



© 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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* PADA ALIA &
CO FASHION SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*



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

Oleh:

Nur Hidayahnsyah

2106421023

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK
2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Collateral pada Alia & Co
Fashion sebagai upaya meningkatkan Brand Image

Penulis : Nur Hidayahnsyah

Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan

Program Studi : D4 Desain Grafis

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

Depok, 08 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* PADA ALIA & CO FASHION SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRAND IMAGE*

Oleh:

NUR HIDAYAHNSYAH
2106421023

Disahkan:

Depok, 15 Juli 2026

Penguji I


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II


Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Kepala Program Studi


Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan
Teknik Grafika & Penerbitan



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



© Hak Cipta 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 TUGAS AKHIR

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

**Perancangan Desain *Marketing Collateral* pada Alia & Co Fashion
sebagai upaya meningkatkan Brand Image**

Merupakan hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwasanya dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar disuatu perguruan tinggi dan hasil observasi saya tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis maupun diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis yang diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, saya siap menerima sanksi akademis yang berlaku.

Depok, 08 Juli 2026

Yang menyatakan,



Nur Hidayahnsyah
2106421023

Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri *fashion* muslim di Indonesia yang semakin pesat mendorong setiap *brand* untuk memiliki identitas visual yang kuat dan konsisten agar mudah diingat oleh audiens. Alia & Co Fashion merupakan *brand fashion* muslimah yang menyasar gen-Z sebagai target audiens utama. Berdasarkan hasil observasi, media promosi yang digunakan sebelumnya masih menunjukkan ketidak konsistenan pada elemen visual seperti warna, tipografi, *layout*, dan gaya komunikasi, sehingga belum mampu mempresentasikan identitas merek secara maksimal. Perancangan ini bertujuan untuk merancang desain *marketing collateral* yang sesuai dengan karakter dan identitas visual Alia & Co Fashion, menerapkan prinsip-prinsip desain grafis, serta meningkatkan *brand image* melalui media promosi yang konsistensi. Metode yang digunakan adalah *mixed method* teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan kuesioner. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan SWOT, kemudian proses perancangan menghasilkan arahan kreatif berupa *creative brief*, *mind mapping*, *moodboard*, serta sketsa awal sebagai dasar perancangan *marketing collateral* yang meliputi brosur, x-banner, poster, dan media turunan *flayer* iklan *marketplace*, kartu ucapan terima kasih dan *feeds* Instagram. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat identitas visual, dan serta membangun citra Alia & Co Fashion sebagai *brand fashion* muslim yang elegan, modern, dan terpercaya di kalangan gen-Z.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, *brand image*, desain grafis, dan *Fashion Muslim*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 development of the Muslim fashion industry in Indonesia encourages every brand to have a strong and consistent visual identity to be easily remembered by the audience. Alia & Co Fashion is a Muslim fashion brand that targets Gen-Z as its main target audience. Based on observations, the promotional media used previously still showed inconsistencies in visual elements such as color, typography, layout, and communication style, so they were not able to present the brand identity optimally. This design aims to design a marketing collateral design that is in accordance with the character and visual identity of Alia & Co Fashion, applying graphic design principles, and improving the brand image through consistent promotional media. The method used is a mixed method data collection technique in the form of observation, interviews, and questionnaires. The collected data was analyzed using SWOT, then the design process produced creative directions in the form of a creative brief, mind mapping, moodboard, and initial sketches as the basis for designing marketing collaterals that include brochures, x-banners, posters, and derivative assets such as marketplace advertising flyers, and Instagram feeds. This design is expected to strengthen the visual identity, and also build the image of Alia & Co Fashion as an elegant, modern, and trusted Muslim fashion brand among Gen-Z.

Keywords: Marketing Collateral, brand image, graphic design, and muslim fashion.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* pada Alia & Co Fashion sebagai upaya meningkatkan *Brand Image*”. Laporan ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat akademik pada Program Studi Desain Grafis. Dalam proses penyusunan laporan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.DS., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta atas dukungan, arahan, serta kesempatan yang telah diberikan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Nabila Fajrina, S.I.Kom, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, kritik, dan saran dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir.
5. Dosen dan Staf Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Program Studi Desain Grafis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas ilmu, pengetahuan, pelajaran serta dukungan selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Seluruh tim dan brand *owner* Alia & Co Fashion yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk mengembangkan proyek perancangan *marketing collateral* pada Alia & Co Fashion dalam tugas akhir ini.
7. Kedua orang tua tercinta Sumiran, S.Pd.I, dan Dwi Murdaningsih, A.Md, serta adik tersayang Nurul Hasanah, yang selalu menjadi sumber kekuatan bagi penulis melalui do’a, kasih sayang, dan dukungan moral maupun material, serta pengorbanan yang tak ternilai. Terima kasih atas kesabaran, segala cinta, dan kepercayaan yang telah diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini.



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

8. Munasar, Akbar Nasrullah, Tiyas Mamuji, Fajar, rekan sejawat dan perjuangan yang telah memberikan dukungan, dan semangat selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Kolaborasi dan diskusi yang terjalin menjadi bagian penting dan berpengaruh dalam memperkaya proses berfikir dan pengembangan desain.
9. Seluruh pihak yang terlibat, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat atas segala dukungan, bantuan, dan kontribusi yang telah diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Laporan tugas akhir ini disusun dengan segenap kemampuan dan upaya yang maksimal, namun penulis menyadari bahwa hasil tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak guna perbaikan dimasa mendatang.

Depok, 15 Juli 2026

Nur Hidayahnsyah
2106421023

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi	8
2.1.1. Fungsi Promosi.....	8
2.1.2. Strategi Promosi	9
2.1.3. Jenis Jenis Media Promosi	10
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	10
2.3 Warna	12
2.4 <i>Layout</i>	15
2.4.1 Elemen <i>Layout</i>	15
2.4.2 Prinsip <i>Layout</i>	16
2.5 Gambar	17
2.6 Tipografi.....	18



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

2.6.1 Jenis Jenis Tipografi.....	19
2.6.2 Prinsip Tipografi	21
2.7 Prinsip Desain	21
2.8 <i>Design Thinking</i>	25
BAB III METODE PERANCANGAN.....	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Data dan Analisis	31
3.2.1 Profil Klien.....	31
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	33
3.2.3 Target Audiens	35
3.2.4 Kompetitor	36
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	39
3.2.6 <i>Positioning</i>	45
3.2.7 Analisis SWOT	46
3.3 Arahan Kreatif.....	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	53
4.1 <i>Mind Map</i>	53
4.2 <i>Moodboard</i>	54
4.3 Proses Desain	55
4.3.1 Sketsa <i>Thumbnail</i>	56
4.3.2 Sketsa Manual	56
4.3.3 Desain Komprehensif.....	71
4.3.4 Desain Terpilih.....	82
4.3.5 <i>Prototype</i>	86
4.3.6 <i>Testing</i>	87
4.3.7 <i>Final Art Work</i>	88
4.3.8 Pertimbangan Produksi	93
BAB V PENUTUP.....	94
5.1 Simpulan	94
5.2 Saran.....	95
LAMPIRAN	

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	7
Gambar 2. 2 Warna Primer & Penerapannya	11
Gambar 2. 3 Warna Sekunder & Penerapannya	12
Gambar 2. 4 Warna Tersier & Penerapannya	12
Gambar 2. 5 <i>Complementary Color Scheme</i> & Penerapannya	13
Gambar 2. 6 <i>Analogues Color Scheme</i> & Penerapannya	14
Gambar 2. 7 <i>Triadic Color Scheme</i> & Penerapannya	14
Gambar 2. 8 Contoh Huruf <i>Display Type</i>	19
Gambar 2. 9 Contoh Huruf <i>Text Type</i>	20
Gambar 2. 10 Contoh Prinsip Keseimbangan Simetris pada Poster	22
Gambar 2. 11 Contoh Prinsip Keseimbangan Asimetris pada Poster	22
Gambar 2. 12 Contoh Prinsip Penekanan pada Poster	23
Gambar 2. 13 Contoh Prinsip Kontras pada Poster	24
Gambar 2. 14 Contoh Prinsip Kesatuan pada Poster	24
Gambar 2. 15 Contoh Prinsip Irama pada Poster	25
Gambar 3. 1 Gambar 3.1 Bagan Metode Riset Desain	27
Gambar 3. 2 Logo <i>Brand Alia & Co Fashion</i>	31
Gambar 3. 3 Instagram ZM Zaskia Mecca	36
Gambar 3. 4 Instagram Ameera Muslim Gallery	37
Gambar 3. 5 Instagram Elly Arsy	38
Gambar 3. 6 Data Responden	40
Gambar 3. 7 Hasil Kuesioner Persepsi <i>Customer</i>	41
Gambar 3. 8 Pemahaman & Pengalaman <i>Customer</i>	42
Gambar 3. 9 Persepsi Media Promosi Alia & Co Fashion	43
Gambar 3. 10 Preferensi Desain <i>Media Collateral</i>	44
Gambar 3. 11 Matrix <i>Positioning</i> Alia & Co Fashion	45
Gambar 4. 1 <i>Mind Map</i>	53
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i>	55
Gambar 4. 3 Sketsa <i>Thumbnail</i>	56
Gambar 4. 4 Sketsa Poster Alternatif <i>Arabesque Flowera</i>	57



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 5 Sketsa Brosur Alternatif <i>Arabesque Flowera</i>	58
Gambar 4. 6 Sketsa X-Banner Alternatif <i>Arabesque Flowera</i>	59
Gambar 4. 7 Sketsa Poster Alternatif <i>Arabesque Hannah</i>	60
Gambar 4. 8 Sketsa Brosur Alternatif <i>Arabesque Hannah</i>	61
Gambar 4. 9 Sketsa X-Banner Alternatif <i>Arabesque Hannah</i>	62
Gambar 4. 10 Sketsa Poster Alternatif <i>Arabesque Blazer</i>	63
Gambar 4. 11 Sketsa Brosur Alternatif <i>Arabesque Blazer</i>	64
Gambar 4. 12 Sketsa X-Banner Alternatif <i>Arabesque Blazer</i>	65
Gambar 4. 13 Sketsa Poster Alternatif <i>Arabesque Aisyah</i>	66
Gambar 4. 14 Sketsa Brosur Alternatif <i>Arabesque Aisyah</i>	67
Gambar 4. 15 Sketsa X-Banner Alternatif <i>Arabesque Aisyah</i>	68
Gambar 4. 16 Sketsa Poster Alternatif <i>Arabesque Namia</i>	69
Gambar 4. 17 Sketsa Brosur Alternatif <i>Arabesque Namia</i>	70
Gambar 4. 18 Sketsa X-Banner Alternatif <i>Arabesque Namia</i>	71
Gambar 4. 19 Desain Komprehensif Poster <i>Arabesque Flowera</i>	72
Gambar 4. 20 Desain Komprehensif Brosur <i>Arabesque Flowera</i>	73
Gambar 4. 21 Desain Komprehensif Xbanner <i>Arabesque Flowera</i>	74
Gambar 4. 22 Desain Komprehensif Poster <i>Arabesque Blazer</i>	75
Gambar 4. 23 Desain Komprehensif Brosur <i>Arabesque Blazer</i>	76
Gambar 4. 24 Desain Komprehensif X-Banner <i>Arabesque Blazer</i>	77
Gambar 4. 25 Desain Komprehensif Poster <i>Arabesque Namia</i>	79
Gambar 4. 26 Desain Komprehensif Brosur <i>Arabesque Namia</i>	80
Gambar 4. 27 Desain Komprehensif X-Banner <i>Arabesque Namia</i>	81
Gambar 4. 28 Desain Terpilih.....	82
Gambar 4. 29 Kode Warna.....	83
Gambar 4. 30 <i>Font Cinzel</i>	84
Gambar 4. 31 <i>Font Poppins</i>	84
Gambar 4. 32 Elemen Visual	85
Gambar 4. 33 <i>Mock Up</i> Digital.....	86
Gambar 4. 34 <i>Mock Up</i> Cetak.....	86
Gambar 4. 35 <i>Final Art Work</i> Poster, Brosur, dan X-Banner.....	89
Gambar 4. 36 Penerapan Prinsip Kesatuan	89



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 37 Penerapan Prinsip Keseimbangan	90
Gambar 4. 38 Penerapan Prinsip Kontras	90
Gambar 4. 39 Penerapan Prinsip Irama.....	91
Gambar 4. 40 <i>Final ArtWork Feeds Instagram</i>	91
Gambar 4. 41 <i>Final ArtWork Flayer E-Commerce</i>	92
Gambar 4. 42 <i>Final ArtWork Thank You Card</i>	92





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 3.1 Matrix Target Audiens	35
Tabel 3.2 Matrix Analisis SWOT	47
Tabel 3.3 <i>Creative Brief</i>	50
Tabel 4.1 Kata Kunci dan Turunan dari <i>Mind Map</i>	54
Tabel 4.1 Kelebihan dan Kekurangan <i>Testing</i>	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 LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Bimbingan
- Lampiran 2 Cek *Plagiarisme*
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner untuk *Consumer Insight*
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara Brand Alia & Co Fashion
- Lampiran 5 Dokumentasi *Brand* Alia & Co Fashion
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Testing
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam era industri *fashion* muslim di Indonesia saat ini mengalami perkembangan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy 2022/2023* belanja masyarakat muslim dunia untuk sektor *fashion* muslim mencapai angka sampai US\$ 300 miliar dan terus tumbuh beriringan waktu (Srisusilawati dkk. 2024). Di Indonesia salah satu produsen atau industri *fashion* muslim yang memberikan peluang yang besar, hal ini didasari dari nilai ekspor busana muslim dalam negeri dari jumlah US\$ 11,28 miliar pada tahun 2012 meningkat menjadi US\$ 16,24 miliar pada tahun 2016. Sementara itu, selama 2017 transaksi ekspor keluar negeri yang sudah terdata sebesar US\$ 7,9 miliar dan terus bertumbuh sampai saat ini (Srisusilawati dkk. 2024).

