



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL JSSS KOPI TIAM
SEBAGAI MEDIA BRANDING**



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

Oleh:

INDIE FADILA PUTRA WARDOYO
2206421032

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Marketing Collateral JSSS Kopi Tiam
Sebagai Media Branding
Penulis : Indie Fadila Putra Wardoyo
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Nabila Fajrina, 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 JSSS KOPI TIAM SEBAGAI MEDIA BRANDING

Oleh:

INDIE FADILA PUTRA WARDOYO

2206421032

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Penguji II

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds

NIP. 19881215201832001

MRR. Tiyas Maheni DK, S.H.,M.H.

NIP. 197608241999032002

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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 di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL JSSS KOPI TIAM SEBAGAI MEDIA BRANDING

Adalah hasil karya saya

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

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Indie Fadila Putra Wardoyo

2206421032



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi branding yang terintegrasi. JSSS Kopi Tiam masih menghadapi permasalahan berupa media branding yang belum terstruktur, ketidakkonsistenan komunikasi visual, serta rendahnya tingkat *brand awareness*, yang ditunjukkan oleh 55,1% dari 107 responden belum mengenal JSSS Kopi Tiam. Penelitian ini bertujuan merancang *marketing collateral* sebagai media branding yang mampu memperkuat identitas visual serta meningkatkan *brand awareness* JSSS Kopi Tiam. Metode yang digunakan meliputi observasi, wawancara, analisis SWOT, penentuan *target audience*, *consumer insight*, *positioning*, *creative brief*, serta pengembangan desain menggunakan pendekatan *Design Thinking*. Hasil perancangan diwujudkan dalam media Instagram Feeds, *standing banner*, *standing mirror*, dan *merchandise* yang menerapkan prinsip-prinsip desain grafis secara konsisten sehingga menghasilkan identitas visual yang terintegrasi. Berdasarkan hasil *testing*, media yang dirancang dinilai mampu memperkuat identitas merek, meningkatkan daya tarik visual, serta berpotensi memperluas jangkauan audiens dan mendukung peningkatan kunjungan serta penjualan JSSS Kopi Tiam.

Kata kunci: *marketing collateral*, branding, identitas visual, *brand awareness*, desain grafis.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The increasing competition in the coffee shop industry requires businesses to implement integrated branding strategies. JSSS Kopi Tiam faces challenges due to unstructured branding media, inconsistent visual communication, and low brand awareness, as indicated by 55.1% of 107 respondents who were unfamiliar with the brand. This study aims to design integrated marketing collateral to strengthen JSSS Kopi Tiam's visual identity and improve its brand awareness. The research employed observation, interviews, SWOT analysis, target audience identification, consumer insight, positioning, creative brief development, and the Design Thinking approach in the design process. The resulting marketing collateral consists of Instagram feeds, a standing banner, a standing mirror, and merchandise, all designed using consistent graphic design principles to create an integrated visual identity. Based on the evaluation results, the proposed designs effectively strengthen the brand identity, enhance visual appeal, and have the potential to expand audience reach while supporting increased customer visits and sales for JSSS Kopi Tiam.

Keywords: *marketing collateral, branding, visual identity, brand awareness, graphic design.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Marketing Kolateral JSSS Kopi Tiam sebagai Media Branding” dapat diselesaikan dengan baik.

Penyusunan laporan ini terlaksana berkat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang telah memberikan arahan, bimbingan, motivasi, serta doa selama proses pelaksanaan penulisan laporan Tugas Akhir hingga penyusunan selesai. Seluruh dukungan tersebut berperan penting dalam membantu penyelesaian laporan secara optimal dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Oleh karena itu, ucapan terima kasih disampaikan kepada seluruh pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam mendukung pelaksanaan kegiatan dan penyusunan laporan Tugas Akhir ini. Semoga segala bantuan dan dukungan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal.

