

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK NARA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

Oleh:
Banu Rahmat Ardian
2206421094

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

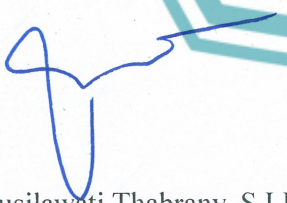
Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk Nara
Coffe Sebagai Media Promosi
Penulis : Banu Rahmat Ardian
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK NARA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

Banu Rahmat Ardian
2206421094

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Depok,
Penguji I

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

Penguji II

Annisaa Syifa Aqlina
NIP. 199805142025062012

Ketua Program Studi

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

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK NARA COFFEE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

adalah hasil karya saya.

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026
Yang menyatakan,



Banu Rahmat Ardian



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Pertumbuhan kedai kopi yang pesat memicu persaingan pasar yang ketat, sehingga NARA COFFEE sebuah usaha kedai kopi bertema *Japanese Minimalist* di Bekasi membutuhkan strategi komunikasi visual yang kuat guna mengatasi kendala berupa ketiadaan banner promosi yang menonjol serta kurangnya visualisasi pada menu fisik yang menghambat alur perjalanan konsumen. Perancangan Tugas Akhir ini bertujuan untuk membuat sistem *marketing collateral* yang konsisten, efektif, dan terintegrasi demi memperkuat citra merek serta mendorong keputusan pembelian di titik penjualan. Dengan menerapkan metode *Design Thinking* (*empathize, define, ideate, prototype, testing*), perancangan ini mengusung konsep visual *Geometric Minimalist* yang memadukan elemen ciri khas rusa, geometri, warna-warna *earth tone*, serta kombinasi tipografi yang harmonis. Hasil akhir dari penelitian ini diimplementasikan ke dalam empat media promosi strategis meliputi poster, *tripod banner*, *sheet menu*, dan konten *feeds* Instagram yang berdasarkan hasil uji coba (*testing*) mampu dalam memandu *customer journey* calon pelanggan dari luar kedai hingga melakukan transaksi di meja kasir.

Kata kunci: Marketing Collateral, Media Promosi, Coffee Shop, Brand Image.

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

ABSTRACT

The rapid growth of coffee shops has triggered intense market competition, prompting NARA COFFEEa Japanese Minimalist-themed coffee shop in Bekasi to require a strong visual communication strategy. This strategy is essential to address existing challenges, namely the absence of prominent promotional banners and a lack of visualization on physical menus, both of which hinder the customer journey. This Final Project design aims to create a consistent, effective, and integrated marketing collateral system to strengthen brand image and drive purchasing decisions at the point of sale. By applying the Design Thinking methodology (empathize, define, ideate, prototype, testing), the design adopts a "Geometric Minimalist" visual concept that blends distinctive deer elements, geometric shapes, earth-tone colors, and a harmonious combination of typography. The final outcomes of this project are implemented across four strategic promotional media: posters, tripod banners, menu sheets, and Instagram feed content. Based on testing results, these media have proven highly effective in guiding prospective customers along their journey, from outside the coffee shop to successfully completing transactions at the cashier.

Keywords: Marketing Collateral, Promotional Media, Coffee Shop, Brand Image.

**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

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas selesainya Tugas Akhir berjudul “Perancangan Desain Marketing Collateral pada NARA COFFEE”. Laporan ini disusun sebagai syarat kelulusan Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa kelancaran penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkanain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Materi dan Teknis Politeknik Negeri Jakarta.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds. M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Pengampu mata kuliah Program studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan beserta arahan pada perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Alfie Luthfia selaku Owner NARA COFFEE yang telah memberikan kepercayaan dalam topik Tugas Akhir yang telah diangkat ini.
8. Keluarga tercinta, terutama Ayah dan Ibu, yang senantiasa memberikan dukungan moril, materiel, dan doa yang tiada henti.



© 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

9. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan di program studi Desain Grafis angkatan 2022 yang telah memberikan semangat dan menjadi teman diskusi yang baik.

Depok, 18 Desember 2026

Banu Rahmat Ardian





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.....	II
LEMBAR PENGESAHAN.....	III
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	IV
ABSTRAK.....	V
ABSTRACT.....	VI
PRAKATA.....	VII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XI
DAFTAR TABEL.....	XIII
DAFTAR LAMPIRAN.....	XIV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar belakang.....	1
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Marketing Collateral.....	7
2.1.1 Strategi Marketing Collateral.....	7
2.2 Promosi.....	8
2.2.1 Fungsi Promosi.....	9
2.2.2 Strategi Promosi.....	9
2.2.3 Jenis - Jenis Media Promosi.....	10
2.3 Warna.....	15
2.4 Tipografi.....	21
2.4.1 Jenis-Jenis Tipografi.....	22
2.4.2 Prinsip Tipografi.....	23
2.5 Gambar.....	25
2.6 Layout.....	27
2.6.1 Elemen Layout.....	27
2.6.2 Prinsip Layout.....	28
2.7 Prinsip Desain.....	29
2.7.1 Keseimbangan (Balance).....	30
2.7.2 Penekanan (Emphasis).....	30
2.7.3 Hierarki Visual (Hierarchy).....	30



© 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, penerjemahan karya ilmiah, penerjemahan laporan, penerjemahan 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

2.7.4 Kesatuan (Unity).....	31
2.8 Design Thinking.....	31
BAB III METODE PERANCANGAN.....	33
3.1 Metode Penelitian.....	33
3.2 Data dan Analisis.....	36
3.2.1 Profil klien.....	36
3.2.2 Product Knowledge.....	37
3.2.3 Target Audience.....	39
3.2.4 Kompetitor.....	40
3.2.5 Consumer Insight.....	46
3.2.6 Analisis SWOT.....	49
3.3 Arahkan Kreatif.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Konsep Visual.....	58
4.1.1 Mind Map.....	58
4.2 Proses Desain.....	59
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	60
4.2.2 Sketsa Manual.....	61
4.2.3 Desain Komprehensif.....	63
4.2.4 Desain Terpilih.....	65
4.2.4 Prototipe.....	71
4.2.5 Testing.....	73
4.2.6 Final Art Work.....	76
4.3 Marketing Collateral.....	77
4.3.1 Trippod Banner.....	78
4.3.2 Sheet Menu.....	79
4.3.3 Poster.....	80
4.3.4 Desain Media Sosial.....	81
4.4 Pertimbangan Produksi.....	82
BAB V PENUTUP.....	100
5.1 Simpulan.....	100
DAFTAR REFERENSI.....	88



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Teori.....	6
Gambar 2.2 List Menu.....	11
Gambar 2.3 Standing Banner.....	12
Gambar 2.4 Poster.....	13
Gambar 2.9 Color Wheel.....	16
Gambar 2.10 Warm colors & Cold colors.....	17
Gambar 2.11 Monokromatik.....	18
Gambar 2.12 Analogus.....	18
Gambar 2.13 Komplementer.....	19
Gambar 2.14 Serif & Sans Serif.....	22
Gambar 2.15 Script & Decorative.....	23
Gambar 2.16 Leading, Tracking & Kerning.....	24
Gambar 2.17 Fotografi.....	26
Gambar 2.18 Ilustrasi.....	27
Gambar 3.1 Menu makanan Nara Coffee.....	38
Gambar 3.2 Profile Instagram Arung Coffee.....	41
Gambar 3.3 Menu Pada Arung Coffee.....	42
Gambar 3.4 Profile Instagram Saling Isi.....	42
Gambar 3.5 Menu Pada Saling Isi.....	43
Gambar 3.6 Instagram Kopi Shiro.....	44
Gambar 3.7 Instagram The Flag Coffee & WFC Bekasi.....	45
Gambar 3.8 Menu Pada The Flag Coffee & WFC Bekasi.....	46
Gambar 3.9 Preferensi Desain Yang Dipilih Responden.....	49
Gambar 4.1 Mindmap.....	58
Gambar 4.2 Moodboard.....	59
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	61
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	62
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	62
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	63
Gambar 4.7 Desain Komprehensif A.....	64
Gambar 4.8 Desain Komprehensif B.....	64
Gambar 4.9 Desain Komprehensif C.....	65
Gambar 4.10 Desain Terpilih.....	66
Gambar 4.11 Warna.....	70
Gambar 4.12 Font Galano Grotesque.....	71



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.13 Font Lora.....	71
Gambar 4.14 Mock Up.....	72
Gambar 4.15 Mock Up Cetak.....	73
Gambar 4.16 Final Art Work.....	77
Gambar 4.17 Desain Trippod Banner.....	79
Gambar 4.18 Desain Sheet Menu.....	80
Gambar 4.19 Desain Poster.....	81
Gambar 4.20 Desain Sosial Media.....	82





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Psikologi Warna.....	19
Tabel 3. 1 Analisis SWOT.....	50
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	53
Tabel 4.1 Kelebihan & Kekurangan Testing.....	75