Dalam kondisi persaingan yang semakin tinggi, kualitas produk saja tidak lagi menjadi faktor utama yang menentukan keputusan pembelian konsumen. Konsumen mulai mempertimbangkan citra merek, kredibilitas, pengalaman visual, serta konsistensi komunikasi merek sebelum melakukan pembelian. Menurut Kotler dan Keller (2022), *brand image* merupakan persepsi konsumen terhadap suatu merek yang terbentuk melalui pengalaman, komunikasi, dan seluruh elemen visual yang ditampilkan perusahaan. Oleh karena itu, identitas visual yang konsisten menjadi salah satu aset penting dalam meningkatkan kepercayaan konsumen dan memperkuat posisi merek di pasar.

Citra merek yang unik tersendiri dalam mempromosikan produknya baik di platform digital maupun cetak dapat meningkatkan loyalitas dan pangsa pasar yang baru (Nugroho dkk. 2025). Dalam hal ini, memperkuat *branding* menjadi suatu elemen yang penting untuk meningkatkan kredibilitas, kualitas, keunikan, dan perbedaan *brand* dimata konsumen dengan kompetitor lain (Ollivia dkk. 2025). Pada peningkatan *branding* bagi para produsen *fashion* muslim baik produsen mikro, banyak memiliki kendala pada pendanaan keterbatasan modal. Kesenjangan dalam permasalahan modal dalam meningkatkan *branding* mereka masih menjadi hambatan yang nyata (Moonik dan Pomantow, 2023). Berdasarkan latar dari data



© 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

tersebut, masih banyak produsen *fashion* muslim yang belum menerapkan strategi *branding* yang konsisten dikarenakan kendala modal, terutama dalam menciptakan atau pengadaan media atau visual promosi yang mendukung perkembangan produksi dan penjualan secara berkelanjutan dan kompetitif ditingkat nasional hingga ke internasional.

Salah satu UMKM yang mengalami kondisi tersebut adalah Alia & Co Fashion, sebuah *brand fashion* muslimah yang memproduksi abaya, gamis, dan hijab. Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Alia & Co Fashion, Melia Bafat (komunikasi pribadi, 18 September 2025), diketahui bahwa perusahaan telah aktif memasarkan produknya melalui media digital, namun hingga saat ini belum memiliki sistem identitas visual yang diterapkan secara konsisten pada berbagai media promosi. Perbedaan penggunaan warna, tipografi, tata letak, gaya visual, maupun penyajian informasi menyebabkan komunikasi merek menjadi kurang terarah sehingga karakter merek belum terbentuk secara optimal.

Hasil observasi terhadap media promosi Alia & Co Fashion menunjukkan bahwa setiap media memiliki tampilan visual yang belum mencerminkan konsep busana yang ingin disampaikan oleh brand yaitu citra anggun, eksklusif dan minimalis. Penerapan antara warna, tipografi, *layout*, dan elemen visual lainnya yang baik mampu meningkatkan daya tarik visual serta membangun pengalaman emosional konsumen terhadap suatu merek (Rani Chantika dkk. 2025). Ketidaksesuaian pada konsep desain yang digunakan pada media promosi sebelumnya tersebut berpotensi menurunkan efektivitas penyampaian pesan pemasaran dan menyulitkan konsumen dalam mengenali karakteristik Alia & Co Fashion dibandingkan merek *fashion* muslim lainnya.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting karena target utama Alia & Co Fashion adalah perempuan muslim berusia 15–28 tahun yang termasuk dalam kelompok Generasi Z. Berdasarkan penelitian Florentina Krisan Putri dan S. Rouli Manalu (2024), menyebutkan Generasi Z merupakan kelompok konsumen yang sangat aktif memanfaatkan media digital dalam mencari informasi maupun melakukan keputusan pembelian. Oleh karena itu, media promosi yang digunakan perlu dirancang ulang agar mampu membangun pengalaman visual yang mudah dikenali dan sesuai dengan konsep yang ingin disampaikan oleh busana brand yaitu



© 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

citra anggun, eksklusif, dan minimalis. Dengan demikian, dalam penelitian ini Generasi Z diposisikan sebagai target pengguna media, bukan sebagai alasan utama dilakukannya penelitian.

Melihat kondisi tersebut, diperlukan suatu media komunikasi pemasaran yang mampu mengangkat konsep tersebut secara baik. Salah satu bentuk media yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut adalah *marketing collateral*. *Marketing collateral* merupakan kumpulan media komunikasi pemasaran yang dirancang secara terintegrasi untuk menyampaikan informasi produk sekaligus membangun citra merek secara konsisten melalui berbagai media cetak maupun digital (Li dkk. 2022). Penerapan *marketing collateral* yang konsisten dapat meningkatkan pengenalan merek, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mendukung aktivitas pemasaran secara lebih efektif.

Berdasarkan telaah penelitian terdahulu, kajian mengenai perancangan *marketing collateral* pada UMKM *fashion* muslim masih relatif terbatas. Sebagian besar penelitian berfokus pada pengembangan identitas merek, *brand positioning*, maupun strategi pemasaran digital, sedangkan penelitian yang secara khusus membahas integrasi berbagai media *marketing collateral* sebagai upaya membangun *brand image* pada UMKM *fashion* muslim masih belum banyak ditemukan (Djunaedi dkk. 2024). Oleh karena itu, penelitian ini memiliki kebaruan berupa perancangan *marketing collateral* yang terintegrasi sebagai media untuk memperkuat identitas visual dan meningkatkan *brand image* Alia & Co Fashion sehingga mampu bersaing pada industri *fashion* muslim Indonesia.

Dengan demikian, urgensi penelitian ini bukan hanya menghasilkan desain media promosi baru, melainkan memberikan solusi terhadap permasalahan konsep identitas visual pada media promosi yang dialami Alia & Co Fashion. Perancangan *marketing collateral* diharapkan mampu menciptakan komunikasi visual yang konsisten, memperkuat *brand image*, meningkatkan daya saing UMKM *fashion* muslim, serta mendukung efektivitas promosi melalui media cetak maupun digital yang sesuai dengan karakteristik target konsumennya.



© 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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan, pokok permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana rancangan dan konsep *marketing collateral* yang sesuai dengan identitas visual dan target audiens Alia & Co Fashion?
2. Bagaimana penerapan teori dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* yang efektif, komunikatif, dan selaras dengan karakter merek Alia & Co Fashion?
3. Bagaimana hasil dari rancangan *marketing collateral* yang telah diprioritaskan dapat meningkatkan *brand image* Alia & Co Fashion?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar penulisan proyek tugas akhir ini berada dalam alur yang terarah dan sesuai dengan tujuannya, maka dari itu telah ditetapkan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Proses perancangan *marketing collateral* yang berperan penting sebagai memperkuat *brand image* Alia & Co Fashion dengan membawakan identitas visual dan pesan merek yang konsisten melalui media digital dan cetak.
2. Penerapan dan penggunaan konsep dan teori desain grafis serta pendekatan *design thinking* pada rancangan *marketing collateral* dalam membangun *brand image* Alia & Co Fashion.
3. Implementasi perancangan *marketing collateral* Alia & Co Fashion meliputi perancangan brosur, x-banner, poster produk, poster iklan *marketplace* serta *feeds* instagram yang dibutuhkan oleh *brand*.

1.4 Tujuan & Manfaat

Tugas akhir ini memiliki tujuan dan manfaat dalam pengerjaan *marketing collateral*, adapun tujuan tersebut antara lain sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

Tujuan pembahasan proyek tugas akhir perancangan desain *marketing collateral* untuk Alia & Co Fashion ini antara lain:

1. Merancang *marketing collateral* sebagai media daya tarik terhadap Gen-Z sebagai target audiens utamanya serta meningkatkan *brand image*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Menerapkan atau menggunakan teori desain grafis dan pendekatan *design thinking* pada pelaksanaan perancangan *marketing collateral* pada *brand* Alia & Co Fashion agar menghasilkan visual yang konsisten.
3. Mengimplementasikan hasil perancangan dalam bentuk poster produk, brosur, x-banner, poster iklan *marketplace*, *thank you card*, serta *feeds* instagram sebagai media untuk meningkatkan *brand image* dan promosi.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang didapatkan pada penulisan dan pembahasan tugas akhir ini sebagai berikut:

1. Manfaat untuk *brand* (Alia & Co Fashion)

Perancangan ini memiliki hasil sebagai sarana promosi *marketing collateral* dalam meningkatkan *brand image*, serta dapat membantu konsumen mudah memahami nilai, keunikan keunggulan dan pesan yang ingin disampaikan oleh *brand* secara lebih jelas dan konsisten.

2. Manfaat untuk target audiens (Alia & Co Fashion)

Target audien utama Alia & Co Fashion merupakan Gen-Z, rancangan ini diharapkan dapat menyajikan informasi *brand* dan produk secara jelas dan menarik sehingga lebih meningkatkan ketertarikan dan mendorong keputusan pembelian.

3. Manfaat untuk Akademis (khususnya Desain Grafis)

Dari proyek perancangan ini, menunjukan penerapan praktis dari prinsip *design thinking* dalam proses perancangan *marketing collateral* serta dapat membantu dan menambah pengetahuan dan panduan bagi para desainer grafis dalam menghasilkan desain promosi yang konsisten, tematik, adaptif untuk memperkuat *brand image* dan *customer engagement*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada tugas akhir ini, diperlukan tata cara penyusunan secara terstruktur agar lebih sistematis dan pembaca dapat memahami alur penelitian dan proses perancangan secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisan yang digunakan meliputi:



Hak Cipta :

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

PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat uraian latar belakang kebutuhan dan urgensi fenomena pada perancangan *marketing collateral* untuk Alia & Co Fashion. Selain itu, bab ini juga mencakup jabaran rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan desain *marketing collateral* untuk Alia & Co Fashion, serta sistematika penulisan dan penyusunan proses tugas akhir.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini memuat penjabaran teori-teori desain grafis yang menjadi landasan konsepnya dalam penelitian seperti prinsip, elemen desain, dan metode perancangan desain berlandaskan studi literatur dari buku, jurnal, dan artikel yang relevan dalam preses desain *marketing collateral*.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai pendekatan dan metode yang digunakan dalam pengerjaan proyek ini. Terdiri dari metode pengumpulan data (wawancara langsung, observasi, dan studi literatur), metode Analisa data yang sudah diperoleh, metode perancangan desain, serta arahan yang menjadi pedoman dalam proses perancangan *marketing collateral* pada *brand* Alia & Co Fashion.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi jabaran tentang tahapan proses desain dimulai pengembangan konsep visual, proses pengerjaan desain, hasil akhir dari proses perancangan (*final art work*) dan media pendukung pemasaran Alia & Co Fashion.

