paling tidak jelas, sulit dibaca, atau tidak enak dilihat?

Media Kulkas

- **Greg:** "Ini shadownya harusnya di belakang ini... Yang satu ini harusnya ga disini dong... Tracknya nih harusnya shadownya ga nyampe sini Mbak... Ini harusnya di depan. Gitu. Terus kayaknya backgroundnya bisa dicari yang lebih menarik atau lebih simple deh. Karena terlalu banyak aja jadinya." "Saya gak pernah suka background yang kayak gini. Karena gak penting. Maksudnya mbak... Ini menurunkan visibilitas."
- **Dom, Calvin, Alvat, Megan:** "amaan."

Media Poster

- **Dom:** "Untuk tulisan-tulisan aku merasa juga agak belum polished."
- **Greg:** "Bagian headline sama si penjelasan... Jadinya jadi too much di satu tempat. Sedangkan tempatnya bisa disebar gitu... Kalau ini kan orang jadi berasa banyak banget gitu informasinya."
- **Calvin:** "aku bingung sih ini fokus utamanya apa karena semua elemen gede semuanya"
- **Alvat:** "Kalau aku paling ini poster yang kuning hierarchy-nya perlu diatur lagi... Apakah 30 ribunya ini lebih penting daripada what's your flavor today? Atau yang mana?"



© 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

- **Megan:** "Ini kan pada gede semua elemennya jadi too much. Sedangkan spesialnya banyak gitu."

3. Bagaimana pendapat Anda tentang pemilihan warna, gambar, dan jenis huruf pada desain ini?

Media Kulkas

- **Dom:** "Colornya beda-beda. Ini bluish, greenish. Ini lebih netral, ini gelap. Kamu ambil yang paling netralnya siapa? Terus ditiru semuanya."
- **Greg:** "Menurut saya... Banyakin mainin karakter ini. Lebih menarik dibanding pasang faktor-faktor kayak gini. Gak jelas... Mendingan manfaatin... Ini IP ini lho. Karakter-karakter ini lebih bagus."
- **Calvin:** "Bagus, lucu"
- **Alvat:** "keren"
- **Megan:** "lucu ko soalnya ada maskot-maskotnya, trus colorful gitu, trus elemen lainnya kyk teks udh cukup playful"

Media Poster

- **Dom:** "Bisa aja ditukar warnanya. Misal yang lagi dibahas yang ini. Pakainya yang ungu. Misal lagi bahas yang ungu, pakainya yang pink..."
- **Greg:** "Menurutku ya produk kayak gini... paling enak ngambil fotonya. Jadi pake foto dari photoshoot... Terus dikasih font diatasnya daripada kamu olah lagi." "Ini kamu yang tambahkan kan... Kalau bisa dipakai tetap kuning. Tapi kayak mostly warna-warna ini. Itu lebih oke sih. Soalnya kalau ini merah kan. Lebih kontras mungkin sama hijau gitu. Kalau ini kan merah sama kuning. Jadi pesannya jadi warm banget gitu."
- **Calvin:** "Ini oke. Ini kuningnya sih. suka aku beneran deh."
- **Alvat:** "Bagus koo udah kontrass"
- **Megan:** "lucuu"

4 & 5. Hal apa yang paling menarik perhatian / Apa hal pertama yang Anda ingat atau perhatikan?



© 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

Media Kulkas

- **Dom:** "Pertama aku lihat si karakternya. Langsung ke minumannya. Baru tulisan. Jadi aku turun terus naik. Habis itu baru lihat panah ini." "...ya pasti karakter dulu... Kalau aku bias. Karena aku selalu baca tulisan. Jadi tulisan dulu. Tulisan baru ke bawah."
- **Greg:** "Ininya... Habis itu tulisan Drew dibawahnya. Baru ini."
- **Calvin:** "maskotnya dulu"
- **Alvat:** "sama maskotnya dulu baru ke produknya"
- **Megan:** "aku malah ke panahnya dulu."