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	90
LAMPIRAN 2 Tranksrip Wawancara Dengan klien.....	91
LAMPIRAN 3 Hasil Data Kuesioner.....	94
LAMPIRAN 4 Hasil Testing.....	106
LAMPIRAN 5 Dokumentasi Wawancara Dan Testing.....	119
LAMPIRAN 6 Hasil Cek Plagiarisme.....	120
LAMPIRAN 7 CV.....	122





Hak Cipta :

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

Pertumbuhan budaya kopi di Indonesia telah membuat industri kedai kopi menjadi sangat ramai dan penuh persaingan. Mengutip dari AEKI (Asosiasi Eksportir Kopi Indonesia), Indonesia merupakan produsen kopi terbesar keempat di dunia, di mana konsumsi domestik terus meningkat hingga mencapai estimasi 800 gram/kapita/tahun. Lonjakan konsumsi ini berbanding lurus dengan pertumbuhan masif jumlah pelaku usaha. Berdasarkan data global Point of Interest (POI) yang dirilis oleh Specialty Coffee Association of Indonesia (SCAI) pada akhir tahun 2025, Indonesia kini menempati peringkat pertama sebagai negara dengan jumlah kedai kopi terbanyak di dunia, yakni mencapai 461.991 titik lokasi (CNA Indonesia, 2026). Kondisi ini menciptakan saturasi pasar yang tinggi, di mana keunggulan kualitas produk semata tidak lagi cukup untuk memenangkan persaingan. Hal ini dibuktikan oleh pergeseran perilaku konsumen modern yang kini tidak hanya membeli produk, melainkan mencari pengalaman menyeluruh (customer experience), termasuk atmosfer dan identitas visual kedai (Lindiani dkk., 2024).

Oleh karena itu, pelaku usaha dituntut memiliki strategi promosi dan komunikasi visual yang kuat agar bisa tampil beda. Penelitian (Rasyid dkk., 2023) terhadap UMKM sektor F&B secara spesifik menemukan bahwa tantangan utama pelaku usaha skala kecil adalah keterbatasan dalam mengkomunikasikan keunikan identitas mereka secara efektif bukan pada kualitas produknya. UMKM seringkali hanya mengandalkan media sosial, padahal medium ini memiliki batasan jangkauan algoritma dan interaksinya terputus ketika konsumen tiba di lokasi fisik.

Di titik inilah letak kesenjangan komunikasi pemasaran digital mungkin berhasil menarik minat awal, tetapi ruang fisik kedai harus mampu memandu



© 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

konsumen hingga ke tahap pembelian (Garg dkk., 2024). Dalam konteks industri F&B, proses pengambilan keputusan konsumen di ruang fisik sangat dipengaruhi oleh elemen visual yang hadir secara langsung di titik penjualan. Oleh karena itu, kesenjangan komunikasi tersebut tidak dapat diselesaikan oleh media sosial semata, melainkan membutuhkan instrumen komunikasi visual di titik penjualan yang disebut sebagai marketing collateral sebuah ekosistem media pendukung visual yang mencakup Trippod Banner, poster, hingga buku menu.

Peran marketing collateral bukan sekadar alat promosi, melainkan instrumen yang mengendalikan alur perjalanan konsumen (customer journey) secara sistematis. Banner bertugas di tahap awareness dengan menarik perhatian calon konsumen di sekitar lokasi, sementara desain menu dan poster bertindak di tahap action sebagai penggerak keputusan pembelian (Fauzie, 2023). Tanpa sistem marketing collateral yang dirancang dengan identitas visual yang konsisten, sebuah kedai kopi berisiko mengalami kebocoran pada alur penjualannya konsumen mungkin melintas tetapi tidak mampir, atau mampir tetapi tidak membeli produk unggulan karena tidak ada media yang menginformasikannya (Sulistiyono & Sholihah, 2021).

Efektivitas marketing collateral dalam menyelesaikan masalah ini telah dibuktikan oleh beberapa penelitian terdahulu. (Djunaedi dkk., 2024) membuktikan bahwa perancangan marketing collateral yang komprehensif pada UMKM F&B mampu memudahkan komunikasi identitas brand kepada audiens dan mendorong konsumen untuk mengakses informasi produk dengan lebih mudah. Senada dengan itu, penelitian (Fauzie, 2023) juga membuktikan bahwa desain marketing collateral yang terintegrasi mampu meningkatkan visibilitas dan daya tarik kedai secara signifikan. Namun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik mengkaji perancangan marketing collateral untuk kedai kopi bertema Japanese Minimalist yang memiliki tantangan unik dalam menerjemahkan identitas visual yang khas ke dalam media promosi fisik. Di sinilah letak kebaruan (novelty) penelitian ini yakni merancang sistem marketing collateral yang tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai



© 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

medium untuk mengkomunikasikan identitas NARA COFFEE secara konsisten dan terintegrasi.

Permasalahan tersebut terlihat nyata pada NARA COFFEE. Walaupun sudah beroperasi selama 6 tahun sebagai kedai kopi UMKM beridentitas *Japanese Minimalist* di Bekasi, kedai ini rupanya masih mengalami hambatan komunikasi visual. Berdasarkan observasi lapangan, kedai ini mengalami hambatan komunikasi visual yang memutus alur perjalanan konsumen di dua titik kritis. Di tingkat awareness, ketiadaan banner promosi pada area depan. Di tingkat action, sheet menu fisik yang tersedia belum dilengkapi visualisasi foto produk unggulan, sehingga konsumen kehilangan informasi krusial yang seharusnya mendorong keputusan pembelian. Berdasarkan analisis tersebut, perancangan ulang marketing collateral secara komprehensif merupakan solusi yang tepat tidak hanya untuk menutup kesenjangan komunikasi visual, tetapi juga untuk menerjemahkan identitas *Japanese Minimalist* NARA COFFEE menjadi sistem visual yang meningkatkan daya saing di tengah ketatnya pasar kopi.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang *media marketing collateral* yang efektif dan sesuai dengan identitas visual NARA COFFEE?
2. Media promosi apa saja yang paling tepat untuk meningkatkan *brand awareness* dan loyalitas konsumen NARA COFFEE?
3. Bagaimana penerapan elemen desain grafis yang dapat memperkuat citra merek NARA COFFEE di tengah persaingan industri kopi?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar perancangan ini lebih terfokus, maka ruang lingkup pembahasan akan dibatasi pada aspek-aspek berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Proses perancangan desain media marketing collateral sebagai media promosi pada “NARA COFFEE”
2. Perancangan ini mencakup beberapa media yaitu media digital dan juga media cetak seperti poster, lembar menu dan juga media sosial post.
3. Menampilkan hasil akhir desain (*final artwork*) dan implementasinya dalam bentuk *mockup* (prototipe digital) pada media-media yang telah dirancang (Buku Menu, Poster, Tripod Banner, dan *Post Feeds Instagram*)

1.4 Tujuan dan Manfaat

A. Tujuan dari perancangan ini adalah:

1. Merancang desain *marketing collateral* yang mampu merepresentasikan karakter dan nilai brand NARA COFFEE.
2. Menghasilkan media promosi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan daya tarik visual terhadap target audiens.
3. Memberikan solusi desain yang konsisten dan strategis guna memperkuat identitas visual NARA COFFEE.

B. Manfaat Hasil dari perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Praktis

Bagi Klien (NARA COFFEE): Memberikan solusi desain berupa media promosi yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan daya tarik konsumen, yang berpotensi mendorong penjualan.

2. Akademis

- A. Bagi Pengembangan Ilmu: Menjadi studi kasus penerapan teori desain komunikasi visual dalam perancangan *marketing collateral* terpadu untuk industri F&B.
- B. Bagi Penulis: Menerapkan ilmu dan keterampilan yang diperoleh selama masa perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta ke dalam sebuah proyek perancangan nyata.



© 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

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai alur pembahasan, yang terdiri dari

BAB I PENDAHULUAN

Menguraikan urgensi perancangan *marketing collateral* sebagai solusi kendala komunikasi visual NARA COFFEE di tengah persaingan industri, serta memaparkan rumusan masalah, ruang lingkup, tujuan, dan manfaat perancangan.

BAB II LANDASAN TEORI

Menguraikan teori-teori relevan yang menjadi dasar dalam proses perancangan, seperti teori desain, branding, dan media promosi.

BAB III METODE PERANCANGAN

Menjelaskan metode pengumpulan data, analisis data, serta tahapan proses kreatif yang digunakan dalam perancangan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan tahapan pengembangan konsep visual, proses eksplorasi desain mulai dari pembuatan sketsa alternatif hingga hasil akhir (*final artwork*), pengujian prototipe, serta pertimbangan teknis dalam produksi *marketing collateral*.