BAB V

PENUTUP

Pada bab akhir ini, berisi kesimpulan dari keseluruhan proses penelitian dan perancangan serta saran dalam proses perancangan *marketing collateral* sebagai media meningkatkan *brand image* Alia & Co Fashion berdasarkan tugas akhir yang telah disusun.

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan *Marketing Collateral* sebagai Sarana dalam Meningkatkan *Brand Image* pada Alia & Co Fashion, diperoleh beberapa kesimpulan yang sesuai dengan tujuan perancangan sebagai berikut.

1. Metode perancangan yang digunakan mengacu pada metode *Design Thinking*, yang terdiri atas lima tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*. Pada tahap *Empathize*, pengumpulan data dilakukan menggunakan metode campuran (*mixed methods*) melalui wawancara dengan pemilik Alia & Co Fashion, penyebaran kuesioner kepada target audiens menggunakan *Google Form*, observasi terhadap media promosi yang telah digunakan, analisis kompetitor, serta studi pustaka. Selanjutnya, pada tahap *define*, seluruh data dianalisis menggunakan matriks SWOT sehingga diperoleh permasalahan utama berupa belum konsistennya identitas visual pada berbagai media promosi yang berdampak pada kurang optimalnya pembentukan *brand image*. Hasil analisis kemudian dirumuskan ke dalam *creative brief* sebagai acuan utama dalam proses desain. Tahap *ideate* menghasilkan konsep visual melalui *mind mapping* dan *moodboard*, yang mengarah pada penggunaan gaya visual minimalis *modern*, didukung warna-warna netral, tipografi *sans serif*, tata letak yang bersih (*clean layout*), serta fotografi produk dan model sebagai elemen utama untuk mencerminkan karakter Alia & Co Fashion yang elegan, *modern*, dan dekat dengan Generasi Z. Selanjutnya, pada tahap *prototype*, konsep tersebut diwujudkan ke dalam berbagai media *marketing collateral* berupa poster, X-banner, brosur, kartu ucapan terima kasih, *flyer* promosi *e-commerce*, dan konten *feeds* Instagram. Tahap terakhir yaitu *testing*, dilakukan dengan meminta tanggapan dari target audiens terhadap desain yang telah dibuat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa media yang dirancang dinilai memiliki tampilan visual yang menarik, konsisten, mudah dipahami, serta mampu merepresentasikan identitas Alia & Co Fashion dengan lebih profesional sehingga berpotensi meningkatkan *brand image*.



© 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

2. Perancangan *marketing collateral* pada Alia & Co Fashion menerapkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual secara konsisten untuk menciptakan identitas merek yang kuat. Prinsip keseimbangan, kesatuan, hirarki visual, penekanan, kontras, dan ruang kosong (*white space*) diterapkan pada setiap media sehingga menghasilkan tampilan yang rapi, *modern*, dan mudah dipahami oleh audiens. Konsistensi identitas visual diwujudkan melalui penggunaan palet warna yang sesuai dengan karakter merek, tipografi *sans serif* yang memiliki tingkat keterbacaan tinggi, tata letak minimalis, serta fotografi produk dan model yang didukung elemen grafis sederhana. Penerapan elemen-elemen visual tersebut mampu memperkuat citra Alia & Co Fashion sebagai *brand fashion* muslimah yang *modern*, elegan, dan relevan dengan preferensi Generasi Z, sehingga komunikasi visual yang disampaikan menjadi lebih efektif dan mudah dikenali.
3. Media utama yang dikembangkan dalam perancangan ini adalah poster promosi, x-banner, dan brosur yang menjadi dasar penerapan identitas visual pada seluruh media pendukung. Media turunan yang dirancang meliputi *flyer e-commerce*, kartu ucapan terima kasih, serta konten *feeds* media sosial Instagram. Seluruh media dirancang dengan menerapkan identitas visual yang konsisten sehingga mampu memperkuat pengenalan merek (*brand awareness*), meningkatkan profesionalisme perusahaan, serta membangun *brand image* Alia & Co Fashion yang lebih kuat dan konsisten di benak konsumen. Dengan demikian, *marketing collateral* yang dirancang diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif dalam mendukung kegiatan pemasaran sekaligus meningkatkan daya saing Alia & Co Fashion di industri *fashion* muslim.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan *Marketing Collateral* sebagai Sarana dalam Meningkatkan *Brand Image* pada Alia & Co Fashion, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. *Marketing collateral* yang telah dirancang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Alia & Co Fashion sebagai media pendukung dalam kegiatan promosi dan komunikasi pemasaran. Agar tujuan perancangan dapat tercapai secara optimal, Alia & Co Fashion disarankan untuk menerapkan identitas visual yang telah



© 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

dirancang secara konsisten pada seluruh media promosi, baik media cetak maupun media digital. Selain itu, perusahaan perlu melakukan publikasi secara rutin melalui media sosial, serta mengimplementasikan media seperti poster, X-banner, brosur, kartu ucapan terima kasih, *flayer* promosi *e-commerce*, konten *feeds* instagram, dan media pendukung lainnya dalam setiap aktivitas pemasaran. Konsistensi penggunaan seluruh media tersebut diharapkan mampu memperkuat identitas visual, meningkatkan profesionalisme merek, serta membangun *brand image* Alia & Co Fashion secara berkelanjutan.

2. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengujian efektivitas terhadap penerapan *marketing collateral* yang telah dirancang melalui pendekatan kuantitatif maupun kualitatif. Pengujian tersebut bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *marketing collateral* terhadap peningkatan *brand image*, *brand awareness*, minat beli, loyalitas konsumen, maupun keputusan pembelian. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan perancangan dengan mengintegrasikan strategi pemasaran digital, pengembangan konten media sosial, serta evaluasi pengalaman konsumen (*customer experience*) sehingga diperoleh hasil yang lebih komprehensif dalam mendukung keberhasilan *branding* Alia & Co Fashion.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Bainuri, Zaidan Halifz, dan Willy Bachtiar. 2025. “Analisis Prinsip Desain Pada Instagram @kominfobogor Untuk Menyampaikan Informasi Kepada Publik.” *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)* 6 (1): 102–17.
<https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8230>.
- Budiarta, I. Gusti Made, dan Langen Bronto Sutrisno. 2024. “Layout Desain Poster Digital Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa UNDIKSHA.” *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 14.
- Budiarta, I. Gusti Made, Ni Nyoman Sri Witari, dan Langen Bronto Sutrisno. 2023. “Penerapan Elemen Tipografi Pada Desain Logo Karya Mahasiswa Program Studi Pendidikan Seni Rupa dalam Kuliah Desain Komunikasi Visual.” *Jurnal Pendidikan Seni Rupa Undiksha* 13 (1): 60–69.
<https://doi.org/10.23887/jjpsp.v13i1.60973>.
- Dewi, Ni Nyoman Puspa. 2022. “Perancangan Font dan Desain Preview Font Two Hand di Alit Desain Studio.” *ISI Denpasar Institutional Repository*.
- Dibda, Angga, dan Hafiz Aziz Ahmad. 2025. “The Role of Visual Imagery in Building Brand Image and Consumer Purchase Intention in the Era of Social Media: A Literature Review.” *JURNAL EKONOMI KREATIF DAN MANAJEMEN BISNIS DIGITAL* 4 (1): 70–81.
<https://doi.org/10.55047/jekombital.v4i1.981>.
- Djunaedi, Alvianty, Anggi Anggarini, dan Rachmah Nanda Kartika. 2024. “Penerpaan Design Thinking Pada Perancangan Marketing Collateral Untuk Ristiant Catering.” *Katamata* 02 (01).
- Fidiniari, Fathia, dan Eri Zuliarso. 2025. “Implementasi Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Profil Departemen Teknik Komputer.” . . *Journal of Information Technology and Computer Science*.
- Halim Setiawan, Alya, dan Vivi Amayati. 2025. “Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak.” *Syi’ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam* 8 (1).
- Ifdal Irman dan Heru Pranata. 2025. “The Role of Typography in Branding Strategy.” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin* 4 (04).
- Iwafani, Salwa Alif, dan Putri Ekarety Haes. 2024. “Edukasi Pengenalan Filosofi Warna dan Font Pada Desain Menggunakan Aplikasi Canva.” *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat UBJ* 6 (2): 159–66.
<https://doi.org/10.31599/9cxnab17>.



© 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

- Katsumata Shah, Mahdi, Bruno Jactat, Toshiyuki Yasui, dan Murod Ismailov. 2023. "Low-Fidelity Prototyping with Design Thinking in Higher Education Management in Japan: Impact on the Utility and Usability of a Student Exchange Program Brochure." *Education Sciences* 13 (1): 53. <https://doi.org/10.3390/educsci13010053>.
- Krisan Putri, Florentina, S. Rouli Manalu, dan Joyo Nur Suryanto Gono. 2024. Dalam *Interaksi Online*, 2024-08-28 ed., vol. 12. no. 4.
- Layyina, Annisa Kamil, dan Ananda Sabil Hussein. 2023. "Pengembangan Produk Dengan Pendekatan Design Thinking." *Jurnal Kewirausahaan dan Inovasi* 2 (3): 691-703. <https://doi.org/10.21776/jki.2023.02.3.06>.
- Li, Van Kevin, Patricia Alexandria Ongpauco, Janine Therese, dan Rubante. 2022. "The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: 'KwentongJollibee' Advertisement." *Journal of Business and Management Studies* 4 (1): 264-72. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>.
- Luqman, Fadhila. 2023. "Pengenalan Warna Primer untuk Menggambar Kepada Siswa MTS Al-Khoiriyah Ciranjang Cianjur." *ATRAT: Jurnal Seni Rupa* 11 (1): 104-10. <https://doi.org/10.26742/atrat.v11i1.2840>.
- Marwiyah, Umi Rotul. 2025. "Perancangan Promotion Guidelines Namira Ecoprint." *BARIK: Jurnal Desain Komunikasi Visual* 7 (1).
- Mirza, Isoni Muhammad Miraj. 2022. "Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia." *Jurnal Visual Ideas* 2 (2): 70-75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>.
- Moonik, Natasya, dan Willem Gilbert Pomantow. 2023. "Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop." *Jurnal MABP* 5.
- Natalina, Charista Cahya, dan Siti Mutmainah. 2024. "Berkarya Tipografi Bertema Gaya Hidup Berkelanjutan Pada Pelaksanaan P5 Di SMPN 22 Surabaya." *Journal Unesa* 12 (2).
- Nufus, Hayatun, dan Trisni Handayani. 2022. "Strategi Promosi Dengan Memanfaatkan Media Sosial TikTok Dalam Meningkatkan Penjualan (Studi Kasus Pada TN Official Store)." *Jurnal EMT KITA* 6 (1): 21-34. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.483>.
- Nugroho, Firsta Agdies Eka, Rika Rismayanti, dan Ganjar Santika. 2025. "Strategi Pemasaran dan Diferensiasi Produk dalam Menghadapi Persaingan Impor (Studi Kasus PT. Soka Cipta Niaga)." *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis* 18 (1).