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
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Ketua Program Studi Penerbitan.
4. Nabila Fajrina, M.Si. sebagai dosen pembimbing dari jurusan yang telah membantu dalam pembuatan laporan Tugas Akhir.
5. Rudy L. Schulz, selaku pemilik dari JSSS Kopi Tiam yang sudah mengizinkan dan juga membantu dalam kontribusi pembuatan Tugas Akhir dalam data, meluangkan waktu, dan mempercayakan JSSS Kopi Tiam kepada penulis.



© 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

6. Keluarga tercinta, terutama Papa yang sudah menjadi ayah yang selalu mendukung dalam segi apapun, Mama yang selalu menjadi sumber kekuatan untuk penulis, dan Adik-adik atas dukungan penuh, perhatian hangat, dan doa yang terus diberikan.
7. Teman-teman dari DGB 2022, untuk kebersamaan, kehangatan, solidaritas, dengan dukungan dan apresiasinya.
8. Teman-teman Kantor BIGDONTÉ, yang sudah membantu dengan kebersamaan, dan juga membuat hari menjadi lebih baik.
9. Serta semua pihak yang tidak dapat ditulis dan disebutkan satu per satu, yang selalu mendukung dan membantu dalam segala hal

Dengan segala keterbatasan yang penulis miliki, penulis tentu menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini belum sempurna, baik dari segi konten maupun penyajian. Kritik dan saran yang membangun penulis harapkan sebagai bahan evaluasi dan pembelajaran. Semoga Tugas Akhir ini dapat menjadi sumber informasi yang berguna bagi pembaca, bermanfaat bagi JSSS Kopi Tiam. dan juga memohon maaf atas segala kekurangan yang mungkin ditemukan. Terima kasih.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Indie Fadila Putra Wardoyo



© 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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1. Tujuan.....	4
2. Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penyusunan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Pemasaran.....	8
2.1.1 Pengertian Pemasaran.....	8
2.1.2 Tujuan.....	8
2.1.3 Jenis-Jenis Pemasaran.....	9
2.2 Promosi.....	9
2.2.1 Pengertian Promosi.....	10
2.2.2 Tujuan dan Fungsi Promosi.....	10
2.2.3 Jenis Promosi.....	10
2.2.4 Manfaat Promosi.....	12
2.3 Marketing Collateral.....	12
2.3.1 Standing Mirror.....	13
Gambar 2.1 Standing Mirror.....	13
2.3.2 Banner.....	13
Gambar 2.2 Roll Up Banner.....	14
2.3.3 Merchandise.....	14
Gambar 2.3 Merchandise.....	15
2.4 Teori Desain Grafis.....	15
2.4.1 Tipografi.....	15



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 2.4 Font Serif.....	16
Gambar 2.5 Font Sans Serif.....	17
Gambar 2.6 Font Dekoratif.....	17
Gambar 2.7 Font Slab Serif.....	18
Gambar 2.8 Font Script.....	18
2.4.2 Warna.....	18
Gambar 2.9 Warna Komplementer dan Penerapan.....	19
Gambar 2.10 Warna Analog dan Penerapannya.....	20
Gambar 2.11 Warna Triadik dan Penerapannya.....	21
Gambar 2.12 Warna Split Komplementer dan Penerapannya.....	21
Gambar 2.13 Warna Tetradik dan Penerapannya.....	22
2.4.3 Gambar.....	22
Gambar 2.14 Fotografi.....	23
Gambar 2.15 Ilustrasi.....	24
2.4.4 Layout.....	24
2.4.4 Prinsip Desain.....	26
Gambar 2.16 Contoh Emphasis.....	26
Gambar 2.17 Contoh Harmony.....	27
Gambar 2.18 Contoh Balance.....	28
Gambar 2.19 Contoh Rhythm.....	28
Gambar 2.20 Contoh Proportion.....	29
Gambar 2.21 Contoh Contrast.....	29
Gambar 2.22 Contoh Unity.....	30
2.5 Teori Perancangan.....	30
2.5.1 Moodboard.....	31
Gambar 2.23 Moodboard.....	32
2.5.2 Mindmap.....	32
Gambar 2.24 Mindmap.....	33
BAB III METODE PERANCANGAN.....	34
3.1 Metode Penelitian.....	34
3.2 Data dan Analisis.....	36
3.2.1 Profil Klien.....	36
Gambar 3.1 Logo JSSS KOPI TIAM.....	36
Gambar 3.2 JSSS KOPI TIAM.....	37
3.2.2 Product Knowledge.....	38
3.2.3 Target Audience.....	39
3.2.4 Kompetitor.....	40
Gambar 3.3 Coney Dog Bar.....	41