BAB V PENUTUP

Memberikan simpulan akhir dari seluruh rangkaian proses perancangan yang telah dilaksanakan berdasarkan hasil evaluasi dan kesesuaian dengan tujuan perancangan yang diajukan.

Hak Cipta :

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

5.1 Simpulan

Pada perancangan Desain Marketing Collateral sebagai media promosi untuk Nara Coffee, mendapatkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan perancangan ini:

1. Perancangan media marketing collateral yang efektif dan sesuai identitas visual Nara Coffee dicapai melalui pendekatan Design Thinking (empathize, define, ideate, prototype, testing), dengan konsep visual Geometric Minimalist yang diracik dari tiga kata kunci "Rusa", "Geometri", dan "Minimalis". Kesesuaian konsep ini dengan identitas Nara Coffee didukung oleh hasil pengujian, di mana seluruh responden (10 dari 10) menyatakan kesan hangat, tenang, dan minimalis pada desain sudah tersampaikan dengan baik.
2. Media promosi yang dinilai paling tepat untuk mendukung brand awareness dan loyalitas konsumen Nara Coffee adalah kombinasi poster, tripod banner, sheet menu, dan feeds Instagram, yang dirancang sebagai satu sistem komunikasi visual yang saling terhubung di titik interaksi offline (area kedai) maupun online (media sosial). Pemilihan keempat media ini mempertimbangkan data target audiens, di mana media sosial menjadi sumber rekomendasi tertinggi (42,2%), sementara tripod banner dan poster berperan menjangkau calon konsumen yang melintas secara langsung di lokasi.
3. Dari seluruh elemen tersebut dirancang untuk saling melengkapi dalam membangun alur pengalaman visual konsumen, mulai dari menarik perhatian di luar kedai hingga mendukung proses pengambilan keputusan di titik penjualan. Hasil pengujian terhadap 10 responden menunjukkan respons positif terhadap kesan visual yang dibangun, meskipun efektivitasnya terhadap peningkatan penjualan aktual belum diukur secara kuantitatif dalam penelitian ini.

**Hak Cipta :**

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

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan Desain Marketing Collateral sebagai media promosi pada Nara Coffee, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Agar hasil perancangan ini memberikan dampak yang maksimal, pihak Nara Coffee disarankan untuk menerapkan dan menjaga konsistensi penggunaan seluruh marketing collateral ini di semua titik interaksi pelanggan, baik pada media cetak di lokasi maupun unggahan digital. Konsistensi visual ini berperan penting dalam memperkuat pengenalan identitas merek pada konsumen, serta berpotensi mendukung peningkatan brand awareness Nara Coffee di tengah persaingan pasar kedai kopi di kawasan Bekasi, meskipun besarnya dampak tersebut perlu dibuktikan lebih lanjut melalui pengukuran yang terukur.
2. Bagi peneliti atau desainer yang akan datang, ruang lingkup perancangan media promosi ini masih terbuka untuk dikembangkan lebih lanjut agar selaras dengan pergeseran tren gaya hidup digital, misalnya melalui perancangan antarmuka website resmi yang interaktif, penyusunan strategi konten promosi berbasis video pendek, hingga perluasan identitas merek ke dalam lini merchandise sebagai media promosi tambahan.
3. "Selain itu, disarankan untuk dilakukan penelitian lanjutan yang berfokus pada evaluasi efektivitas desain melalui metode kuantitatif yang terukur. Melalui pengujian statistik dan analisis data lapangan, penelitian berikutnya diharapkan dapat mengukur sejauh mana penerapan desain marketing collateral ini berkontribusi terhadap penguatan citra merek, minat beli konsumen, dan peningkatan penjualan Nara Coffee secara empiris.



Hak Cipta :

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

- Auernhammer, J., & Roth, B. (2021). The origin and evolution of Stanford University's design thinking: From product design to design thinking in innovation management. *Journal of Product Innovation Management*, 38(6), 623–644. <https://doi.org/10.1111/jpim.12594>
- Dermawan, I. (2018). THE EFFECT OF PROMOTION MIX OF THE OFF-AIR ENGLISH SERVICE PROGRAM AT RRI PRO2 FM BANDUNG UPON THE LOYALTY OF THE AUDIENCES. *The Management Journal of Binaniaga*, 3(02), 1. <https://doi.org/10.33062/mjb.v3i2.253>
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). PENERAPAN DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL UNTUK RISTIANT CATERING. 02(01).
- Fauzie, M. I. (2023). Analisis Desain Visual Branding Kafe “Literacy Coffee.” 2(3).
- Fitriani, K., & Permatasari, I. R. (t.t.). Penerapan Strategi Promosi di Media Sosial Instagram Feed dalam Memperluas Jangkauan Pasar UMKM Foodnaku di Kota Malang.
- Garg, A. K., Singh, C., Soni, K., & Agrawal, P. (2024). INTEGRATING PRINT AND DIGITAL MEDIA FOR TARGETED MARKETING IN URBAN AND RURAL AREAS. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 5(5), 91–108. <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v5.i5.2024.3608>
- Hasbiah, S. (t.t.). The Effect of Local Coffee Shop Marketing Mix on Customer Satisfaction and Loyalty in Indonesia.



© 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

- Irmayansyah, M. (2019). Fuzzy Inference System Tsukamoto Untuk Optimalisasi Jumlah Media Promosi Brosur di Sekolah Menengah Kejuruan. *Teknois : Jurnal Ilmiah Teknologi Informasi dan Sains*, 6(2), 12–24. <https://doi.org/10.36350/jbs.v6i2.37>
- Ismayaton Azizah, D. & Cecep Hermawan. (2025). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop. *Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI*, 5(1), 40–48. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v5i1.7423>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Lindiani Lindiani, Indah Registiana, Fauzan Fajrullah, & Indah Noviyanti. (2024). Analisis Strategi Promosi Bisnis UMKM Coffee Shop Dengan Menggunakan Media Sosial. *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(2), 75–93. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i2.3061>
- Lutfi, M., & Galib, M. (2025). Halal Product Promotion Strategy in the Digital Era: Analysis of Small and Medium Enterprises (SMEs). *Jurnal Aplikasi Manajemen*.
- Margareta, M., & Susanto, E. H. (2022). Pengaruh Promotion dan Brand Image terhadap Purchase Decision di Universitas Tarumanagara. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, 6(2), 131. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17808>
- Murchie, K. J., & Diomedes, D. (2020). Fundamentals of graphic design—Essential tools for effective visual science communication. *FACETS*, 5(1), 409–422. <https://doi.org/10.1139/facets-2018-0049>
- Nariyah, A. W. (2023). Strategi pemasaran dan promosi produk dalam meningkatkan bisnis online shop. *Jurnal USAHA*, 4(1), 65–75. <https://doi.org/10.30998/juuk.v4i1.1905>



© 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

- Nur Fatah, A., & Pudjo Santosa, H. (2023). Coffee Shop Marketing Communication Strategy to Increase Sales (Case Study at Kedai Kopi Inspirasi Bogor). *Daengku: Journal of Humanities and Social Sciences Innovation*, 3(2), 235–243. <https://doi.org/10.35877/454RI.daengku1498>
- Nuresa, D. (2025). The psychology of color in business branding: How color influences purchasing decisions. *Asian Journal of Multidisciplinary Research*, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.59613/p2bbr485>
- Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, dan Warna pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102–110. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>
- Putra, A. S. S., & Camelia, I. A. (2024). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI UNTUK HOME INDUSTRY BATIK CEMPAKA MOJOKERTO. 2(4).
- Rasyid, H. C., Annas, F., & Wandira, R. (2023). Pengembangan Media Promosi untuk Meningkatkan Strategi Pemasaran Online UMKM di Kota Payakumbuh. 02(02).
- Sahata Sitanggang, A., Naufal Nazhif, D., Harits Ar-Razi, M., & Anugrah Febrian Buaton, M. (2024). Efektivitas Strategi Digital Marketing di Media Sosial: Studi Kasus Facebook, Instagram, dan Tiktok Generasi Z. *MASMAN: Master Manajemen*, 2(3), 233–241. <https://doi.org/10.59603/masman.v2i3.489>
- Wijaya, H. A., & Wijaya, L. S. (2021). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Meningkatkan Penjualan dan Brand Awareness. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, dan Komunikasi (IMPRESI)*, 2(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v2i1.51711>
- Hasbiah, S. (t.t.). The Effect of Local Coffee Shop Marketing Mix on Customer Satisfaction and Loyalty in Indonesia.