Hak Cipta :

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

- Ollivia, Jogita, Anis Mardiana, Kurnia Sari, dan Fajar Rhenzy Elaza. 2025. “Peran Branding dalam Membangun Brand yang Kuat sebagai Langkah Strategis untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM di Kecamatan Curug, Kabupaten Tangerang.” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis (JEBS)* 5 (2): 498–503. <https://doi.org/10.47233/jeps.v5i2.2705>.
- Panguriseng, Andi Anisah, dan Irawati Nur. 2022. “Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen.” *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat* 1 (1).
- “(PDF) The Role of Visual Imagery in Building Brand Image and Consumer Purchase Intention in the Era of Social Media: A Literature Review.” 2026. *ResearchGate*, advance online publication, Juli 12. <https://doi.org/10.55047/jekombital.v4i1.981>.
- Prakarsa, Moh Ali Wisudawan, dan Riyani Dwi Mulya. 2025. “Narasi Visual dalam Jurnalisme Peran Fotografi dalam Mengkontruksi Opini Publik.” *Universitas Pahlawan Tuanku Tambusai*.
- Pramesti, Irna Yuli, Aditya Rahman Yani, dan Restu Ismoyo Aji. 2024. “Perancangan Visual Media Promosi Romokalisari Adventure Land Bagi Segmen Keluarga.” *Innovative: Journal Of Social Science Research* 4 (3): 1197–210. <https://doi.org/10.31004/innovative.v4i3.10304>.
- QMC Binus. 2023. *Design Thinking*. <https://qmc.binus.ac.id/2023/12/06/design-thinking/>.
- Rani Chantika, Pebi Mina Husania, Tengku Syahvina Rival Dini, Silfia Rahmadani Sitorus, Puji Sri Alhirani, dan M. Khalil Gibran. 2025. “Dampak Warna dan Tipografi terhadap Kenyamanan Pengguna dalam Desain Antarmuka Digital.” *Jurnal Publikasi Ilmu Komputer dan Multimedia* 4 (2): 102–10. <https://doi.org/10.55606/jupikom.v4i2.4073>.
- Reviana Ardila, Aryoni Ananta, dan Izan Qomarats. 2025. “Perancangan Board Game sebagai Media Pembelajaran Bahasa Minangkabau untuk Anak Sekolah Dasar.” *Misterius : Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*. 2 (1): 176–91. <https://doi.org/10.62383/misterius.v2i1.558>.
- Salsabilah, Audyva Amelia, Ika Fadillah, Ade Lia Kurnia Safitri, Fajrin Destiani, Raldina Azzahra, dan Muhammad Fauzi. 2024. “Tinjauan Pemilihan Warna Pada Visual Branding Pasar Seni Ancol.” *Forum Ilmiah*, September.
- Semenova, L. 2025. “Visual Brand Communications: The Role of Photography.” *Scientific Research and Development. Modern Communication Studies* 14 (4). <https://doi.org/10.12737/2587-9103-2025-14-4-86-93>.
- Shukla, Abha. 2021. “Role of Images and Pictures in Advertising.” *SHODH SAMAGAM* 04 (01).



© 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

Srisusilawati, Popon, Salma Nabila Prasetyo, Siti Aulia Nur Hamidah, Raisa Adila Rihhadatull 'Aisy, dan Reza Oktavia. 2024. "Tren dan Perkembangan Fashion Syariah Pada Era Modern di Kota Bandung." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 10 (1): 953.
<https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.12319>.

Susilawati, Nabila Fajrina, dan Rachmadita Dwi Pramesti. 2023a. "Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk." *Journal of Computer Science and Visual Communication Design* 8 (2): 322–32. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>.

Susilawati, Nabila Fajrina, dan Rachmadita Dwi Pramesti. 2023b. "Peran Elemen Visual Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Pada Kemasan Produk." *Journal of Computer Science and Visual Communication Design* 8 (2): 322–32. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.903>.

Syaputra, Martin. 2021. "Penerapan Strategi Pemasaran Dorong Dan Tarik Dalam Keberlangsungan Pengelolaan Bisnis Rintisan PT. Compro Kotak Inovasi." *Journal Of Business*, no. 1.

Ulita, Novena. 2022. "Kajian Visual Warna Pada Kesenian Muturuk Mentawai." *Narada: Jurnal Desain dan Seni*.

Yingrui Li dan Ruzinoor Che Mat. 2023. "The Impact of Visual Image on Brand Communication: A Multi-Dimensional Interaction Model Analysis." *Journal of Logistics, Informatics and Service Science* 10 (4).
<https://doi.org/10.33168/JLISS.2023.0417>.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan

Bimbingan ke-	Tanggal Bimbingan	Komentar Pembimbing	Rencana Progres/Revisi
1	06 Oktober 2025	Latar belakang masih kurang memperlihatkan urgensi permasalahan pada Alia & Co Fashion. Permasalahan promosi dan kondisi target market perlu diperjelas serta didukung dengan data hasil wawancara owner.	Merevisi latar belakang, mempertajam rumusan masalah, serta melakukan wawancara kembali dengan owner mengenai target pasar dan media promosi yang digunakan.
2	09 November 2025	Judul sudah sesuai, namun perlu memperjelas alasan penggunaan marketing collateral sebagai media promosi. Bab II mulai disusun dengan teori yang relevan.	Menambahkan teori mengenai marketing collateral, promosi, desain komunikasi visual, dan target market Gen-Z.
3	19 November 2025	Bab I sudah lebih baik, tetapi penyusunan paragraf masih perlu dirapikan. Ruang lingkup penelitian disesuaikan dengan objek penelitian.	Merevisi Bab I sesuai arahan dan mulai menyusun kerangka teori Bab II.
4	19 Desember 2025	Bab I telah disetujui. Bab II perlu memperjelas subbab teori desain, branding, prinsip desain, dan metode Design Thinking.	Menyelesaikan Bab II dan mulai menyusun instrumen penelitian berupa wawancara dan kuesioner.
5	23 Desember 2025	Bab II telah disetujui. Bab III perlu memperjelas metode penelitian, teknik pengumpulan data, dan analisis SWOT.	Merevisi Bab III sesuai masukan dan menyempurnakan analisis SWOT.
6	12 Januari 2026	Revisi hasil seminar proposal serta mulai membahas konsep visual yang akan dikembangkan pada Bab IV.	Merevisi Bab III dan mulai membuat mind map konsep visual.

Hak Cipta :

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

7	25 Januari 2026	Mind map sudah sesuai, namun kata kunci visual masih perlu diperdalam agar menghasilkan konsep yang lebih kuat.	Merevisi mind map dan memperjelas kata kunci visual sebagai dasar pembuatan moodboard.
8	14 Februari 2026	Membahas moodboard dan konsep visual. Referensi visual sudah sesuai dengan karakter Alia & Co Fashion tetapi masih perlu dipilah.	Menyempurnakan moodboard dan mulai membuat thumbnail/sketsa alternatif desain.
9	28 May 2026	Moodboard sudah cukup baik. Beberapa referensi visual terlalu ramai sehingga perlu disederhanakan agar sesuai dengan konsep anggun dan modern.	Merevisi moodboard dan melanjutkan pembuatan sketsa thumbnail.
10	03 Juni 2026	Membahas abstrak untuk kebutuhan seminar serta menyesuaikan isi dengan fokus penelitian.	Merevisi abstrak sesuai arahan pembimbing.
11	10 Juni 2026	Sketsa alternatif poster, brosur, dan X-Banner masih terlalu kompleks. Layout perlu dibuat lebih sederhana dan memperhatikan grid.	Membuat ulang sketsa manual dengan layout yang lebih rapi dan minimalis.
12	16 Juni 2026	Sketsa manual telah disetujui. Selanjutnya mulai membuat desain komprehensif digital dan memilih desain terbaik.	Membuat desain digital poster, brosur, dan X-Banner berdasarkan sketsa terpilih.
13	20 Juni 2026	Desain komprehensif sudah baik, namun perlu memperkuat identitas visual Alia & Co Fashion melalui pemilihan warna, tipografi, dan elemen grafis.	Merevisi desain komprehensif dan mulai membuat Final Artwork (FAW).
14	25 Juni 2026	FAW dan hasil cetak telah diperiksa. Beberapa revisi pada ukuran tipografi, margin, dan penyesuaian material cetak masih diperlukan.	Merevisi Final Artwork dan melakukan cetak ulang hasil revisi.
15	28 Juni 2026	Membahas hasil akhir media promosi. Desain sudah sesuai dengan konsep, namun perlu dilakukan evaluasi	Melaksanakan testing desain, menyusun hasil evaluasi, serta merevisi laporan Bab IV dan Bab V.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

		melalui testing kepada owner dan target audiens.	
16	01 Juli 2026	Hasil testing menunjukkan desain telah sesuai dengan konsep Gen-Z, soft, anggun, dan modern. Perlu menambahkan pembahasan hasil testing pada Bab IV.	Menambahkan hasil wawancara testing, analisis evaluasi, dan melakukan revisi akhir laporan skripsi.
17	08 Juli 2026	Laporan secara keseluruhan telah baik. Perlu pengecekan kembali konsistensi penulisan, daftar pustaka, serta lampiran hasil penelitian.	Final checking seluruh laporan, memperbaiki kesalahan penulisan, dan mempersiapkan sidang skripsi.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 2 Cek Plagiarisme

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:144743286

PAPER NAME

DG8A_Nur Hidayahnsyah_Perancangan
Desain Marketing Collateral Alia & Co Fa
shion untuk upaya meningkatkan Brand I
mage.pdf

WORD COUNT

18601 Words

CHARACTER COUNT

117992 Characters

PAGE COUNT

96 Pages

FILE SIZE

1.5MB

SUBMISSION DATE

Jul 2, 2026 3:02 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 2, 2026 3:03 PM GMT+7

7% Overall Similarity

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

- 6% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

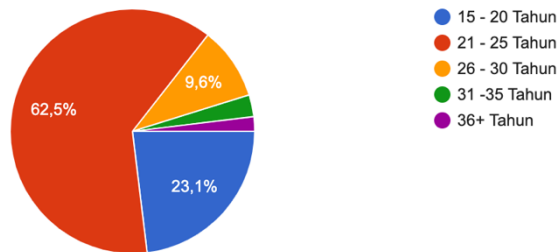
Lampiran 3 Hasil Kuesioner untuk Consumer Insight



Berapa usia Anda saat ini?

104 jawaban

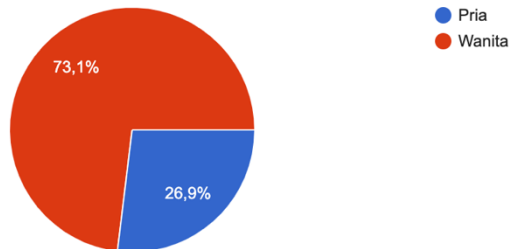
[Salin diagram](#)



Jenis kelamin

104 jawaban

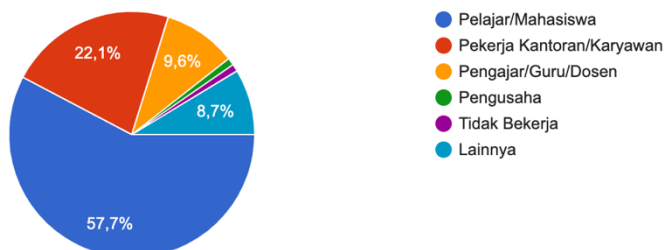
[Salin diagram](#)



Pekerjaan Anda

104 jawaban

[Salin diagram](#)



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

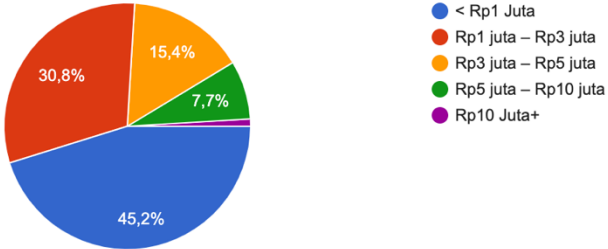
Hak Cipta :

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

Berapa pendapatan Anda dalam satu bulan?

104 jawaban

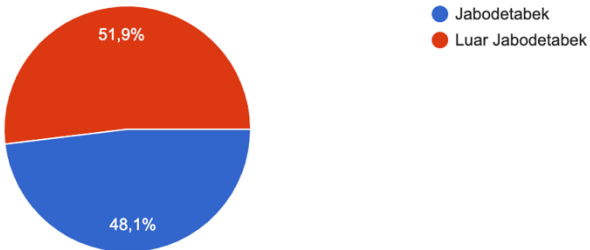
[Salin diagram](#)



Domisili Tempat Tinggal

104 jawaban

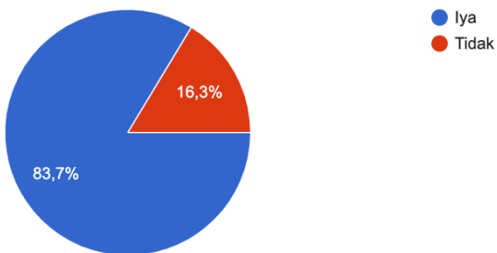
[Salin diagram](#)



Apakah Anda pecinta fashion muslimah? khususnya abaya atau gamis wanita

104 jawaban

[Salin diagram](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

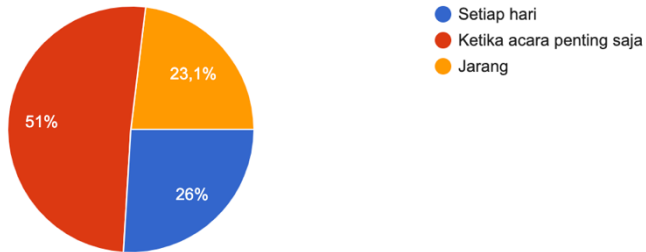
Hak Cipta :

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

Seberapa sering Anda mengenakan pakaian fashion muslimah? khususnya abaya atau gamis wanita?