Media Poster

- **Dom:** "aku harganya dulu sih"
- **Greg:** "Buat poster juga orang kayaknya Lebih fokus disini sih. Bakal lebih fokus di harganya."
- **Calvin:** "aku salfok sama maskot yang lari-larian ini"
- **Alvat:** "headline teksnya"
- **Megan:** "bingung soalnya gede-gede semua jadi pada dominan"

6. Menurut Anda, suasana atau vibe seperti apa yang tergambar dari keseluruhan desain ini?

Media Kulkas & Poster

- **Dom:** "playful nihh"
- **Greg:** "Tapi ini kurang menjelaskan kalau dia segar sebenarnya sih. Ini segar banget harusnya. Tapi ini tuh kurang segar... Ini tuh gak segar. Ada es batu-es batunya. Iya bener." "Ini lebih keliatan segarnya. Ini aja ada bulir-bulirnya. Dari sininya aja udah gak konsisten mbak."
- **Calvin:** "playful, Segar."
- **Alvat:** "lucu nih colorful"
- **Megan:** "Karena warnanya juga. Yang satu kan gold warnanya."



Hak Cipta :

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

7. Informasi atau pesan utama apa yang Anda tangkap mengenai produk Drew Soda?

Media Kulkas

- **Dom:** "Ini soda gak sih? Aku gak tau kalau ini soda. Kecuali ada tulisannya ya. Ini kan gak ada nih. Kita gak tau."
- **Greg:** "Kalau dari samping nyampe, kalau dari depan nggak kalo ini pesannya ajakan minum soda sehat."
- **Calvin, Alvat, Megan:** "iya ini kyk ngajak gitu ga sih buat milih rasa soda sehat?"

Media Poster

- **Dom:** "Kalau pesan ini adalah jualan, harganya 30 ribu, aku ngerti. Tapi ini barang apa spesifiknya, minuman yang, apa tadi? Low sugar atau low calorie, bla bla bla. Harus baca. Bener-bener baca yang detailnya gitu, bukan yang sesuatu. Langsung ketahuan gitu."
- **Greg:** "Mungkin ini bisa Kalau misalnya memang mau nyampein Si informasi ini Harus ada cara lain sih Yang bikin ini lebih nonjol gitu. Dibanding orang fokus ke Harganya. Ini berasa jualan banget."
- **Calvin:** " Kalau si *brandnya* Emang mau nunjukin keunggulan produknya Maka yang harus digedein, yang bikin Eye-catching Itu justru tagline-nya, bukan harganya... Bener, tapi jadinya Cuma kayak, yaudah ini harganya 30 ribu."
- **Alvat:** "Kalo ini buat jualan promo gitu... Ini nyampe. Karena orang baca banget ini. Jadi malah Kalau misalnya mau nyampein rasa-rasanya Atau kayak informasi Kesehatan... Buat postingan ini orang lebih fokus disini sih. 30 ribu."
- **Megan:** "ini kyk kasitau rasa iya, kasih infl benefit produk juga iya"

Lampiran 5 Lembar Bimbingan Tugas Akhir



© 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 milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status 1	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	March 9, 2026	Tambahkan permasalahan utama pada klien dan research gap
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian Mencari data consumer insight	Done	March 25, 2026	• merevisi sedikit di bagian latar belakang, rumusan masalah, dan ruang lingkup • asistensi pertanyaan untuk mengumpulkan data
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan	Kerangka teori Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian Metode Penelitian	Done	March 30, 2026	BAB 1 • Rumusan masalah ACC • tambahkan batasan media turunan ke ruang lingkup pembahasan • perbaiki penulisan tujuan & manfaat • tambahkan detail pada sistematika penulisan di bab 2 dan 3 BAB 2 KERANGKA TEORI • Marketing collateral pindah ke paling atas lalu ganti ke "marketing" • ganti pendekatan ke kualitatif
Bimbingan ke-4	Bab 3 Metode Perancangan	Mencari data consumer insight	Done	April 2, 2026	Asistensi pertanyaan
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Done	April 7, 2026	Asistensi bab 2 keseluruhan
Bimt ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Profil Klien Product Knowledge Analisis kompetitor Target Audience Creative Brief Analisis SWOT Analisis consumer insight	Done	April 9, 2026	• perbanyak informasi mengenai klien dan kompetitor
Bimbingan ke-7	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Analisis consumer insight	Done	April 14, 2026	• Merevisi tanda baca dan format kata asing yang menjadi italic • Tanda tangan persetujuan
Bimbingan ke-8			Done	May 9, 2026	• Progres revisi sempro • dsfsd •
Bimbingan ke-9	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done	May 30, 2026	• Progres bab 4 • ACC Mindmap & modboard • revisi konsep sketsa manual
Bimbingan ke-10			Done	June 1, 2026	Asistensi abstrak Semnas
Bimbingan ke-11			Done	June 20, 2026	ACC fullpaper Semnas
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done	June 30, 2026	• Progres sketsa konherensif poster • desain terpilih • asistensi pertanyaan testing
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done	July 7, 2026	• Turnitin • Finalisasi untuk tanda tangan persetujuan
Bimbingan ke-14			Done	July 8, 2026	• tanda tangan persetujuan

Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme



© 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

DG8B_Adelis Nadwa Kamila Sadikin_PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL DREWS SODA SEBAGAI MEDIA PR...