© 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

- Ismayatul Azizah, D. & Cecep Hermawan. (2025). Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Konsumen Dalam Memilih Coffee Shop. Jurnal Manajemen DIVERSIFIKASI, 5(1), 40–48. <https://doi.org/10.24127/diversifikasi.v5i1.7423>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Margareta, M., & Susanto, E. H. (2022). Pengaruh Promotion dan Brand Image terhadap Purchase Decision di Universitas Tarumanagara. Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan, 6(2), 131. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i2.17808>
- Nuresa, D. (2025). The psychology of color in business branding: How color influences purchasing decisions. Asian Journal of Multidisciplinary Research, 2(2), 66–75. <https://doi.org/10.59613/p2bbr485>
- Saputra, R. H., & Kesuma, M. E.-K. (t.t.). PT. MIFANDI MANDIRI DIGITAL.
- Widiastutik, S., Wibawa, I. P. B. A. G., & Shofiana, I. A. (2021). Strategi Persuasif dalam Sale Promotion dengan Outdoor Ad Media: Studi Kasus Bahasa Persuasif Pedagang Kaki Lima Di Denpasar Selatan. JSHP: Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan. <https://doi.org/https://doi.org/10.32487/jshp.v5i1.96>



© 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

No	Nama	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
1	Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah	Done	October 1, 2025	Melakukan wawancara dengan client, mencari data client	Membuat list pertanyaan wawancara dan melakukan observasi secara langsung dengan melihat perilaku konsumen saat berada di cafe, melihat daftar menu
2	Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan		Done	November 10, 2025	Mengerjakan Laporan BAB 1-3	mencari teori perancangan
3	Bimbingan ke-3	Bab 3 Metode Perancangan	Rumusan Masalah Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan Penulisan Bab 2 Kerangka teori	Done	December 4, 2025	-menambahkan Teori Marketing Collateral dan Strategi Marketing Collateral -penyesuaian pada Sub Bab Sistematika Penulisan	-mencari teori mengenai Teori Marketing Collateral dan Strategi Marketing Collateral -menyesuaikan sub bab sistematika penulisan supaya sesuai dengan isi disetiap Bab nya
4	Bimbingan ke-4	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor Product Knowledge Target Audience Profil Klien	Done	December 8, 2025	-menambahkan 2 kompetitor -menambahkan list menu, range harga pada kompetitor	-mencari 2 kompetitor lainnya melalui instagram, dan gmaps -mencari list menu dan range harga pada kompetitor melalui instagram, dan gmaps
5	Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Analisis SWOT Creative Brief	Done	December 13, 2025	-menambahkan teori pada sub bab media digital -penggunaan kalimat yang kurang tepat pada Analisis SWOT -menambahkan media digital pada table Creative Brief	-mencari teori tambahan mengenai media digital -mengubah kalimat Analisis SWOT lebih akademis dan jelas -menambahkan media digital, yaitu tiktok
6	Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Analisis consumer insight Creative Brief	Done	December 17, 2025	-untuk Analisis consumer dibuatkan paragraf -untuk data kuesioner dipindahkan ke bagian lampiran	melanjutkan revisi SWOT, creative brief consumer insight, dan memperbaiki penggunaan kalimat yang kurang akademis
7	Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2	Done	December 18, 2025	-menambahkan teori pada sub bab media digital	mencari teori tambahan mengenai media digital, seperti website dan facebook
8	Bimbingan ke-8			Done			
9	Bimbingan ke-9	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done			• Progres bab 4 • ACC Mindmap & modboard • revisi konsep sketsa manual
10	Bimbingan ke-10			Done			Asistensi abstrak Semnas
11	Bimbingan ke-11			Done			ACC hullpaper Semnas
12	Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done			• Progres sketsa konherensi poster • desain terpilih • asistensi pertanyaan testing
13	Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil & Pembahasan		Done			• Tumitin • Finalisasi untuk tanda tangan persetujuan
14	Bimbingan ke-14			Done			• tanda tangan persetujuan

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

Jenis Wawancara : Online (Whatsapp)
 Tempat/Tanggal : Rumah, 4 Desember 2025
 Perihal : Profil dan data perusahaan

Pewawancara: Halo Kak Alfie! Terima kasih sudah meluangkan waktu buat ngobrol via chat ya. Langsung aja nih, aku mau tanya-tanya soal NARA COFFEE buat kebutuhan riset. Boleh diceritain sedikit gak *history* di balik nama "NARA"? Ada filosofi khususnya?

Narasumber: Halo Banu! Siap, santai aja. Jadi, nama NARA COFFEE itu terinspirasi dari kota Nara di Jepang. Kota itu kan dikenal tenang, hangat, dan estetik banget. Filosofinya sederhana sih, kita pengen menghadirkan tempat yang nyaman, damai, dan berkesan buat semua orang, persis kayak atmosfer kota Nara itu sendiri.

Pewawancara: Wah, pantesan vibes-nya kerasa beda. Terus visi misinya apa nih Kak?

Narasumber: Visi kita pengen jadi *coffee shop* yang nawarin pengalaman ngopi terbaik di Bekasi dengan suasana *Japanese Minimalist* yang estetik. Misi utamanya sih menghadirkan kopi berkualitas dengan harga pas, punya SOP pelayanan yang jelas, dan jadi tempat ternyaman buat kerja atau belajar. Intinya pengen jadi "Best Coffee Bestmin in Town" yang bikin orang pengen balik lagi.

Pewawancara: *Noted*. Kalau soal menu, mana nih yang jadi juara atau *best-seller* di sana?

Narasumber: Kalau *signature*, yang paling laku itu Caramel Latte, Matcha, sama Es Kopi Susu Nara. Yang bikin spesial itu racikannya stabil, bahannya berkualitas, dan rasanya masuk buat semua usia.

Pewawancara: Oke. Nah, ada gak produk yang performanya belum maksimal? Terus masukan apa yang paling sering pelanggan kasih?



© 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

Narasumber: Ada beberapa menu yang kalah sama signature karena pelanggan biasanya pilih yang udah familiar. Kalau masukan, pelanggan sering minta variasi menu *seasonal*, menu buat anak-anak/orang tua, sama variasi *snack* yang lebih banyak.

Pewawancara: Berarti potensi pengembangannya di situ ya. Kalau ngomongin tren, Kak Alfie liat ada tren apa yang bisa diadaptasi NARA?

Narasumber: Kita lagi ngelirik tren minuman *Japanese-inspired* kayak Hojicha atau Yuzu, terus menu *low-sugar*, sama menu *seasonal* kayak strawberry latte. Kompetitor juga gencar di menu *seasonal* dan kolaborasi, jadi itu referensi kita biar NARA tetap relevan tapi dengan gaya khas Jepang kita.

Pewawancara: Sip. Lanjut ke soal harga dan target pasar nih, Kak. Posisi harganya gimana dibanding kompetitor di Bekasi? Terus siapa sih audiens utamanya?

Narasumber: Harga kita setara atau sedikit lebih terjangkau dibanding area Jatibening, tapi *value* suasana dan estetikanya kita jamin lebih tinggi. Target audiens kita dominan pekerja kantoran yang WFH, pelajar karena dekat sekolah, sama orang tua yang nunggu anaknya.

Pewawancara: Biasanya mereka paling suka atau muji apanya dari NARA, Kak? Ada keluhan soal lokasi gak?

Narasumber: Pujian paling banyak itu soal suasana tenang & *aesthetic Japanese Minimalist*, kebersihan, sama Wi-Fi yang stabil. Cuma emang ada PR soal parkir yang kadang penuh pas jam ramai, sama visibilitas dari jalan raya yang belum terlalu nonjol.

Pewawancara: Oke, masuk ke strategi promosi ya Kak. Biasanya pelanggan baru tau NARA dari mana? Dan promosi apa yang paling ngefek?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Kebanyakan tau dari Google Maps/Review, sosmed, sama rekomendasi teman (*word of mouth*). Promosi paling berhasil sejauh ini tuh yang *event-based* (hari besar) atau *flash sale*, karena ada *sense of urgency*.

Pewawancara: Tantangan promosi sekarang apa Kak? Terus media apa yang mau ditingkatin?

Narasumber: Tantangannya bikin orang yang belum tau jadi tertarik nyoba, soalnya *awareness* harus ditingkatin lagi. Kita mau perkuat di Instagram Feed & Reels biar visual *Japanese Minimalist*-nya makin kerasa, terus perbaiki desain poster menu sama banner depan biar lebih *eye-catching*.

Pewawancara: Nah, ini penting buat desain nanti. Pesan utama yang pengen disampaikan lewat desain baru apa? Terus *style* visualnya mau gimana?

Narasumber: Pesannya: "Best Coffee Best in Town, tempat ternyaman untuk bekerja, belajar, dan menikmati kopi". Untuk visual, kita pengen nuansa warna Netral & Earthy dengan sentuhan Dark Elegant. Gayanya lebih ke foto asli berkualitas tinggi, tipografi *clean* ala Jepang, sama ada elemen geometris dikit biar dapet kesan Minimalistnya. Harus kelihatan rapi, premium, dan *timeless* ya.

Pewawancara: Siap, lengkap banget Kak! Fokus utamanya berarti ningkatin *awareness* sama visual yang lebih estetik ya.