[Salin diagram](#)

104 jawaban

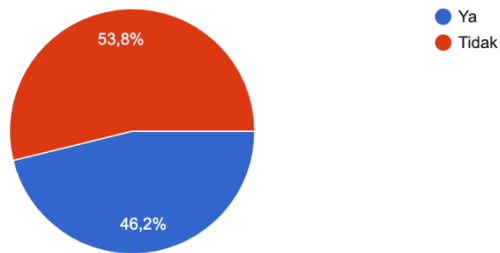


Persepsi tentang brand Alia & Co Fashion

Apakah Anda mengetahui brand Alia & Co Fashion?

[Salin diagram](#)

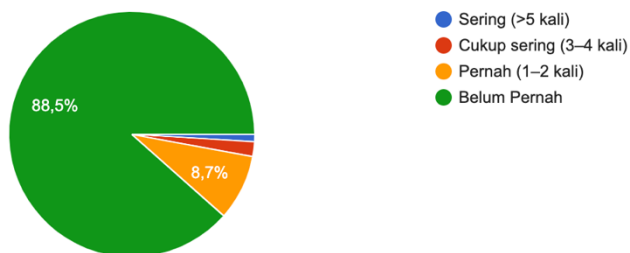
104 jawaban



Apakah Anda pernah membeli produk dari Ali & Co Fashion?

[Salin diagram](#)

104 jawaban





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

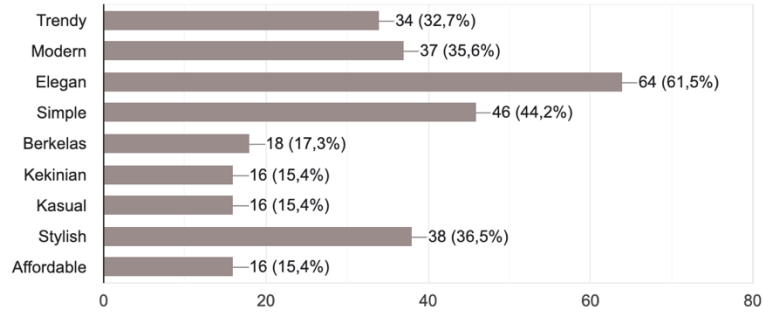
Hak Cipta :

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

Jika harus mendeskripsikan Alia & Co Fashion dalam 3 kata, apa yang terlintas di pikiran Anda?

[Salin diagram](#)

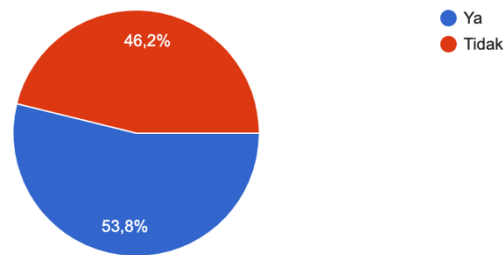
104 jawaban



Apakah Anda pernah melihat media promosi Alia & Co Fashion?

[Salin diagram](#)

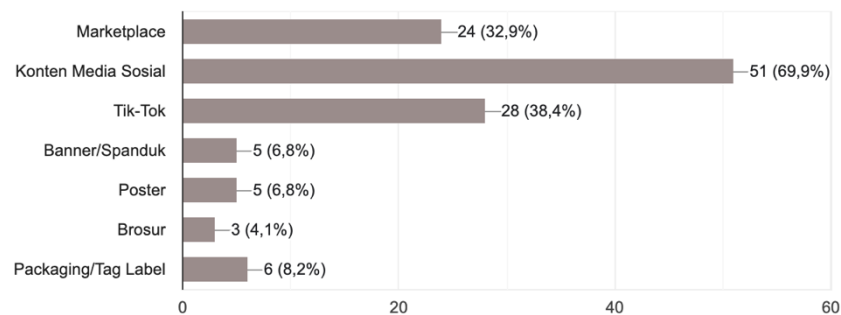
104 jawaban



Jika ya, media promosi apa yang pernah Anda lihat?

[Salin diagram](#)

73 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Bagian Tanpa Judul

Pada x-banner, poster, dan brosur yang dibuat oleh AI (Artificial Intelligence) masih menggambarkan desain secara umum dan belum menggambarkan image anggun, eksklusif, dan sederhana

0 jawaban

Belum ada jawaban untuk pertanyaan ini.

Desain visual pada media promosi diatas masih kurang mampu menarik perhatian penasaran saya secara langsung

0 jawaban

Belum ada jawaban untuk pertanyaan ini.

Pemilihan warna pada desain ini terasa kurang memberikan kesan yang kuat atau berkesan image yang anggun, eksklusif, dan sederhana

0 jawaban

Belum ada jawaban untuk pertanyaan ini.

Komposisi elemen visual pada desain diatas terasa kurang seimbang

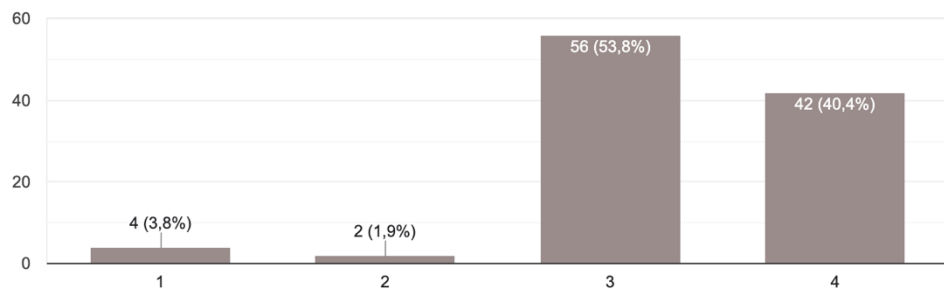
0 jawaban

Belum ada jawaban untuk pertanyaan ini.

Teks yang ada pada media promosi Alia & Co Fashion masih kurang mendukung keterbacaan informasi

[Salin diagram](#)

104 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

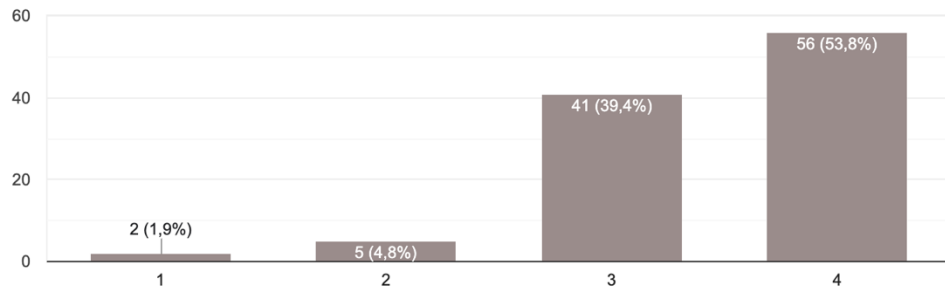
Hak Cipta :

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

Foto produk pada media promosi Alia & Co Fashion masih kurang maksimal menggambarkan image yang anggun, eksklusif, dan sederhana

[Salin diagram](#)

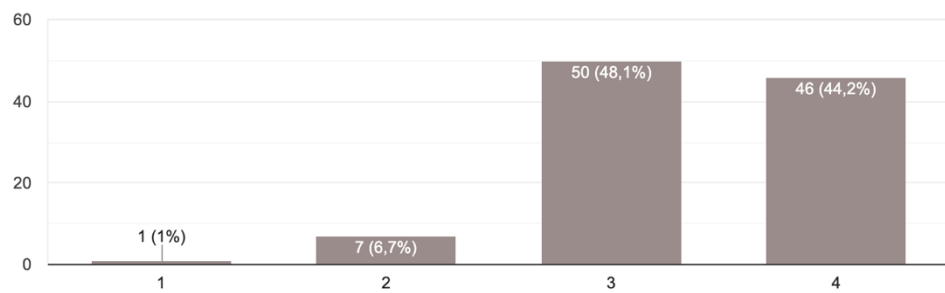
104 jawaban



Informasi yang disampaikan dalam media promosi ini terasa kurang jelas dan lengkap untuk dilihat

[Salin diagram](#)

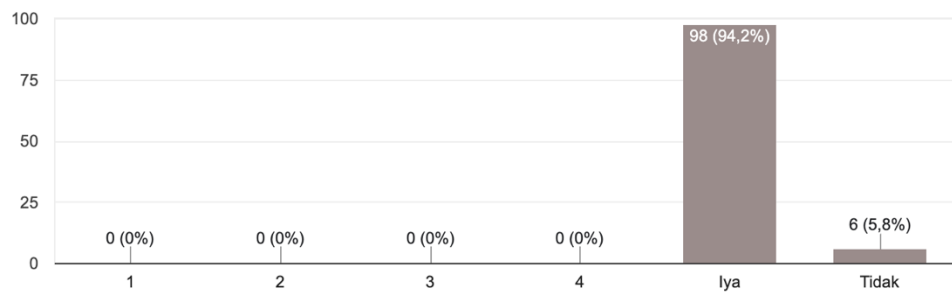
104 jawaban



Warna yang digunakan pada media promosi Alia & Co Fashion sudah memperkuat brandingnya sebagai brand fashion muslimah

[Salin diagram](#)

104 jawaban



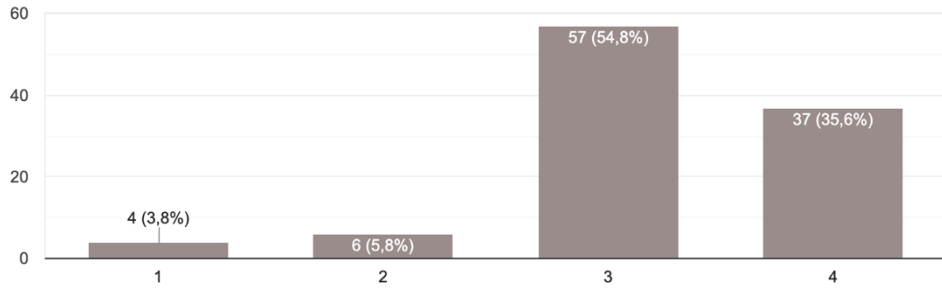
Hak Cipta :

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

Tampilan media promosi Alia & Co Fashion (warna, tipografi, foto, layout) masih kurang konsisten di setiap media (IG, TikTok, Marketplace dan media promosi cetak lainnya)

[Salin diagram](#)

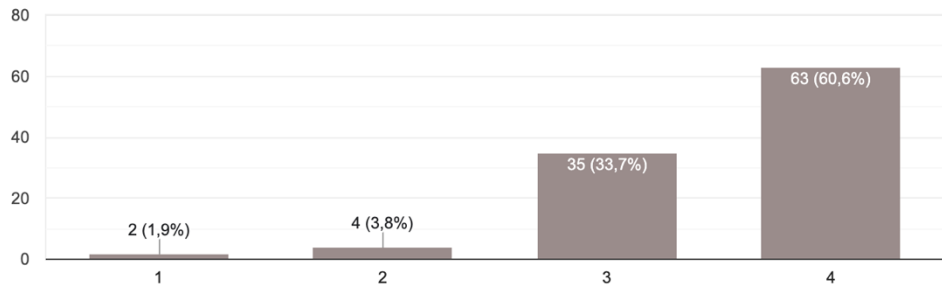
104 jawaban



Menurut Anda, tampilan media promosi Alia & Co Fashion harus konsisten pada setiap media, agar mencerminkan brand fashion muslimah yang anggun, eksklusif, dan sederhana

[Salin diagram](#)

104 jawaban

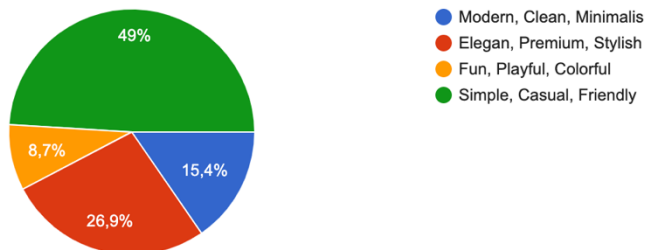


Prefrensi Gaya Desain

Konsep desain seperti apa yang paling cocok untuk media promosi Alia & Co Fashion?