© 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 3.4 Berkawan Coffee and Burger.....	42
Gambar 3.5 Kopi Cikajang.....	43
3.2.5 Consumer Insight.....	44
3.2.6 Positioning.....	46
Gambar 3.6 Matriks Positioning dengan JSSS dengan Kompetitor....	47
3.2.7 Analisis SWOT.....	48
Tabel 3.1 Matriks SWOT.....	49
3.3 Arahan Kreatif.....	51
Tabel 3.2 Matriks Creative Brief.....	52
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	57
4.1 Konsep Visual.....	57
4.1.1 Mind map.....	57
Gambar 4.1 Mindmap dari JSSS KOPI TIAM.....	57
4.1.2 Mood board.....	58
Gambar 4.2 Moodboard dari JSSS KOPI TIAM.....	58
4.2 Proses Desain.....	59
4.2.1 Alternatif Sketsa.....	59
Gambar 4.3 Sketsa Tema 1 dari JSSS KOPI TIAM.....	60
Gambar 4.4 Sketsa Tema 2 dari JSSS KOPI TIAM.....	60
Gambar 4.5 Sketsa Tema 3 dari JSSS KOPI TIAM.....	61
Gambar 4.6 Sketsa Tema 4 dari JSSS KOPI TIAM.....	61
Gambar 4.7 Sketsa Tema 5 dari JSSS KOPI TIAM.....	62
4.2.2 Alternatif Digitalisasi Komprehensif.....	62
Gambar 4.8 Digitalisasi Komprehensif 1 dari JSSS KOPI TIAM.....	62
Gambar 4.9 Digitalisasi Komprehensif 2 dari JSSS KOPI TIAM.....	63
Gambar 4.10 Digitalisasi Komprehensif 3 dari JSSS KOPI TIAM.....	63
4.2.3 Digitalisasi Desain Terpilih.....	64
Gambar 4.11 Digitalisasi Desain Terpilih dari JSSS KOPI TIAM.....	64
4.2.4 Testing.....	66
Gambar 4.12 Banner sebagai testing.....	66
Tabel 4.1 Tabel jawaban testing.....	67
4.3 Mockup.....	68
Gambar 4.13 Desain terintegrasi JSSS KOPI TIAM dan penerapannya.	68
4.4 Pertimbangan Produksi.....	69
Gambar 4.14 Mockup Standing banner JSSS KOPI TIAM.....	69
Gambar 4.15 Mockup Standing mirror JSSS KOPI TIAM.....	70
Gambar 4.16 Mockup Merchandise tshirt JSSS KOPI TIAM.....	71



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.3.1 Final Art Work.....	72
Gambar 4.17 Instagram Feeds JSSS KOPI TIAM.....	72
Gambar 4.18 Font Superline dan Montserrat.....	73
Gambar 4.19 Standing banner JSSS KOPI TIAM.....	74
Gambar 4.20 Standing mirror JSSS KOPI TIAM.....	75
Gambar 4.21 Merchandise tshirt JSSS KOPI TIAM.....	76
BAB V SIMPULAN.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
DAFTAR REFERENSI.....	80
LAMPIRAN.....	86