Narasumber: Betul Banu! Fokus utamanya ningkatin *awareness* karena masih banyak warga sekitar yang belum tau *experience* nyaman di NARA. Platform utamanya tetap IG dan TikTok.

Pewawancara: Oke Kak Alfie, datanya udah cukup banget buat aku mulai ngerancang laporan tanya. Makasih banyak ya udah jawab detail!

Narasumber: Sama-sama Banu! Ditunggu hasil desainnya ya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

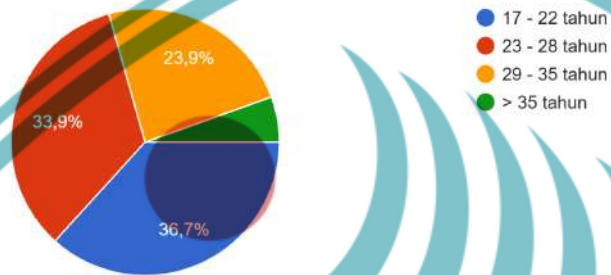
Jenis Wawancara : Online

Perihal : *Consumer insight*

A. Profil & Demografis Responden (Target Audience)

Berapa usia Anda saat ini?

109 jawaban



Mayoritas usia 17-22 tahun (36,7%) dan 23-28 tahun (33,9%).

Di mana domisili tempat tinggal Anda saat ini?

109 jawaban



Mayoritas tinggal di Jabodetabek (62,4%).



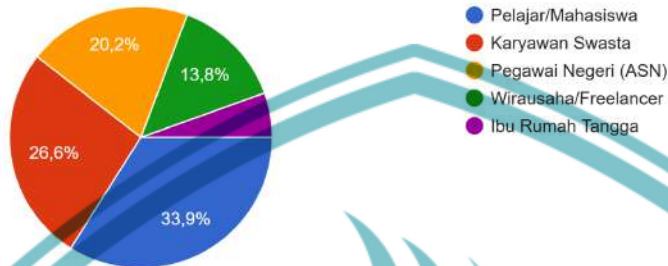
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Apa pekerjaan utama Anda saat ini?

109 jawaban



Dominasi Pelajar/Mahasiswa (33,9%) dan Karyawan Swasta (26,6%).

B. Perilaku & Kebiasaan Konsumen (Consumer Behavior)

Seberapa sering Anda mengunjungi coffee shop dalam satu bulan?

109 jawaban



Intensitas kunjungan "Sering" (2-3 kali seminggu) mencapai 45,9%.

Apa tujuan utama yang paling sering membuat Anda datang ke sebuah coffee shop?

109 jawaban



Paling banyak untuk Bersosialisasi/Nongkrong (43,1%) dan WFC/Mengerjakan



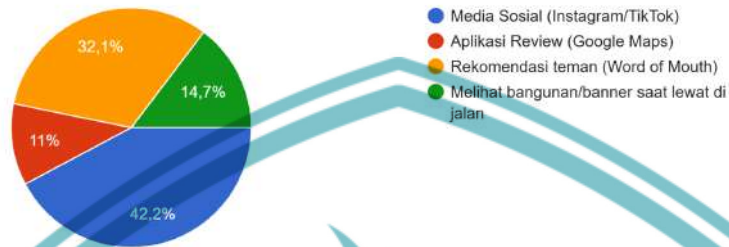
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Dari mana Anda biasanya pertama kali mengetahui rekomendasi coffee shop?

109 jawaban



Mengetahui rekomendasi paling banyak dari Media Sosial (42,2%) dan Rekomendasi Teman (32,1%).

C. Strategi Promosi & Daya Tarik Fisik (Marketing Strategy)

Saat melihat poster/konten promosi pada sebuah coffeshop, informasi apa yang paling menentukan keputusan Anda untuk datang?

109 jawaban



Informasi yang paling dicari adalah "Foto Suasana Tempat/Ambience" (35,8%) dan "Info Harga & Promo" (33,9%).

Biasanya, apa yang paling bikin Anda melirik saat lewat di depan sebuah coffee shop sampai akhirnya memutuskan untuk mampir? (Misalnya: tulisan promonya, gambar di spanduknya, atau bentuk bangunannya?)

105 jawaban



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berdasarkan jawaban esai, kombinasi antara Bentuk Bangunan Unik (Estetika) dan Kejelasan Tulisan Promo di Spanduk adalah faktor utama yang membuat orang melirik dan masuk.

Bentuk bangunannya

Tulisan promo yang jelas dan mudah dipahami dengan gambar spanduk yang sederhana

Spanduk promo yang jelas dan tampilan luar yang instagramable

Awalnya saya lihat promonya dulu, tapi kalau bentuk bangunannya juga menarik dan kelihatan cozy, saya jadi makin yakin buat mampir.

Saya paling memperhatikan promo yang ditampilkan dengan huruf besar dan warna mencolok seperti penawaran B1G1 atau diskon hari ini, Jika penawaran tersebut menarik, saya langsung berkunjung

Informasi harga yang terlihat terjangkau di depan toko

bentuk bangunan yang menarik dan terlihat nyaman saat ngopi dengan keluarga dan teman.

Cafenya sepi haha

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tulisan promo yang sederhana tapi jelas sering jadi alasan saya berhenti, karena langsung tahu ada penawaran menarik tanpa harus mikir lama.

Saya selalu mencari promo menu spesial atau bundling. Jika sesuai dengan selera dan anggaran, saya pasti memutuskan untuk masuk

Adanya area outdoor yang terlihat nyaman

bentuk bangunan

Musik yang terdengar dari luar dan sesuai selera

Tampilan luar coffee shop yang Instagramable

Saya berhenti ketika menemukan promo yang jelas bermanfaat seperti diskon 50% atau kue gratis dan segera memutuskan untuk masuk

Bentuk bangunan atau desain yang lucu

Lampu dan pencahayaan yang hangat, terutama saat sore atau malam

Saya suka mampir ke coffee shop yang ada promo "Free Snack" buat menemani minuman favorit saya.

Yang pertama kali saya perhatikan adalah bangunan yang unik seperti rumah pohon, gaya industrial, atau bentuk melengkung karena saya penasaran dengan suasana di dalamnya

Desain bangunan unik dan estetik dari luar

Saya sering mampir ke coffee shop karena ada promo "Diskon 50% untuk Pembelian Kedua" yang sangat menguntungkan haha

Saya cenderung melihat ke arah bangunan yang memiliki karakter khas seperti dinding bata merah atau

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Promo bundling serta desain bangunan yang beda dari sekitar

Kalau saya lihat ada promo di depan toko yang dipadukan sama desain bangunan yang bagus, biasanya itu cukup meyakinkan buat masuk.

Ada menu minuman favorit saya terpampang di luar

bentuk bangunan dengan desain rumah balok kayu dengan tulisan promo berfokus pada promosi

Promo harga murah dan bangunan minimalis

Tulisan promo diskon atau "buy 1 get 1" yang terlihat jelas dari luar

Tampilan etalase atau bar kopi yang terlihat rapi dan bersih

Tulisan promo diskon besar di depan toko

Bangunan minimalis dengan warna halus dan tulisan promosi yang singkat namun jelas.

Saya terpaku pada bangunan yang menarik seperti atap transparan atau material kayu alami karena nuansanya terasa nyaman bahkan dari luar

Desain interior coffee shop yang Instagrammable bikin saya ingin foto-foto dulu sebelum pesan.

Interior yang terlihat cozy dari luar

Promo menu baru dan bentuk bangunan modern.

Bangunan coffee shop yang unik membuat saya menoleh, dan promo menarik yang tertulis di depan akhirnya meyakinkan saya untuk mampir.

Bentuk bangunan yang beda dari yang lain membuat saya penasaran, lalu diperkuat dengan promo harga spesial yang tertulis di depan.

Saya suka mampir ke coffee shop yang ada promo "Free WiFi" buat kerja atau streaming.

**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

Visual promo dengan gambar minuman yang menggugah selera

Spanduk dengan gambar kopi atau minuman yang terlihat menggugah selera

Promo paket hemat yang dipajang di depan sering jadi alasan saya masuk, apalagi jika bentuk bangunannya terlihat rapi dan modern.

Coffee shop dengan konsep bangunan yang unik langsung menarik perhatian saya, apalagi jika disertai promo pembukaan atau potongan harga.

Tulisan promo simpel dan desain luar coffee shop yang nyaman.

Bangunan minimalis dengan warna cerah dan natural. Tulisan promo yang tidak terlalu ramai

Saya menyukai promo yang dituliskan dengan cara yang kreatif disertai diskon. Kombinasi kata-kata yang lucu dan penawaran menarik membuat saya langsung berkunjung

Banyak spot foto yang terlihat menarik dari luar

Bentuk bangunan modern dengan kaca besar

Bangunan kayu bernuansa natural dengan gambar spanduk yang jelas dan tidak terlalu ramai

Saya tertarik saat melihat desain bangunan yang estetik, lalu melihat spanduk promo yang menawarkan harga terjangkau.