[Salin diagram](#)

104 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

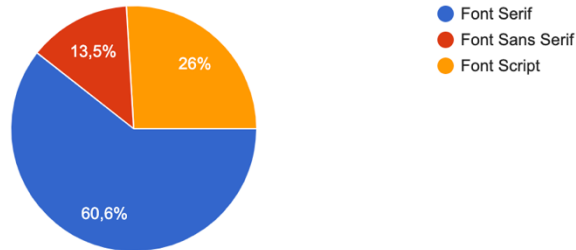
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Font seperti apa yang paling cocok untuk media promosi Alia & Co Fashion?

gambar adalah contoh penggunaannya

104 jawaban

[Salin diagram](#)

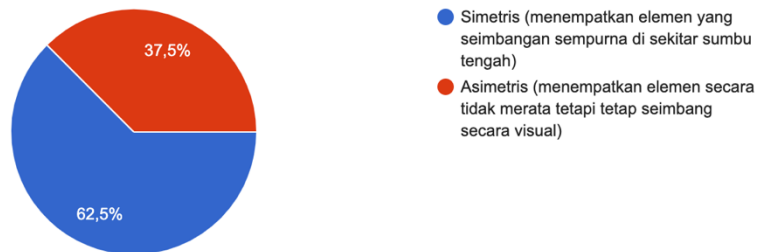


Layout seperti apa yang paling cocok untuk media promosi Alia & Co Fashion?

gambar adalah contoh penggunaannya

104 jawaban

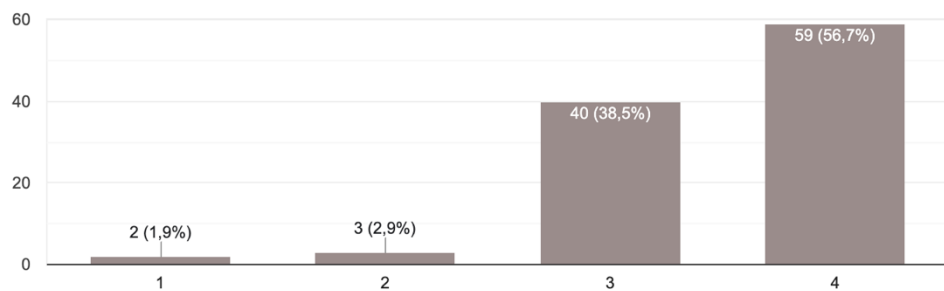
[Salin diagram](#)



Tata letak (layout) yang terstruktur dan rapi mempermudah pembaca memahami informasi brand dengan cepat

104 jawaban

[Salin diagram](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

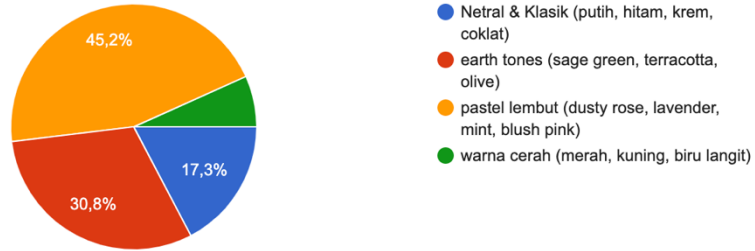
Hak Cipta :

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

Warna seperti apa yang paling cocok untuk media promosi brand Alia & Co Fashion?

gambar adalah contoh penggunaannya

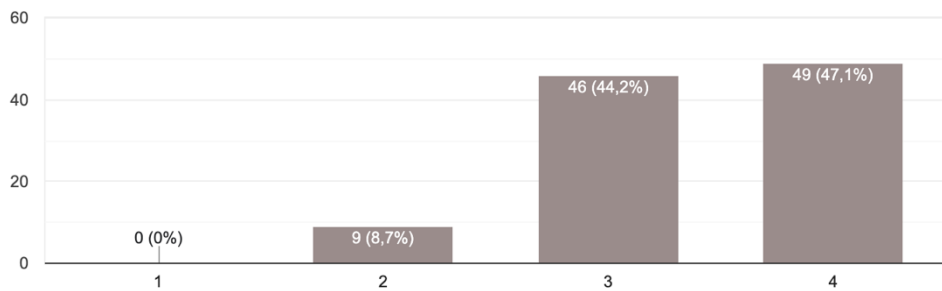
104 jawaban



[Salin diagram](#)

Elemen tambahan (seperti shape, tekstur, garis, vector, background atau ilustrasi) yang mencerminkan anggun, eksklusif dan sederhana dapat meningkatkan daya tarik pada media promosi Alia & Co Fashion

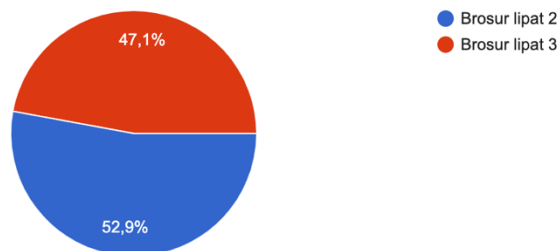
104 jawaban



[Salin diagram](#)

Jenis brosur yang seperti apa yang Anda sukai?

104 jawaban



[Salin diagram](#)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

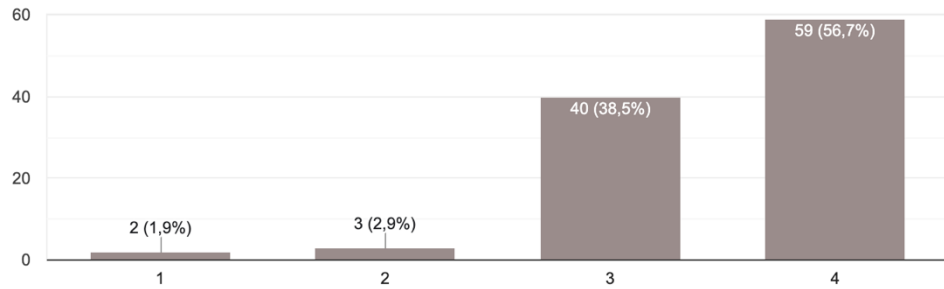
Hak Cipta :

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

Informasi (kontak, sosial media, foto produk, harga, dan lainya) yang dicantumkan pada x banner harus lengkap

[Salin diagram](#)

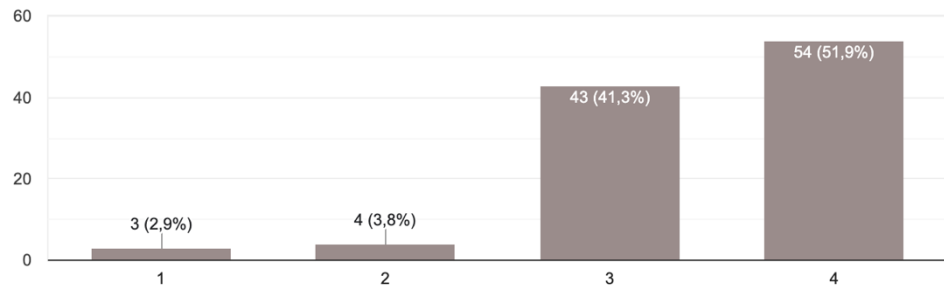
104 jawaban



Desain visual di media sosial Alia & Co Fashion (seperti feed instagram) sebaiknya memiliki gaya dan warna yang konsisten dengan brosur dan media cetak lainnya

[Salin diagram](#)

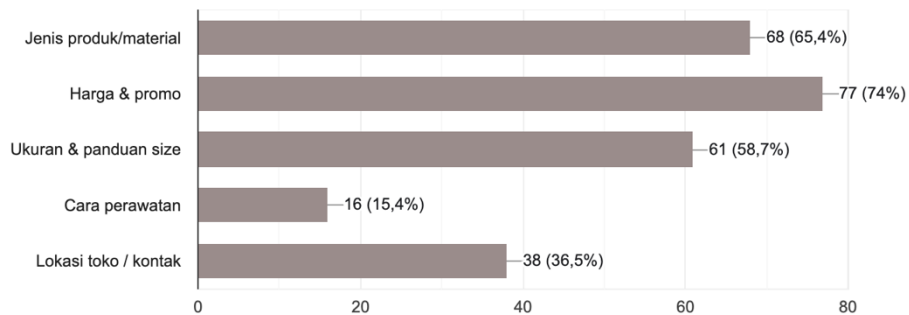
104 jawaban



Informasi apa yang penting untuk dicantumkan pada media promosi fashion? (max 2)

[Salin diagram](#)

104 jawaban





Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Transkrip Wawancara Brand Alia & Co Fashion

Waktu : 18 September 2025

Narasumber : Melia Bafat (Owner Alia & Co Fashion)

Lokasi : Rumah pribadi ibu Melia (Pamulang, Tangerang Selatan)

Hasil :

1. Kapan Alia & Co Fashion didirikan?

“Eee Alia & Co Fashion didirikan itu pada tahun 2024 Agustus yah. Usaha ini lahir dari pengamatan saya terhadap meningkatnya kebutuhan masyarakat akan busana muslim gitu, khususnya bagi perempuan muda. Berawal dari penjualan online, usaha ini kemudian berkembang dengan penambahan koleksi dan perluasan pemasaran hingga mencapai bentuknya sekarang ini lah gini”.

2. Kenapa ingin membuat usaha fashion muslim khususnya muslimah, apa alasannya?

“Hmmm kalau bicara tentang cerita dulu berdirinya Alia & Co Fashion itu karena ketertarikan saya pada fashion muslim gitu. Saya melihat banyak perempuan ingin tampil syar’i tapi tetap stylish dan sesuai tren. Nah hal itulah yang mendorong saya menciptakan sebuah brand ini yang menghadirkan busana muslimah berdesain anggun, nyaman dipakai, dan tetap mencerminkan nilai-nilai islami hahaha”.

3. Apasih arti atau filosofi nama Alia & Co Fashion itu apa?

“Nama Alia eee dipilih karena memiliki makna yang positif yah menurut kami, yaitu luhur atau tinggi. Sementara “& Co” melambangkan harapan agar usaha ini bisa terus berkembang gitu melalui kolaborasi dengan berbagai pihak, aamiin yah haha. Selain bermakna baik, nama ini juga terdengar simpel, elegan, dan mudah diingat”.

4. Apa yang membedakan atau keunggulan yang dimiliki Alia & Co Fashion dengan brand sejenis?

“Keunggulan Alia & Co Fashion yah menurut kami terletak pada pemilihan bahan berkualitas yah, kenyamanan penggunaan yah, serta desain yang elegan namun tetap sederhana. Produk yang dihadirkan juga mengikuti



© 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

perkembangan tren looh! sambil mempertahankan nilai-nilai islami. Pelayanan yang ramah dan membantu juga menjadi nilai tambah bagi pelanggan kami gitu”.

5. Produk apa saja yang dimiliki Alia & Co Fashion sekarang?

“Ohh banyak! Alia & Co Fashion menyediakan beragam produk seperti gamis, tunik, blouse, dress, outer, eee hijab, rok, dan sejumlah aksesoris busana muslim lainnya yah. Koleksi terus diperbarui mengikuti tren juga serta kebutuhan pelanggan sehingga konsumen memiliki lebih banyak pilihan”.
6. Target pasar atau konsumen utama yang dimiliki Alia & Co Fashion siapa saja?

“Target pasar Alia & Co Fashion itu banayk yahh sebenarnya tapi perempuan muslim berusia sekitar 18 hingga 35 tahun itu target utama kami. Mayoritas pelanggan merupakan mahasiswa, pekerja, dan ibu muda yang ingin tampil elegan dengan busana muslim yang nyaman untuk aktivitas sehari-hari maupun acara tertentu gitu”.
7. Apakah ada kendala dalam meningkatkan penjualan dan ingatan di benak konsumen tentang Alia & Co Fashion?

“Bnayak banget yahh, salah satu tantangan yang dihadapi adalah ituu belum konsistennya identitas visual yang kami miliki ee dalam berbagai materi promosi. Teruss variasi yang sering berubah pada warna, ee font, layout, dan gaya desain membuat brand terlihat kurang memiliki karakter yang mudah dikenali. Selain itu juga eee, ketersediaan media promosi cetak masih minim sehingga informasi belum tersampaikan secara maksimal ketika mengikuti bazar atau pameran gitu”.
8. Media promosi apa saja sekarang yang digunakan oleh Alia & Co Fashio?