Politeknik Negeri Jakarta

Document Details

Submission ID

trn:oid::3618:145094388

Submission Date

Jul 7, 2026, 7:16 PM GMT+7

Download Date

Jul 7, 2026, 7:28 PM GMT+7

File Name

DG8B_Adelis Nadwa Kamila Sadikin_PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL DREWS SODA SEBA....pdf

File Size

1.6 MB

87 Pages

14,150 Words

85,971 Characters

iThenticate

Page 1 of 92 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:145094388

iThenticate

Page 2 of 92 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145094388

3% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

- 3% Internet sources
- 1% Publications
- 0% Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

1 Integrity Flag for Review



Hidden Text

10 suspect characters on 5 pages

Text is altered to blend into the white background of the document.

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

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

Lampiran 7 Riwayat Hidup



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

ADELIA NADWA KAMILA SADIKIN

Graphic Designer

Jakarta, Indonesia | [+62 85158842715](tel:+6285158842715) | sadikinaldelia@gmail.com | [linkedin.com/in/adelia-nks/](https://www.linkedin.com/in/adelia-nks/) |

PORTFOLIO

SUMMARY

An undergraduate Graphic Design college student with vast experience in branding, printing and digital media. Loves to visualize everything into a valuable and meaningful visual with just a picture or even video. Handled and directed visual branding, social media contents, and printing media in previous projects. Can both work as a member of a professional graphic design team or independently.

EDUCATION

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA (2022 - Present)

Undergraduate Graphic Design - GPA 3.8 (8th Semester)

EXPERIENCE

Jusuf Kalla Library – Depok, Indonesia

Youtube Video Editor Intern (August 2025 – December 2025)

- Handle UIII Library Youtube channel
- Created new Youtube thumbnail style and modified the existing thumbnail to align the library identity and more "hook-able"
- Color correction, straighten, and clipped to several segments for 10+ long-form video
- Created intro video for "Book Forum" program
- Created 2 library E-booklets for UIII Civitas and public visitors to make more understandable about library
- Re-created A3 library signs
- Documented Library events using Sony ZV-E10

GEMA INSANI PRESS – Depok, Indonesia

Illustrator Intern (February 2025 – June 2025)

- Work with a team to create **more than 50 illustration assets** for the encyclopedia book "Technology & Transportation" in 3 months.
- Ensuring the color consistency for each asset.
- layouted **48 pages** of encyclopedia book and ensured the layout consistency based on the previous series.

Minecraft Photo Editor for @editstvire – USA

Freelance Photo Editor (February 2025 – May 2025)

- Create and screenshot Minecraft Environment Scene.
- Find and collect Minecraft item assets.
- Adjust object color to match the scene.
- Edit & manipulate the photos like perspective, remove background, remove objects.

C'mon! Drink – Depok, Indonesia (Campus Entrepreneurship Project)

Brand Designer & Content Creator (September 2024 – January 2025)

- Work with a team to create, direct, and design visual identity concepts based on the Brand Identity into **Graphic Standard Manual book (GSM)**.
- Planned and executed contents for Instagram: Hard sells, brand awareness, memes, educations, and funny snapgrams and gained total **18.7k views, 4.7k audiences reached , and 97 followers** in 5 months.
- Created supergraphic assets for visual identity.
- Created and edited 4 C'mon! Instagram reels, including motion graphics.
- Designed 3 promotional needs: **X-Banner, Posters, and Social Media Feeds**.
- Created merchandise and label product final artwork.

PIXFUSION – Depok, Indonesia (Campus Teamwork Project)

Brand Designer (April 2024 – July 2024)

- Created and designed visual identity concept for "PIXFUSION" Creative Agency
- Created assets for contents.
- Planned and created PIXFUSION's social media content.
- Work with the team for "Wayda by Ida" brand profile project pitching.