Poster promo mencolok dan fasad coffee shop yang menarik

Konsep tema tertentu, misalnya industrial atau minimalis

Rekomendasi teman yang kebetulan terlihat di spanduk atau stiker

Promo diskon yang besar dan bangunan yang unik

Gambar latte art di spanduknya yang cantik bikin saya enggak bisa nolak

**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

Biasanya yang pertama kali bikin saya melirik itu tulisan promonya, apalagi kalau jelas dan kelihatan lagi ada diskon atau paket hemat, jadi penasaran buat mampir.

Spanduk promo menu baru

Bentuk bangunan dan luas. Tidak terlalu ramai

Tulisan promo menarik dan desain coffee shop yang estetik

Desain bangunannya

Promo limited time dan bentuk bangunan kekinian

Logo coffee shop yang unik dan mudah diingat

Bangunan menggunakan bata ekpos dengan tulisan promo yang relevan

Spanduk promo minuman baru yang eye-catching

Promo minuman favorit dan bangunan dengan konsep unik

bentuk bangunan

Ada tulisan "tempat nongkrong" atau "wifi kencang"

Spanduk promo dengan kata-kata menarik langsung mencuri perhatian saya, apalagi jika bangunan coffee shop-nya terlihat modern dan Instagramable.

Bentuk bangunan yang estetik dan eye-catching biasanya langsung menarik perhatian saya, apalagi kalau kelihatan cocok buat nongkrong atau foto-foto.

Promo

Promo dan Rasa nya

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Desain bangunan yang unik dan estetik

Promo minuman baru yang ditulis besar di depan toko sering membuat saya berhenti, terlebih jika bangunannya terlihat nyaman dan menarik.

Spanduk promo dengan warna mencolok sering bikin mata langsung ke sana, apalagi kalau isinya tentang harga spesial atau menu baru.

Promo paket hemat yang dipajang di depan

Saya sering mampir ke coffee shop karena ada promo "Gunakan Aplikasi Dapatkan Diskon 20%" yang gak bisa ditolak

Bangunan sederhana bernuansa klasik dengan tulisan promo yang jujur dan relevan

Tulisan promo yang simpel tapi jelas membuat saya ingin mampir, ditambah bentuk bangunan yang terlihat cozy dari luar.

Bangunan coffee shop yang retro dan cozy bikin saya merasa seperti di rumah sendiri.

Bentuk bangunannya

suasana tempat bagus

Menu utama Coffee

Bangunan dengan konsep industrial yang menarik perhatian

Bentuk bangunan minimalis dengan tulisan promo yang jelas dan diisi dengan kalimat persuasif

Promo "buy 1 get 1" yang jelas terlihat

Bangunan coffee shop yang kelihatan luas dan terbuka biasanya bikin saya penasaran, apalagi kalau ditambah informasi promo di depannya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Promonya

Bangunan bernuansa dark dengan gambar spanduk yang jelas dan relevan.

Papan nama dengan font dan warna yang menarik perhatian

Gambar makanan dan minuman di spanduknya yang lezat bikin saya langsung ingin pesan.

Saya ingin berkunjung jika bangunan memiliki nuansa yang sesuai dengan keinginan saya seperti teras dengan tanaman atau nuansa klasik yang hangat karena cocok untuk bersantai lama

Spanduk depan coffee shop dengan gambar yang menarik bikin saya ingin tahu rasanya.

Tulisan promosi yang tingkat dengan gambar spanduk sederhana namun visual menarik

kondisi gaya bangunan

Kalau lagi lewat dan lihat spanduk promo yang besar dan gampang dibaca, saya jadi kepikiran buat coba, apalagi kalau promonya kelihatan menguntungkan.

Banner harga promo yang gampang dibaca

Spanduk bertulisan promo dan wifi kenceng

Saya menyukai bangunan modern dengan kaca tembus karena dapat melihat ke dalamnya dan langsung merasa penasaran

Saya biasanya tertarik saat melihat tulisan promo diskon atau buy 1 get 1 yang terpampang jelas di depan, ditambah desain bangunannya yang unik dan estetik.

Coffee shop yang tampak ramai dan banyak pengunjung

Saya cenderung melirik coffee shop dengan arsitektur yang eye-catching, apalagi kalau ada papan promo menu andalan atau diskon hari tertentu.

**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

D. Preferensi Desain Visual & Identitas Visual

Menurut pandangan Anda, seberapa penting tampilan desain visual (Logo, Menu, Poster) dalam mempengaruhi penilaian awal Anda terhadap kualitas sebuah coffee shop?

109 jawaban



47,7% responden merasa desain visual "Sangat Penting" dan mencerminkan kualitas rasa.

Apa pengalaman visual yang paling sering membuat Anda bingung saat di coffee shop?

109 jawaban



Hal yang paling membingungkan pelanggan adalah "Foto produk di poster berbeda dengan aslinya" (31,2%) dan "Buku menu tulisannya kekecilan" (27,5%).



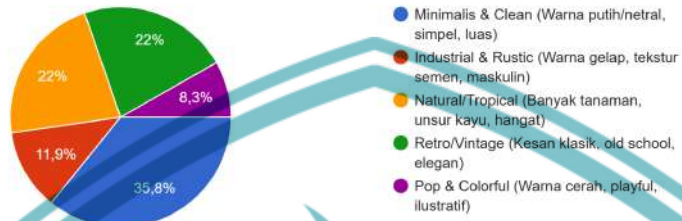
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Gaya visual (tema desain) seperti apa yang paling menarik minat Anda untuk mengunjungi sebuah coffee shop?

109 jawaban



Minimalis & Clean adalah yang paling diminati (35,8%), disusul oleh *Natural/Tropical* dan *Minimalist*.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber 1

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 1: Udah sih, jadi pengen mampir buat nongkrong santai gitu. Desainnya juga udah kerasa minimalisnya. Kalau soal penempatan, menurutku pas aja kalau diposting di Instagram, soalnya biar cepat nyebar dan gampang dilihat banyak orang.

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 1: Kesan pertamanya udah dapet sih, hangat, tenang, sama minimalisnya kerasa dari looks dan warnanya. Kalau tanduk rusanya, menurutku udah lumayan pas buat jadi ciri khas. Tapi kalau disebar ke jalan atau medsos, mungkin orang perlu lihat beberapa kali dulu baru bisa langsung ngeh itu punya Nara Coffee, soalnya elemen tanduk rusanya masih agak kecil.

Pewawancara: Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak?

Narasumber 1: Kombinasi warnanya udah menarik sih, apalagi kalau dilihat dari jauh masih tetap kelihatan enak dan cocok sama suasananya Nara Coffee.

Narasumber 1: Urutan gambar, sama fontnya juga nggak berantakan, nggak bikin pusing walaupun ada beberapa gambar. Menurutku warna, bentuk gambar,



© 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

sama tulisannya udah cukup bikin Nara Coffee kelihatan menarik dan beda dibanding kafe-kafe lain.

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku benerin lagi sebelum gambar ini beneran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 1: Dari aku sih nggak ada masukan lagi, udah cukup. Menurutku udah siap dicetak.

Narasumber 2

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 2: Udah sih menurut aku, orang-orang bakal tertarik buat mampir ke kopi shopnya, apalagi konsepnya nyaman dan tenang buat kerja gitu, jadi cocok banget sama umur-umur di kalangan sekarang. Kalau soal ditaruh di mana, menurutku paling pas dicetak jadi poster gede di depan kafe, biar orang yang lewat langsung kelihatan dan tertarik buat mampir.

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 2: Kesan pertamanya udah cukup estetik sih buat kedai kopi, dan dari segi minimalis juga udah singkat dan jelas semua gambarnya. Soal tanduk



© 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

rusanya, menurutku udah lumayan jadi penanda yang khas. Tapi kalau disebar ke jalan atau medsos, mungkin butuh dilihat beberapa kali dulu biar orang beneran hafal itu ciri khasnya Nara Coffee.

Pewawancara: Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak?

Narasumber 2: Untuk foto, ini semuanya pakai foto real life ya, jadi bagus, lebih meyakinkan. Kalau dari warna, sebenarnya udah bagus, cuma menurutku bisa diganti agak lebih gelap dikit, jangan terlalu terang, soalnya ini kan konsepnya kopi, jadi lebih cocok kalau nuansanya agak gelap.

Narasumber 2: Kalau dilihat dari agak jauh juga tetap kebaca kok, nggak bikin bingung. Menu, harga, sampai lokasinya juga udah jelas semua, tata letaknya rapi.

Narasumber 2: Karena fotonya real life semua, menurutku itu jadi nilai plus yang bikin Nara Coffee beda dari kafe-kafe lain yang biasanya cuma pakai foto ilustrasi atau stok. Dari warna dan layoutnya juga udah cukup menarik dan nggak pasaran.