“Saat ini Alia & Co Fashion lebih mengandalkan media digital seperti Instagram, eee WhatsApp, dan marketplace untuk promosi. Sementara materi promosi cetak seperti brosur, poster, dan X-Banner masih terbatas yahh sehingga penyampaian informasi saat kegiatan offline belum optimal”.
9. Menurut ibu seberapa penting marketing collateral 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

“Menurut saya, eee marketing collateral itu apa yah! Ya memiliki peran yang sangat penting. Media seperti brosur, poster, dan X-Banner dapat menyampaikan informasi produk dengan lebih jelas dan professional kan. Desain yang konsisten eee juga dapat memperkuat identitas visual brand kan sehingga lebih mudah dikenali dan membangun persepsi positif”.

10. Apa harapan anda pada perancangan marketing collateral nantinya?

“Haha! saya berharap sih hadirnya marketing collateral nantinya dengan identitas visual yang seragam dapat membuat Alia & Co Fashion tampak lebih profesional dan mudah diingat oleh masyarakat gitu. Selain itu, saya berharap media promosi tersebut dapat meningkatkan kepercayaan pelanggan kami yah, memperkuat citra brand, terus meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar kami”.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Lampiran 5 Observasi Brand Alia & Co Fashion

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



JAKARTA



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Testing

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Melia Bafat (Owner Alia & Co Fashion)

Lokasi : Rumah Pribadi ibu Melia Bafat

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Ibu, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?”

Narasumber : “Menurut saya sudah kok. Dari penggunaan warna, eee pemilihan foto ya, hingga *layout* yang digunakan juga terlihat mengikuti tren desain yang disukai anak muda saat ini. Hmm desainnya tetap terlihat elegan tetapi tidak terkesan terlalu formal yaa, sehingga sesuai dengan target pasar Alia & Co Fashion yang ingin menjangkau kalangan Gen-Z yang peduli terhadap *fashion* muslimah gituu”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Konsistensinya sudah sangat baik yaa. Warna yang digunakan seragam di setiap media sehingga identitas *brand* tetap terasa gak hilang gituu. Hmm dan tipografi juga konsisten dan mudah dibaca. Terus *layout* antara poster, brosur, dan X-Banner saling memiliki keterkaitan yahh sehingga ketika dilihat secara bersamaan terlihat sebagai satu kesatuan identitas visual”.

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber : “Kesan pertama yang saya rasakan adalah bersih, anggun, dan modern yaah. Warna-warna pastel yang dipilih juga hmm memberikan kesan lembut, terus sedangkan penggunaan elemen



© 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

grafis dan tata letaknya membuat desain terlihat lebih kekinian sih.

Menurut saya konsep *soft* dan Gen-Z sudah cukup terasa tanpa menghilangkan citra sebagai *brand fashion* muslimah yahhh”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Yaah, informasi yang disampaikan sudah cukup jelas loh. Susunan informasi sudah runtut menurut saya sehingga pembaca dapat mengetahui produk, hingga informasi toko dengan mudah. Ukuran teks juga masih nyaman dibaca pada media cetaknya yahh.”

Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber : “Hahaha secara keseluruhan desain sudah sangat baik loh dan sesuai dengan identitas Alia & Co Fashion kok. Hmm itu, desain ini sudah layak digunakan sebagai media promosi”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Nurul Hasanah (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Halo kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?”

Narasumber : “Kalau menurut saya sih... iya ya. Soalnya pas pertama lihat tuh desainnya terasa modern gitu. Terus pemilihan warnanya juga *soft*, jadi enak dilihat dan nggak terlalu ramai. Foto yang dipakai juga menurut saya cocok sama style yang lagi disukai anak-anak seusia saya. Jadi ya... desainnya kelihatan fashionable, tapi tetap ada kesan muslimahnya”.



© 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

Penulis :“Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber :“Hmm... kalau saya lihat sih semuanya masih nyambung ya. Warna yang dipakai di poster, brosur, sama media lainnya tuh mirip-mirip, jadi pas dilihat rasanya memang dari satu brand yang sama. Terus font yang digunakan juga konsisten dan gampang dibaca. Layout-nya juga nggak bikin bingung, jadi menurut saya identitas brand-nya sudah terasa”.

Penulis :“Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber :“Eee... kesan pertama yang saya lihat itu elegan, terus bersih juga. Warnanya bikin nyaman dilihat dan nggak mencolok, jadi ada kesan *soft*-nya. Terus desainnya juga kelihatan modern karena layout sama elemen visualnya nggak kaku. Menurut saya sih konsep anggun sama Gen-Z-nya udah dapet ya, jadi masih cocok buat anak muda yang suka *fashion muslim*”.

Penulis :“Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber :“Iya, menurut saya cukup mudah dipahami kok. Informasinya disusun dengan urut, jadi pas baca nggak bingung harus mulai dari mana. Tulisannya juga masih jelas dan ukurannya nyaman dibaca. Terus informasi penting kayak produk sama kontak tokonya juga gampang ditemukan”.

Penulis :“Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber :“Hmm... kalau menurut saya secara keseluruhan udah bagus sih. Mungkin cuma kalau boleh saran, bisa ditambah sedikit elemen yang lebih interaktif atau promo yang menarik biar orang seusia saya makin penasaran buat lihat atau langsung cek produknya. Tapi selain



© 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

itu desainnya udah enak dilihat dan menurut saya layak dipakai sebagai media promosi”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Putri Kumala Dewi (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Haii kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Hmm... kalau menurut saya iya sih. Soalnya sekarang kan banyak desain yang terlalu ramai, tapi yang ini justru kelihatan simpel. Menurut saya itu malah lebih menarik. Terus model yang dipakai juga kelihatan natural, jadi saya bisa ngebayangin kalau produk ini dipakai sehari-hari. Menurut saya desainnya masih mengikuti tren, tapi nggak sampai kehilangan identitas sebagai brand fashion muslim gitu”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Kalau saya lihat... semua medianya punya ciri yang sama ya. Pas lihat poster terus lanjut ke brosur atau X-Banner, saya langsung tahu kalau itu masih satu brand. Eee... warna sama gaya desainnya konsisten. Menurut saya itu penting sih, karena jadi lebih gampang diingat. Elemen-elemennya juga nggak berubah-ubah, jadi kelihatan lebih professional”.

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”



© 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 : “Eee... yang pertama saya rasain itu desainnya tenang gitu ya. Nggak terlalu banyak ornamen, tapi tetap menarik. Terus menurut saya warna-warnanya bikin kesan yang lembut dan elegan. Kalau untuk konsep Gen-Z, saya rasa sudah masuk, karena tampilannya nggak jadul dan masih cocok kalau misalnya diposting di Instagram atau media sosial lainnya”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Iya, cukup jelas kok. Saya nggak perlu baca berulang-ulang buat ngerti isinya. Informasi yang paling penting juga langsung kelihatan. Menurut saya penyusunannya udah enak dilihat, jadi orang yang baru pertama kali lihat juga nggak bakal bingung”.

Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber : “Kalau dari saya mungkin bisa ditambah sedikit informasi yang bikin orang tertarik buat langsung lihat produknya, misalnya keunggulan bahan atau alasan kenapa produk ini berbeda dari yang lain. Soalnya biasanya saya kalau lihat promosi itu langsung cari nilai lebihnya. Tapi secara keseluruhan desainnya udah bagus, rapi, dan menurut saya cocok dipakai buat promosi Alia & Co Fashion”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Annisa (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Permisi kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion muslimah*?”

Narasumber : “ Eee... menurut saya sih lumayan ya. Soalnya sekarang kan anak muda biasanya suka desain yang nggak terlalu penuh. Nah, yang ini



© 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

- Penulis : tuh masih enak dilihat. Hmm... terus pilihan fotonya juga menurut saya cocok, nggak kelihatan kaku. Jadi yaa... kalau saya lihat sekilas memang terasa dibuat buat anak muda yang suka fashion muslim”.
- Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”
- Narasumber : “Kalau soal itu... hmm saya nggak terlalu ngerti soal desain ya. Tapi dari yang saya lihat, semuanya kayak punya gaya yang sama gitu. Warnanya nggak berubah-ubah, terus tulisan sama tampilannya juga masih mirip. Jadi pas lihat beberapa media sekaligus saya masih ngerasa itu satu brand yang sama”.
- Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”
- Narasumber : “Hmm... pertama kali lihat tuh saya ngerasa desainnya bersih sih. Terus... ya ada kesan lembutnya juga. Kalau dibanding modern, menurut saya iya ya, karena tampilannya nggak kayak desain yang terlalu jadul. Eee... untuk kesan Gen-Z mungkin lebih ke karena tampilannya simpel dan nggak banyak elemen yang bikin penuh”.
- Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”
- Narasumber : “Iya... menurut saya cukup mudah dipahami kok. Saya tadi nggak perlu lihat lama buat ngerti isinya. Paling ya saya baca bagian yang penting dulu, habis itu baru lihat yang lain. Jadi menurut saya informasinya udah cukup jelas”.
- Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”
- Narasumber : “Hmm... saya sebenarnya nggak kepikiran banyak sih. Mungkin... eee... kalau boleh saran, bagian promonya bisa dibuat sedikit lebih menonjol, soalnya biasanya saya kalau lihat iklan tuh yang pertama



© 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

dicari promo atau koleksi barunya. Tapi selain itu menurut saya udah oke kok, tampilannya juga nyaman dilihat”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Citra Lestari (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : Lapangan Triguna Ciputat

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Selamat siang kak, kak apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Eee... iya ya, kayaknya sih udah. Hmm... soalnya pas saya lihat pertama itu... apa ya... tampilannya nggak kelihatan jadul gitu. Terus warnanya juga... ya menurut saya cocok aja buat anak muda. Saya kurang ngerti soal desain sih, tapi kalau misalnya muncul di Instagram, saya masih mau berhenti buat lihat beberapa detik”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Hmm... kalau yang itu... saya nggak terlalu paham istilah-istilahnya ya. Tapi... eee... yang saya lihat sih semuanya masih mirip. Maksudnya warna sama tampilannya tuh nggak beda jauh. Jadi... ya masih kelihatan satu tema gitu. Mungkin itu yang dimaksud konsisten ya”.

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili *anggun*, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber : “Hmm... bentar ya... kalau menurut saya... lebih ke... apa ya... kalem gitu. Terus... eee... nggak terlalu ramai juga. Jadi enak aja dilihatnya. Kalau dibilang *anggun* sama *soft*... iya sih, masih terasa. Terus



© 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

modern juga... ya karena tampilannya sederhana tapi nggak ngebosenin”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Iya... lumayan mudah kok. Tadi saya sempat lihat-lihat dulu... terus ya bisa ngerti isinya. Hmm... tulisannya juga masih kebaca. Paling saya baca bagian yang penting dulu, habis itu baru lihat yang lainnya”.

Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber : “Eee... saran ya... hmm... saya agak bingung juga sih. Soalnya menurut saya udah cukup bagus. Mungkin... kalau boleh kasih masukan... mungkin fotonya bisa ditambah lagi atau... eee... dibuat lebih banyak variasinya. Tapi itu juga cuma pendapat saya ya. Selebihnya saya rasa desainnya udah enak dilihat dan cukup menarik”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Humaira (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : Lapangan Triguna Ciputat

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Maaf kak mengganggu sebentar ya kak, kak apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Hmm... kalau menurut saya... iya sih, eh... ya lumayan ya. Soalnya waktu pertama lihat tuh saya langsung kepikiran kalau ini memang buat anak muda. Mungkin karena tampilannya nggak terlalu rame. Eee... terus bajunya juga kelihatan modern. Jadi ya... menurut saya masih cocok sama selera Gen-Z sekarang”.