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Standing Mirror.....	13
Gambar 2.2 Roll Up Banner.....	14
Gambar 2.3 Merchandise.....	15
Gambar 2.4 Font Serif.....	16
Gambar 2.5 Font Sans Serif.....	17
Gambar 2.6 Font Dekoratif.....	17
Gambar 2.7 Font Slab Serif.....	18
Gambar 2.8 Font Script.....	18
Gambar 2.9 Warna Komplementer dan Penerapan.....	19
Gambar 2.10 Warna Analog dan Penerapannya.....	20
Gambar 2.11 Warna Triadik dan Penerapannya.....	21
Gambar 2.12 Warna Split Komplementer dan Penerapannya.....	21
Gambar 2.13 Warna Tetradik dan Penerapannya.....	22
Gambar 2.14 Fotografi.....	23
Gambar 2.15 Ilustrasi.....	24
Gambar 2.16 Contoh Emphasis.....	26
Gambar 2.17 Contoh Harmony.....	27
Gambar 2.18 Contoh Balance.....	28
Gambar 2.19 Contoh Rhythm.....	28
Gambar 2.20 Contoh Proportion.....	29
Gambar 2.21 Contoh Contrast.....	29
Gambar 2.22 Contoh Unity.....	30
Gambar 2.23 Moodboard.....	32
Gambar 2.24 Mindmap.....	33
Gambar 3.1 Logo JSSS KOPI TIAM.....	36
Gambar 3.2 JSSS KOPI TIAM.....	37
Gambar 3.3 Coney Dog Bar.....	41
Gambar 3.4 Berkawan Coffee and Burger.....	42
Gambar 3.5 Kopi Cikajang.....	43
Gambar 3.6 Matriks Positioning dengan JSSS dengan Kompetitor....	47
Gambar 4.1 Mindmap dari JSSS KOPI TIAM.....	57
Gambar 4.2 Moodboard dari JSSS KOPI TIAM.....	58
Gambar 4.3 Sketsa Tema 1 dari JSSS KOPI TIAM.....	60
Gambar 4.4 Sketsa Tema 2 dari JSSS KOPI TIAM.....	60
Gambar 4.5 Sketsa Tema 3 dari JSSS KOPI TIAM.....	61
Gambar 4.6 Sketsa Tema 4 dari JSSS KOPI TIAM.....	61
Gambar 4.7 Sketsa Tema 5 dari JSSS KOPI TIAM.....	62



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.8 Digitalisasi Komprehensif 1 dari JSSS KOPI TIAM.....	62
Gambar 4.9 Digitalisasi Komprehensif 2 dari JSSS KOPI TIAM.....	63
Gambar 4.10 Digitalisasi Komprehensif 3 dari JSSS KOPI TIAM.....	63
Gambar 4.11 Digitalisasi Desain Terpilih dari JSSS KOPI TIAM.....	64
Gambar 4.12 Banner sebagai testing.....	66
Gambar 4.13 Desain terintegrasi JSSS KOPI TIAM dan penerapannya.	68
Gambar 4.14 Mockup Standing banner JSSS KOPI TIAM.....	69
Gambar 4.15 Mockup Standing mirror JSSS KOPI TIAM.....	70
Gambar 4.16 Mockup Merchandise tshirt JSSS KOPI TIAM.....	71
Gambar 4.17 Instagram Feeds JSSS KOPI TIAM.....	72
Gambar 4.18 Font Superline dan Montserrat.....	73
Gambar 4.19 Standing banner JSSS KOPI TIAM.....	74
Gambar 4.20 Standing mirror JSSS KOPI TIAM.....	75
Gambar 4.21 Merchandise tshirt JSSS KOPI TIAM.....	76

**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 TABEL

Tabel 3.1	Matriks SWOT.....	49
Tabel 3.2	Matriks Creative Brief.....	52
Tabel 4.1	Tabel jawaban testing.....	67





© 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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Transkrip Wawancara
- Lampiran 2: Kuesioner
- Lampiran 3: Dokumentasi Riset
- Lampiran 4: Logbook
- Lampiran 5: Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 6: 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