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku benerin lagi sebelum gambar ini beneran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 2: Menurut aku udah bagus dan udah cukup buat merepresentasikan konsep minimalisnya. Menunya juga udah lumayan banyak. Mungkin masukannya cuma di bagian contoh foto kopinya aja, ditambah lagi variannya, jangan cuma satu-dua, biar makin banyak pilihan yang real life juga.

Narasumber 3-6

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat



© 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

nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 3: Cukup menarik sih menurutku. Dari visualisasinya aja udah kelihatan apa yang mau dibangun sama coffee shop-nya, jadi lumayan bikin penasaran buat mampir. Kalau soal penempatan, menurutku pas banget kalau dicetak jadi tripod banner di depan kafe, soalnya dari jauh juga masih kelihatan jelas.

Narasumber 4: Aku juga ngerasa cukup menarik, ya. Buat penempatan, mungkin nggak cuma satu tempat aja, bisa dipasang di depan kafe sekaligus diposting di Instagram, biar yang lihat langsung dan yang scroll medsos sama-sama kena.

Narasumber 5: Menurutku sih ini udah lumayan menggambarkan konsepnya. Kalau ditanya paling pas di mana, aku condong ke buku menu, soalnya orang yang udah masuk kafe pasti baca menu, jadi promonya kebaca juga.

Narasumber 6: Setuju, cukup menarik. Tapi kalau soal penempatan, aku lebih milih Instagram dulu, karena sekarang orang nyari kafe kebanyakan dari medsos duluan sebelum dateng langsung.

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 3: Temanya kelihatan simple dan minimalis gitu ya, terus juga comfy. Untuk suasana hangat dan tenangnya, aku rasa udah dapet, apalagi dari warna coklat earth tone di bagian atasnya itu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber 4: Kesan pertama sih adem, ya, sesuai sama suasana yang mau dibangun. Soal tanduk rusanya, menurutku udah cukup pas jadi ciri khas, unik aja karena nggak biasa dipakai kafe lain.

Narasumber 5: Estetiknya juga udah mulai kelihatan, hangat dan minimalisnya kerasa. Cuma soal tanduk rusa, mungkin perlu ditonjolin lagi biar orang bisa langsung inget itu identik sama Nara Coffee.

Narasumber 6: Kalau disebar ke jalan atau medsos, aku rasa orang bisa mulai ngenalin, terutama karena warna dan gaya desainnya konsisten. Tapi biar makin nempel di ingatan, elemen tanduk rusanya sebaiknya muncul di beberapa materi promosi lain juga, biar makin sering kelihatan.

Pewawancara: Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak?

Narasumber 3: Kombinasi warnanya udah cocok sama konsep yang dijelasin tadi, warm dan soft gitu. Cuma fotonya agak blur, jadi kurang menggugah selera.

Narasumber 4: Warna soft-nya udah pas buat coffee shop, nggak perlu warna terang-terang. Tapi foto produknya perlu diganti yang lebih tajam biar minumannya kelihatan lebih menggoda.

Narasumber 5: Kalau dari jauh, layoutnya menurutku udah lumayan, nggak bikin pusing. Tapi karena fokusnya lebih ke foto produk, tulisan 'order now' di bawah jadi kurang kelihatan."

Narasumber 6: Untuk keterbacaan sih oke, fontnya simple, nggak yang aneh-aneh. Tapi mungkin logonya perlu digeser biar posisinya nggak numpuk sama tulisan 'order now', jadi keduanya sama-sama kelihatan jelas.

Narasumber 3: Dibanding kafe lain, aku rasa desain ini udah lumayan beda karena kesan hangat dan minimalisnya konsisten. Tapi biar makin standout, foto produknya perlu lebih di-highlight, dibikin lebih 'pop up'.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber 4: Buat menu sendiri, aku rasa aman, layoutnya jelas dan fontnya simple. Yang bikin beda dari kafe lain justru dari warna earth tone-nya itu, jarang kafe lain pakai nuansa seperti ini.

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku benerin lagi sebelum gambar ini beneran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 3: Paling itu tadi aja sih, foto produknya dibikin lebih dominan atau di-pop up biar tombol order-nya juga ikut ke-highlight.

Narasumber 4: Dari aku, fotonya diperbaiki dulu biar nggak blur, sisanya udah oke kok.

Narasumber 5: Posisi logo sama tulisan order now itu aja yang perlu dirapikan, biar nggak keliatan numpuk dan lebih ke tengah.

Narasumber 6: Menurutku udah cukup rapi dan sesuai konsep awal. Mungkin coba aja dulu revisi kecil di foto dan posisi order now-nya, habis itu siap dicetak.

Narasumber 7

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 7: Iya, udah bikin pengen mampir sih. Soalnya kalau dilihat dari desain promo dan menunya, tempatnya kelihatan cocok banget buat nugas kesannya nyaman, buat santai sambil ngerjain tugas gitu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 7: Udah, sih. Desainnya yang minimalis itu udah cukup ngegambarkan suasana yang nyaman dan cozy. Terus buat tanduk rusanya, itu juga udah pas jadi ciri khas soalnya emang khas dari Nara, konsepnya kan tempat bertema rusa gitu, jadi tanduk itu udah cukup ngewakilin ciri khas tempatnya.

Pewawancara: Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak? kayak Perpaduan warna sama pilihan foto minumannya udah menggugah selera dan cocok sama suasananya Nara belum? Tulisannya gampang dibaca nggak dari jarak segini? Kayak nama menu, harga, lokasi, sampai promonya kelihatan jelas atau kekecilan nggak? Kan sekarang banyak banget nih kedai kopi saingannya. Menurut Kakak, warna, bentuk gambar, dan tulisan di desain ini udah bikin Nara Coffee kelihatan lebih menarik, unik, dan beda dari kafe-kafe lain belum?

Narasumber 7: Untuk warna sama foto udah cocok sama suasananya Nara. Kombinasi warnanya nyaman dilihat di mata, nggak bikin sakit mata, dan pilihan fotonya juga udah keliatan menarik serta pas buat nunjukkin produknya.

Narasumber 7: Kalau dari sisi keterbacaan, tulisan menu-nya menurut saya masih agak kekecilan apalagi buat yang matanya minus kayak saya, jadi kurang nyaman dibaca dan mungkin perlu digedein lagi. Untuk tata letaknya sendiri sih udah cukup menarik, soalnya pas pertama kali liat poster promo, mata langsung ketuju ke tagline-nya karena emang eye-catching. Cuma penulisan nama-nama produknya menurut saya masih kurang "nendang" secara marketing.

Narasumber 7: menurut saya si sudah menari karna dari bentuk pola ini udah buat menarik, dan bikin beda.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku benerin lagi sebelum gambar ini beneran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 7: Kalau dari saya sih, paling di bagian penulisan menu-nya aja. Bisa dibikin jadi lebih gampang dibaca, soalnya biar orang yang matanya sering drama minus kayak saya jadi lebih gampang bacanya.

Narasumber 8

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 8: Iya, desainnya menarik banget menurut saya, dan emang cocok juga tempatnya buat nugas atau sekadar nongkrong-nongkrong santai.

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 8: Udah, feel estetikanya juga udah lumayan dapet. Terus buat tanduk rusanya, dari desainnya juga udah dapet dan menarik, jadi menurut saya udah cukup pas buat jadi ciri khas Nara Coffee.

Pewawancara: sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak? kayak Perpaduan warna sama pilihan foto minumannya udah menggugah selera dan cocok sama suasana Nara belum? Tulisannya gampang dibaca



© 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

nggak dari jarak segini? Kayak nama menu, harga, lokasi, sampai promonya kelihatan jelas atau kekecilan nggak? Kan sekarang banyak banget nih kedai kopi saingannya. Menurut Kakak, warna, bentuk gambar, dan tulisan di desain ini udah bikin Nara Coffee kelihatan lebih menarik, unik, dan beda dari kafe-kafe lain belum?

Narasumber 8: Udah kelihatan menarik dan cocok, soalnya warnanya cenderung gelap-gelap gitu, jadi kesannya adem. Tulisannya lumayan kebaca kok, dari jarak sekitar 2-3 meter masih jelas kelihatan. Tata letaknya juga nggak bikin bingung informasinya jelas, ada nama menu kayak Nara Signature, Caramel Latte, sama Mocaccino. Secara keseluruhan desainnya dinilai bagus dan gampang dipahami orang-orang.

Narasumber 9

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?

Narasumber 9: Pattern-nya asik sih, masih enak dilihat, jadi udah cukup bikin tertarik buat mampir. Kalau soal ditaruh di mana, menurut gue sih semuanya perlu ya, tergantung tujuannya apa. Kalau di sosmed kan buat attract calon konsumen yang belum tahu, tiba-tiba lewat lihat postingan dari coffee shop-nya. Kalau yang ditaruh di luar, itu poster yang bisa attract konsumen yang lewat di jalan. Terus di dalam juga tetap perlu, buat di book menu sama poster-poster promo. Jadi semuanya butuh, tergantung fokusnya mau ke mana.