WAYDA BY IDA (PROJECT PITCHING) – Depok, Indonesia

Layout Designer (April 2024 – July 2024)



© 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

- Work with team to research about wayda by ida's market
- Created book layout draft and cover book that complied with brand's aesthetic
- Created moodboard for product photoshoot

TATARUPA NUSANTARA X KEMENSOS – Jakarta, Indonesia

Contributor Designer (March 2024 – July 2024)

- Created and designed visual identity concept for “Warung Jajanan Mama Salsa” brand.
- Designed visual package for seblak and basreng products.
- Created illustration assets for seblak and basreng products.
- Designed promotion needs like banner.

Dakey House – Subang, Indonesia

Freelance Graphic Designer (Oct 2023 – Feb 2024)

- Collaborate with a team to analyze target audience and brainstorming package design concepts.
- Tested & evaluated package prototype.
- Made a 3D mockup for promotion.

GoodDreamer.id – Jakarta, Indonesia

Freelance Illustrator (February 2023)

- Made three online novel covers based on the author's brief.

PT SYSTEL INDONESIA – Jakarta, Indonesia

Graphic Designer Intern (January 2021 – June 2021)

- Work with a team to brainstorm and develop the Rumah Konvalesen website.
- Designed Rumah Konvalesen logo based on the mission & vision.
- Created visual assets for the website.

ORGANIZATION

POROS FM – Depok, Indonesia

Head of Design subdivision (February 2024 – December 2024)

- Ensure that design & video contents that are made by staff complies with SOP and high quality.
- Created and directed video editing concepts to keep consistency.

Creative Designer Staff (Oct 2022 – February 2024)

- Made cover/thumbnaill for Instagram reels and Spotify Podcast content.
- Designed Instagram feed posts.
- Became Creative staff for POROS FM's event 'Open recruitment 2023' (August 2023 - December 2023) where i handled some of printing media and social media feeds.
- Became head of division D2 (Design & Decoration) for POROS FM's birthday party 'POROSMIAN 2023' (May 2023 - June 2023) where i was responsible for ensuring that every team member does the jobs and collaborated with the staffs to visualized the concept based on the event's theme concept.
- Became D2 (Design & Decor) staff for POROS FM's event 'BUKA BERSAMA POROS FM 2023' (March 2023) where i handled social media templates and decorated the venue with the team.

VOLUNTEER EXPERIENCE

DAKEY HOUSE (PENGABDIAN MASYARAKAT) – Subang, Indonesia

Team Leader & Package Designer (June 2024 – Oct 2024)

- Ensure that every team member does the jobs.
- Collaborate with the team to create package visual & structure concepts.
- Collaborate with lecturers to make a sponge product package concept.

CANY KHALS (RESEARCH) – Jakarta, Indonesia

Researcher Staff (April 2024 – Oct 2024)

- Collaborated with the team and lecturers to research students in creating poster & infographic contents for CANY KHALS product using sprinting method in semiotics gestalt theory.
- Analyzed posters & infographics made by several college students using semiotics gestalt theory.
- Refined infographic for CANY KHALS's package content based on the Gestalt theory experiment result.

SPARTAN 2024 – Depok, Indonesia

Design Staff (July 2024 – August 2024)

- Created visual identity concepts.
- Ensure that every design needs to comply with the design guideline.
- Collected assets for design needs.



© 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

LANGUAGES

- **INDONESIA** (Native)
- **ENGLISH** (Intermediate)

SKILLS

- **GRAPHIC, VECTOR, & VISUAL DESIGN** (Figma, Canva, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign)
- **CONTENT CREATION** (Reels, education, memes)
- **VIDEO EDITING** (Capcut, Adobe Premiere)
- **CREATIVITY**
- **ADAPTABILITY**
- **TIME MANAGEMENT**

COURSE & CERTIFICATION

PENGHARGAAN CONTRIBUTOR DESIGNER

Tatarupa Nusantara X KEMENSOS (April 2024 – Juli 2024)

BEST OF ART #3

TGP Artision (Agustus 2023)

SERTIFIKASI PROFESI JUNIOR GRAPHIC DESIGNER

Lembaga Sertifikasi Teknologi Digital (September 2022)

BEST PARTICIPANT | JUNIOR GRAPHIC DESIGNER

Vocational School Graduate Academy by Digitalent Scholarship (Aug 2022 – Sep 2022)

SERTIFIKASI PROFESI KKNI LEVEL 2 MULTIMEDIA

Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) (March 2022)