Coffee shop bagi masyarakat *urban* telah bertransformasi menjadi 'ruang ketiga' (*third place*) multifungsi yang mengintegrasikan aktivitas produktif, interaksi sosial, dan pembentukan identitas gaya hidup modern (Hapsari & Wijaya, 2024). Pertumbuhan *coffee shop* di Jakarta terus meningkat seiring naiknya konsumsi kopi. Data Badan Pusat Statistik (2025) menunjukkan konsumsi kopi domestik mencapai sekitar 1,03 kg per kapita dan terus mengalami kenaikan, yang dipengaruhi oleh meningkatnya konsumsi kopi serta perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan (Zacqualine et al., 2025). Kondisi ini menuntut pelaku usaha *coffee shop* untuk tidak hanya mengandalkan kualitas produk, tetapi juga mampu membangun strategi komunikasi dan *branding* yang efektif guna bersaing di tengah semakin kompetitifnya industri.

Dalam konteks tersebut, Jaya Sentosa Sukses Selalu (JSSS) KOPI TIAM merupakan salah satu *coffee shop* yang berlokasi di kawasan strategis Menteng, Jakarta Pusat. JSSS memposisikan *coffee shop*-nya sebagai ruang berkumpul komunitas otomotif dan pecinta kopi, JSSS KOPI TIAM menginginkan sebuah pencapaian yaitu dapat menjangkau *title coffee shop community shop* yang lebih besar, Akan tetapi, hingga saat ini JSSS KOPI TIAM belum memiliki *media branding* dan promosi yang terstruktur serta terintegrasi.

Berdasarkan hasil observasi awal, media promosi yang tersedia saat ini masih terbatas pada *menu* dan *welcome signage*. Selain itu, pemanfaatan media sosial, khususnya *Instagram*, juga belum selaras dengan media promosi cetak yang ada, yaitu *menu* dan *welcome signage*, sehingga belum mampu mendukung peningkatan jangkauan dan keterlibatan audiens secara optimal. Kondisi ini berdampak pada belum optimalnya *brand touchpoints* dalam membangun kesadaran merek (Robot et al., 2022). Sehingga konsumen yang datang cenderung terbatas pada kelompok yang sama yaitu kelompok otomotif, sementara JSSS memiliki tujuan untuk memperluas jangkauan pasar agar tidak hanya terfokus pada satu komunitas tertentu, melainkan menjangkau audiens komunitas lainnya



© 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

yang lebih beragam, seperti halnya komunitas creative dan creator community. Media promosi yang tidak terstruktur juga berpotensi membatasi jangkauan konsumen di luar komunitas internal serta menghambat upaya ekspansi pasar (Fitriana et al., 2025). Yang dimana, konsistensi komunikasi brand berperan penting dalam memperkuat citra dan meningkatkan efektivitas promosi (Anjorin et al., 2024), serta menurut data yang telah dilakukan dalam bentuk kuesioner sebanyak 55.1% dari 107 responden belum pernah mendengar tentang JSSS KOPI TIAM, yang berarti brand awareness untuk JSSS KOPI TIAM masih terhitung rendah walaupun dalam lokasi yang berada di tengah kota Jakarta.

Selain itu, dengan hal tersebut, penerapan *marketing collateral* yang terintegrasi melalui media cetak dan digital terbukti mampu meningkatkan *brand awareness* serta memperkuat persepsi profesional terhadap merek pada UMKM sektor kuliner (Hasan et al., 2025). Penelitian yang dilakukan oleh Prasloranti & Hartati (2024), menunjukan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan secara konsisten melalui berbagai media, ternyata juga menunjukkan peningkatan kesadaran merek sekaligus keterlibatan audiens di luar komunitas inti. Sebaliknya, tanpa pendekatan promosi yang terintegrasi, *Coffee shop* akan berdampak dan mempunyai resiko memiliki jangkauan brand yang terbatas dan kesulitan menarik segmen konsumen yang lebih luas. Sehingga integrasi media promosi menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas komunikasi brand sekaligus mendorong pertumbuhan usaha melalui hubungan yang lebih kuat dengan konsumen (Christine, 2025). Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menawarkan pembaruan melalui perancangan *marketing collateral* menggunakan pendekatan *design-thinking (user-based)*.