Pewawancara 9: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngenalin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 9: "Tone and manner-nya kalau menurut gue elegan minimalis, hangat pokoknya. Jadi kesannya hangat, minimalis, elegan gitu, udah cocok sih sebenarnya. Warnanya juga diambil dari earth tone, dan pas dilihat sisi tempatnya juga emang earth tone banget, coklat terus dikasih kerikil hijau, jadi cocok. Kalau soal tanduk rusa, itu direpresentasiin dari tanduk rusa terus dibikin pattern geometris, bolak-balik gitu. Kalau dari pattern-nya sih udah cukup unik, gue baru pertama kali lihat pattern kayak gini, apalagi tanduk rusa dijadiin pattern. Jadi menurut gue itu bakal jadi unik banget dan bakal jadi ciri khas, tinggal implementasinya aja mau gimana, apakah konsisten dipakai di semua materi atau enggak.

Pewawancara: "Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak?

Narasumber 9: Warna yang di poster itu bagus, coklatnya bagus, udah lumayan oke, nggak terlalu ramai juga dan sesuai tema. Cuma emang agak kurang di fotonya aja sih, jangan sampai burik, harus lebih proper lagi kualitasnya, soalnya sekarang masih agak buram.

Narasumber 9: Kalau yang di poster udah oke sih. Paling di bagian tulisan 'meet your perfect coffee break' itu kayaknya agak kegedean, atau mungkin jarak antar line-nya kedeketan, jadi agak bikin pusing dikit, tapi ini minor banget. Kalau dari menu, ukuran tulisannya menurut gue udah pas segini. Terus soal strip-strip buat pilihan level (misalnya hot), itu juga masih gampang dimengerti kok, jadi tulisan-tulisannya secara keseluruhan udah aman, minor doang masalahnya.

Narasumber 9: Untuk pattern sih menurut gue udah bikin beda, soalnya unik dari tanduk rusa yang dijadiin pattern kayak tadi gue jelasin. Tapi kalau dari sisi layout, itu masih agak general, soalnya emang susah juga kalau buat coffee shop, banyak yang mirip-mirip. Jadi yang paling bikin beda itu lebih ke pattern-nya 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

mungkin bisa juga dimainin lagi dari permainan warnanya. Kalau font-nya sendiri udah bagus, oke kok. Tapi ya emang pattern-nya itu yang paling jadi nilai unik dibanding kafe lain.

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku benerin lagi sebelum gambar ini beneran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 9: Yang paling perlu diperbaiki itu bagian foto sih, kualitasnya harus ditingkatin lagi soalnya masih agak buram. Terus dari layout juga kalau bisa dimainin lagi biar lebih menarik, meskipun yang sekarang udah nggak apa-apa juga. Selain itu, mungkin bisa ditambahin penanda rekomendasi menu, semacam ikon bintang buat best seller, jadi customer yang pertama kali datang nggak bingung mau pilih apa. Terus buat menu yang bisa request tingkat kepedasan, mungkin bisa ditambahin ikon cabai juga kalau memungkinkan, biar pelanggan bisa atur levelnya sendiri. Tapi intinya paling itu aja sih, layout sama foto yang paling perlu dibenerin.

Narasumber 10

Pewawancara: Kira-kira setelah lihat gambar ini, menurut Kakak udah bikin pengen mampir ke Nara Coffee belum? Kan tempatnya enak banget tuh buat nugas atau nongkrong santai. Oh ya, supaya makin banyak orang yang tahu dan akhirnya mau langganan, desain kayak gini paling pas dipasang di mana ya, Kak? Apa mending dicetak jadi poster gede di depan kafe, ditaruh di buku menu, atau diposting di Instagram aja?"

Narasumber 10: Kalo buat gua sih, sebenarnya udah oke, udah kelihatan jelas, apalagi orang biasanya ngeliat poster ini dari jauh. Menurut gua ini paling pas dipasang di depan kafe kayak poster atau banner gede gitu. Cuman kalo boleh



© 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

saran, bagian cara order-nya itu mungkin bisa digedein lagi, biar orang nggak harus ngedeket banget buat tahu caranya.

Pewawancara: Kesan pertamanya pas lihat gambar ini gimana, Kak? Udah dapet belum sih suasana hangat, tenang, dan simpelnya? Terus, gambar tanduk rusa di desain ini udah pas belum buat jadi ciri khasnya Nara Coffee? Kira-kira, kalau gambar ini disebar ke jalan atau medsos, orang-orang bakal langsung ngeh dan ngealin nggak kalau ini tuh punya Nara Coffee?

Narasumber 10: Udah sih, kalo gua liat dari gambar kopi-kopinya udah oke, udah kelihatan simpel. Terus 'Nara'-nya juga kelihatan dari logo sama elemen ilustrasi tanduknya itu. Kalo orang lihat desain ini, pasti langsung tahu ini dari Nara Coffee, soalnya desainnya emang diambil dari tanduk rusa, jadi udah cukup jadi ciri khas dan udah merepresentasikan.

Pewawancara: Nah, sekarang kalau kita perhatiin lebih detail, gimana menurut Kakak?

Narasumber 10: Fotonya menurut gua udah oke aja, kayak cafe pada umumnya. Cuma kalo buat gambarnya, masih kurang detail, masih agak buram, belum begitu tajam.

Narasumber 10: Kalo buat gua sih tulisannya nggak kekecilan, tapi mungkin buat orang yang penglihatannya kurang jelas, agak kurang jelas juga bacanya. Mungkin boleh diperbesar lagi sih tulisannya, buat ukuran banner segini.

Narasumber 10: Kalo soal beda dari cafe lain, menurut gua udah, soalnya di sini udah pake instalasi khusus dari elemen tanduk yang jadi ciri khas Nara. Itu udah cukup merepresentasikan Nara Coffee itu sendiri dan bikin beda dari cafe-cafe lain.

Pewawancara: Terakhir nih, Kak. Dari semua yang kita obrolin tadi, ada nggak sih bagian yang menurut Kakak masih kurang pas, kelihatan aneh, atau perlu aku



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

benerin lagi sebelum gambar ini benaran dicetak dan dipakai buat promosiin Nara Coffee?

Narasumber 10: Mungkin biar lebih menarik, bisa ditambahin special menu atau discount, soalnya di tempat-tempat coffee lain biasanya ada itu. Terus cara order-nya juga kurang besar. Sama nama-nama kopinya buat special menu sama teksturnya itu kekecilan. Untuk menu yang di depan kasir juga, ada dua menu, beverage sama main snack, itu menurut gua kekecilan, bisa digedein lagi soalnya masih ada space kosong di bawahnya. Tapi dari segi keterbacaan sih udah oke, cuma perlu digedein sedikit aja.





© 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



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





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



BANU RAHMAT ARDIAN

Alamat Gang Bhineka no 18, RT/RW 03 07, Jatibening,
Kota Bekasi, Pondok Gede 17412
Telepon: 85156123696
Email: banur.ardian@gmail.com

PROFIL

Saya mahasiswa di Politeknik Negeri Jakarta dengan jurusan Desain Grafis. Saya menguasai berbagai perangkat lunak, termasuk Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Adobe InDesign. Saya memiliki pengalaman bekerja sebagai Desainer Grafis untuk media sosial dan materi promosi. Saya senang bekerja dalam tim dan selalu bersemangat untuk mempelajari hal-hal baru.

PENGALAMAN

Project Based Learning- Label Packaging Redesign (Client: Neng Kribo) Mar 2023- Jul 2023

- Menciptakan gambar yang efektif dalam menunjukkan produk, mulai dari bahan hingga manfaat.
- Memastikan ilustrasi digital sesuai dengan standar cetak kemasan, dengan resolusi dan mode warna (CMYK) yang tepat.
- Menghasilkan ilustrasi yang konsisten dengan identitas visual brand.

Project Based Learning- Building an Entrepreneurial Brand (Podeng Pop) Sept 2024- Des 2024

- Bertanggung jawab untuk membuat karakter maskot untuk merek.
- Bertugas mengembangkan rencana konten untuk Instagram.
- Bertindak sebagai admin Instagram untuk brand.
- Bertugas mengatur keuangan tim

DIGITAL INVESTA Feb 2025 - Jun 2025

- Managed full lifecycle of a cutting-edge automation project, meeting all milestones.
- Conducted feasibility studies and risk assessments, mitigating potential project risks.
- Collaborated with clients, leading to a 25% increase in customer satisfaction.

EDUKASI

Sarjana Desain Grafis Sept 2022-Sekarang
Politeknik Negeri Jakarta

SKILLS

- **SOFT SKILL:** Komunikasi, Time Management, Team Work, Detail
- **HARDSKILL:** , Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Canva