© 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

- Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”
- Narasumber : “Kalau yang itu... eee... saya kurang ngerti juga sebenarnya. Tapi... ya... saya lihat dari satu media ke media yang lain masih mirip sih. Warnanya masih sama, terus... tampilannya juga nggak berubah jauh. Jadi saya nggak merasa kayak lagi lihat brand yang berbeda”.
- Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”
- Narasumber : “Hmm... apa ya... pertama kali lihat tuh rasanya... ya enak aja dilihat. Terus... eee... nggak bikin mata capek karena warnanya juga lembut. Kalau anggun... iya mungkin ya. Kalau Gen-Z... saya rasa juga masih masuk sih. Soalnya sekarang banyak desain yang sederhana kayak gini”.
- Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”
- Narasumber : “Iya... saya tadi nggak terlalu lama bacanya. Maksudnya... eee... informasinya langsung kelihatan. Jadi saya bisa ngerti ini jual apa, terus... kalau misalnya mau cari tokonya juga kayaknya gampang. Menurut saya sih udah cukup jelas”.
- Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”
- Narasumber : “Wah... kalau disuruh kasih saran saya agak bingung ya, hehe. Soalnya saya juga bukan orang desain. Hmm... mungkin... apa ya... mungkin bisa ditambah foto produknya lebih banyak atau... eee... kasih contoh kalau bajunya dipakai di aktivitas sehari-hari. Soalnya saya biasanya lebih tertarik kalau bisa ngebayangin produknya dipakai. Tapi kalau secara keseluruhan menurut saya udah bagus kok”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Nabila (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Haii kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Hehe... kalau menurut saya sih... iya ya. Soalnya... eee... pas pertama lihat tuh *desainnya* kelihatan modern. Warnanya juga nggak terlalu mencolok, jadi enak dilihat. Mungkin... ya... kalau saya pribadi lihat desain kayak gini masih cocok buat anak-anak seusia saya”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Hmm... saya nggak terlalu jago soal desain sih, hehe. Tapi... kalau dari yang saya lihat... semuanya masih nyambung. Maksudnya warna sama tampilannya masih mirip-mirip, jadi... ya... saya langsung tahu itu masih dari brand yang sama”.

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili *anggun*, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber : “Eee... menurut saya... kesannya lembut ya. Terus... hmm... kelihatan rapi juga. Kalau *anggun*... iya, saya ngerasa ada kesan itu. Terus modern juga... mungkin karena *layout-nya* sederhana. Hehe... saya kurang tahu cara *jelasinnya*, tapi menurut saya *desainnya* enak dilihat”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Iya... hehe... saya tadi bacanya nggak terlalu lama kok. Informasinya menurut saya udah cukup jelas. Saya bisa ngerti



© 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

produknya apa, terus... kalau mau cari informasi lain juga kayaknya gampang ditemukan”.

Penulis :“Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber :“Hmm... aduh... saya jadi bingung kalau disuruh kasih saran, hehe. Soalnya menurut saya udah bagus. Tapi... mungkin ya... mungkin foto produknya bisa dibuat sedikit lebih banyak atau... eee... ditambah beberapa contoh mix and match. Biar orang kayak saya bisa lebih kebayang kalau dipakai. Tapi selain itu... menurut saya sih udah oke”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Tirta Murtini (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis :“Kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber :“Bismillah... kalau saya melihatnya, desain ini sudah cukup baik ya. Meskipun menyasar kalangan Gen-Z, tampilannya tetap menjaga kesan sopan dan anggun. Itu yang saya sukai. Kadang ada desain yang terlalu mengikuti tren sampai menghilangkan karakter busana muslim, tetapi pada desain ini saya masih melihat keseimbangannya. Jadi menurut saya sudah cukup mewakili anak muda muslimah yang ingin tampil modis tanpa meninggalkan kesan santun”.

Penulis :“Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber :“Alhamdulillah, menurut saya sudah konsisten. Warna yang digunakan memberikan kesan lembut dan nyaman dipandang. Kemudian bentuk huruf maupun tata letaknya juga terlihat serasi di



© 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

setiap media. Saat saya melihat keseluruhannya, saya tidak merasa seperti melihat desain yang berbeda-beda, tetapi memang satu kesatuan yang saling melengkapi”.

Penulis

:“Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili *anggun*, *soft*, *Gen-Z* dan *modern*?”

Narasumber

:“Yang pertama saya rasakan adalah suasana terasa tenang. Mungkin karena pemilihan warna dan penyusunan elemennya tidak berlebihan. Kemudian ada kesan *anggun* yang cukup kuat, sementara sisi *modern*nya juga tetap terlihat. Menurut saya, konsep seperti ini baik karena anak-anak muda sekarang tetap bisa tertarik, tetapi tidak meninggalkan nilai kesederhanaan dalam berpakaian”.

Penulis

:“Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber

:“InsyaAllah sudah cukup jelas. Informasi yang disampaikan tersusun dengan rapi sehingga mudah dipahami. Saya tidak mengalami kesulitan untuk mengetahui produk yang ditawarkan maupun informasi mengenai tokonya. Menurut saya tampilannya sederhana, tetapi pesannya dapat tersampaikan dengan baik”.

Penulis

:“Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber

:“Kalau sekadar masukan, mungkin bisa ditambahkan sedikit pesan yang mengingatkan bahwa berpakaian bukan hanya mengikuti tren, tetapi juga sebagai bentuk menjaga kesopanan sesuai syariat. Tidak perlu terlalu panjang, cukup singkat saja sebagai pengingat. Namun secara keseluruhan saya menilai desain ini sudah baik, menarik, dan tetap mencerminkan identitas Alia & Co Fashion sebagai brand busana muslim”.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Bilqis (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Baik kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion muslimah*?”

Narasumber : “Kalau saya melihatnya, sudah cukup sesuai. Memang saya sehari-hari mengajar anak-anak yang usianya tidak jauh dari Gen-Z, jadi saya cukup sering melihat tren yang mereka sukai. Menurut saya desain ini tidak berlebihan, tampilannya sederhana tetapi tetap menarik. Di sisi lain, nuansa muslimahnya juga masih terasa, sehingga menurut saya sudah sesuai dengan target pasar yang dituju”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Menurut saya sudah konsisten. Warna yang digunakan tidak berubah-ubah sehingga memberikan identitas yang jelas pada setiap media. Kemudian jenis huruf dan tata letaknya juga masih memiliki kesamaan. Hal seperti ini penting karena akan memudahkan orang mengenali sebuah brand meskipun medianya berbeda”.

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili *anggun, soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber : “Kesan yang saya dapatkan adalah rapi dan nyaman dipandang. Warna yang dipilih memberikan kesan lembut, sedangkan penyusunan elemennya membuat desain terlihat lebih modern. Menurut saya konsep *anggun* dan *soft* sudah cukup terlihat. Untuk



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

kesan Gen-Z juga sudah ada, tetapi tetap tidak meninggalkan citra busana muslim yang sopan”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Ya, menurut saya informasinya cukup jelas. Penyusunannya runtut sehingga pembaca bisa memahami isi desain tanpa harus membaca berulang kali. Bagian yang paling penting juga cukup mudah ditemukan, sehingga pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dengan baik”.

Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber : “Kalau saya boleh memberikan masukan, mungkin informasi mengenai keunggulan produk bisa sedikit lebih ditonjolkan. Misalnya bahan yang digunakan atau kelebihan dari koleksi tersebut. Menurut saya hal itu dapat menjadi nilai tambah bagi calon pembeli. Namun secara keseluruhan desain ini sudah baik, rapi, dan layak digunakan sebagai media promosi Alia & Co Fashion”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Amelia (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Siang kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Kalau dari sudut pandang saya, cukup mewakili ya. Soalnya saya sendiri kerja di kantor tapi masih kuliah juga, jadi biasanya lebih suka desain yang kelihatannya profesional tapi tetap mengikuti tren. Menurut saya desain ini ada di tengah-tengah, nggak terlalu formal,



© 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

tapi juga nggak terlalu santai. Jadi masih cocok buat anak muda yang aktivitasnya cukup padat”.

Penulis :“Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber :“Yang saya perhatikan justru transisi antar medianya. Misalnya waktu lihat poster, terus pindah ke brosur, saya masih merasa tampilannya punya karakter yang sama. Menurut saya itu penting karena sebagai konsumen biasanya saya lebih gampang mengingat brand yang tampilannya konsisten. Jadi kesannya lebih profesional dan lebih meyakinkan”.

Penulis :“Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber :“Kalau saya menangkapnya lebih ke arah elegan yang simpel. Maksudnya, desainnya nggak mencoba menarik perhatian dengan terlalu banyak elemen, tapi justru terlihat lebih nyaman dilihat. Saya juga merasa konsep modernnya muncul karena penyusunan informasinya cukup rapi. Jadi menurut saya orang yang usianya sekitar 20 sampai 30 tahunan masih bisa merasa desain ini relevan”.

Penulis :“Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber :“Iya, menurut saya penyampaian informasinya cukup efektif. Biasanya kalau saya lihat media promosi, saya cuma punya waktu sebentar. Nah, dari desain ini saya masih bisa langsung menangkap informasi utamanya tanpa harus membaca semuanya dulu. Itu menurut saya sudah menjadi nilai lebih”.

Penulis :“Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber :“Kalau saya boleh memberi masukan, mungkin bisa ditambahkan sedikit informasi yang membuat orang lebih yakin untuk membeli.



© 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

Misalnya ada penjelasan singkat mengenai kualitas bahan atau kenyamanan produknya. Soalnya kalau saya sebagai pekerja, biasanya sebelum membeli pakaian saya lebih mempertimbangkan fungsi dan kenyamanannya juga, bukan hanya tampilannya. Tetapi secara keseluruhan desain ini sudah menarik dan menurut saya cukup siap digunakan sebagai media promosi”.

Waktu : 27 Juni 2026

Narasumber : Icha (Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah Jakarta)

Lokasi : UIN Jakarta

Hasil : FAW Marketing Collateral Alia & Co Fashion

Penulis : “Singkat saja ya kak, apakah menurut anda desain ini sudah mempresentasikan gaya Gen-Z yang aware terhadap *fashion* muslimah?

Narasumber : “Eee... menurut saya iya sih. Jujur sebelumnya saya belum pernah dengar Alia & Co Fashion, tapi pas lihat desainnya saya langsung mikir, ‘oh ini kayaknya brand fashion muslim yang memang nyasar anak muda ya’. Hehe... tampilannya bikin saya penasaran juga sebenarnya, jadi pengen lihat koleksi lainnya apakah memang konsepnya sama seperti yang ada di desain ini”.

Penulis : “Apa pendapat anda, mengenai konsistensi visual yang telah diterapkan pada seluruh media promosi seperti warna, tipografi, *layout* dan elemen visual lainnya?”

Narasumber : “Hmm... kalau saya lihat, semuanya masih saling nyambung. Maksudnya... waktu saya lihat beberapa media sekaligus, saya nggak merasa seperti lihat desain dari brand yang berbeda. Jadi... eee... menurut saya itu cukup membantu orang yang baru kenal sama brand ini, karena identitasnya jadi lebih mudah diingat”

Penulis : “Ketika anda melihat keseluruhan desain tersebut, kesan apa yang anda rasakan?, apakah menurut anda kesan atau konsep yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

disampaikan dari desain tersebut sudah mewakili anggun, *soft*, Gen-Z dan modern?”

Narasumber : “Kalau kesan pertama... hmm... saya malah penasaran sama produknya. Soalnya desainnya nggak terlalu banyak informasi yang bikin penuh, jadi perhatian saya lebih ke foto produknya. Terus... eee... menurut saya konsepnya cukup modern. Kesan anggun sama lembutnya juga masih ada, jadi saya ngebayangin produknya mungkin cocok dipakai buat kerja atau acara tertentu”.

Penulis : “Apakah menurut anda informasi yang disampaikan mudah dibaca, lengkap dan mudah dipahami?”

Narasumber : “Iya, menurut saya cukup jelas. Walaupun saya baru pertama kali lihat brand ini, saya masih bisa ngerti informasi yang disampaikan. Hmm... mungkin karena penyusunannya rapi ya, jadi saya nggak bingung harus lihat bagian mana dulu”.

Penulis : “Dari hal-hal yang sudah saya tanyakan, apakah ada saran atau masukan agar desain lebih menjadi baik lagi?”

Narasumber : “Eee... kalau saya boleh kasih masukan... mungkin bisa ditambah sedikit cerita tentang brand-nya. Soalnya tadi saya jadi penasaran, Alia & Co Fashion ini punya ciri khas apa dibanding brand lain. Hehe... mungkin kalau ada penjelasan singkat atau tagline yang lebih menonjol, orang yang baru pertama kali lihat, kayak saya, jadi lebih tertarik buat cari tahu atau langsung buka media sosialnya”.



Hak Cipta:

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