Oleh karena itu, diperlukan perancangan *marketing collateral* yang terintegrasi sebagai bagian dari sistem promosi yang terstruktur, guna mengatasi ketidakkonsistenan media komunikasi serta mengoptimalkan fungsi *brand touchpoints* pada JSSS KOPI TIAM. Perancangan ini difokuskan pada pengembangan media promosi cetak yang selaras dengan media sosial, sehingga mampu memperkuat identitas brand, memperluas jangkauan konsumen di luar

komunitas internal, serta mendukung peningkatan efektivitas komunikasi pemasaran secara menyeluruh.

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada uraian latar belakang tersebut, dapat diidentifikasi sejumlah pokok permasalahan yang menjadi dasar dalam perancangan ini. Permasalahan tersebut kemudian dirumuskan ke dalam beberapa pertanyaan utama sebagai landasan arah pembahasan dan pengembangan solusi.

1. Bagaimana merancang *marketing collateral* JSSS KOPI TIAM sebagai *media branding* yang terstruktur dan terintegrasi antara media cetak dan media sosial *Instagram*?
2. Bagaimana menerapkan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* berupa media promosi cetak, agar lebih jelas, komunikatif.
3. Bagaimana mengimplementasikan *marketing collateral* JSSS Kopi Tiam melalui media seperti *standing mirror*, banner, dan merchandise sebagai sarana branding yang mampu menjangkau konsumen di luar komunitas internal serta meningkatkan kunjungan dari para target audiens?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan dalam perancangan ini terarah dan tidak melebar dari tujuan utama, maka batasan ruang lingkup penelitian perlu ditetapkan secara jelas. Adapun batasan tersebut dirumuskan sebagai berikut:

1. Perancangan difokuskan pada pengembangan *marketing collateral* sebagai media branding JSSS KOPI TIAM yang mencakup *standing mirror*, banner, merchandise. Selain itu, dilakukan penyelarasan konsep visual dengan media sosial *Instagram* untuk menciptakan integrasi komunikasi promosi. Perancangan ini dibatasi pada tahap konseptual dan desain, tanpa mencakup proses produksi atau pencetakan fisik.
2. Perancangan ini menggunakan landasan teori desain komunikasi visual dan strategi promosi yang meliputi konsep *marketing collateral*, prinsip tata letak (*layout*), tipografi, warna, serta strategi integrasi antara media

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

3. Perancangan dibatasi pada pengembangan konsep visual dan implementasi desain pada media *Instagram Feeds, standing banner, standing mirror*, dan *merchandise* sebagai satu kesatuan *marketing collateral*. Perancangan tidak mencakup pengembangan identitas merek baru, seperti perubahan logo, nama merek, maupun strategi pemasaran di luar media yang dirancang.
4. Evaluasi perancangan dilakukan melalui tahap *testing* terhadap responden untuk memperoleh umpan balik mengenai aspek visual, keterbacaan, daya tarik, dan kesesuaian desain dengan tujuan *branding*. Evaluasi ini tidak mencakup pengukuran dampak implementasi terhadap peningkatan penjualan, loyalitas pelanggan, maupun efektivitas pemasaran setelah media diterapkan secara nyata.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat perancangan disusun sebagai acuan dalam pelaksanaan penelitian, baik untuk menjawab permasalahan yang telah dirumuskan maupun memberikan kontribusi secara praktis dan akademis. Adapun tujuan dan manfaat perancangan dijelaskan sebagai berikut.

1. Tujuan

- a. Merancang *marketing collateral* JSSS KOPI TIAM sebagai media branding yang terstruktur dan terintegrasi antara media cetak dan media sosial Instagram, sehingga tercipta keselarasan visual dan komunikasi sebagai satu kesatuan strategi promosi.
- b. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* menjadi lebih jelas, komunikatif, dan efektif dalam menjangkau target.
- c. Mengimplementasikan *marketing collateral* berupa *standing mirror*, *banner*, dan *merchandise* sebagai media branding yang mampu memperluas jangkauan pasar, tidak hanya terbatas pada komunitas

internal, tetapi juga dapat menarik konsumen baru serta meningkatkan potensi kunjungan dari para target audiens

2. Manfaat

- a. **Praktis:** Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi klien, yaitu sebagai fondasi media promosi yang lebih terarah dan konsisten sehingga mampu meningkatkan daya tarik usaha, memperluas segmentasi konsumen, serta memperkuat posisi JSSS KOPI TIAM dalam persaingan pasar.
- b. **Manfaat Teoritis:** Perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat teoritis sebagai referensi akademik dalam bidang desain grafis, khususnya terkait perancangan marketing collateral serta integrasi promosi antara media cetak dan media sosial pada usaha kuliner skala UMKM. Selain itu, perancangan ini juga menjadi sarana penerapan teori dan keterampilan desain ke dalam proyek yang bersifat nyata dan aplikatif, serta memenuhi salah satu persyaratan kelulusan akademik Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis.

1.5 Sistematika Penyusunan

Untuk mempermudah proses penyusunan dan pemahaman, tugas akhir ini disusun dengan mengikuti sistematika penulisan yang terstruktur dan runtut sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang perancangan marketing collateral untuk JSSS KOPI TIAM yang dilandasi oleh perkembangan industri coffee shop serta kondisi promosi yang belum terstruktur dan terintegrasi. Pembahasan mencakup rumusan masalah dan batasan agar perancangan tetap terarah, dengan tujuan membangun sistem promosi terpadu melalui pengembangan media cetak seperti banner, standing mirror, dan merchandise yang selaras dengan media sosial Instagram, dengan

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

fokus pada perencanaan dan pengembangan konsep visual yang konsisten dan strategis.

BAB 2

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas kajian teoretis mengenai desain grafis dan ilmu pendukung lainnya sebagai landasan dalam perancangan karya Tugas Akhir, yang disusun secara sistematis, runtut, dan relevan dengan permasalahan yang diangkat, serta mencakup teori metode riset desain sebagai acuan dalam pengumpulan dan pengolahan data, sehingga menjadi pijakan konseptual yang kuat dan terarah dalam menghasilkan solusi desain.

BAB 3

METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas metode perancangan yang digunakan dalam pembuatan karya Tugas Akhir, meliputi pendekatan perancangan, teknik pengumpulan data, serta metode analisis untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan desain, yang disusun secara sistematis dari tahap awal hingga menghasilkan solusi desain, sehingga menjadi pedoman dalam menghasilkan karya yang terarah, efektif, dan sesuai dengan tujuan perancangan.

BAB 4

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini membahas hasil implementasi dari proses perancangan yang telah dilakukan, meliputi pengembangan konsep visual, proses eksplorasi dan pengembangan desain, pengujian desain, penerapan desain ke dalam berbagai media melalui *mockup*, pertimbangan aspek produksi, hingga penyusunan *final artwork*. Seluruh tahapan disusun secara sistematis untuk menunjukkan keterkaitan antara konsep, proses kreatif, dan hasil akhir perancangan, sehingga menghasilkan media branding yang konsisten, komunikatif, dan sesuai dengan tujuan perancangan.



BAB 5

SIMPULAN

Bab ini membahas simpulan yang diperoleh berdasarkan seluruh proses perancangan dan hasil pembahasan yang telah dilakukan, serta memuat saran sebagai rekomendasi untuk pengembangan karya maupun implementasi desain pada masa mendatang. Penyajian bab ini disusun secara sistematis sebagai bentuk evaluasi akhir terhadap pencapaian tujuan perancangan, sehingga dapat memberikan manfaat bagi pengembangan akademis maupun praktik perancangan desain grafis.



Hak Cipta :

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

BAB V SIMPULAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan, implementasi, dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan *marketing collateral* JSSS KOPI TIAM berhasil menghasilkan sistem media branding yang terstruktur dan terintegrasi antara media cetak dengan media sosial Instagram. Proses perancangan diawali melalui tahapan observasi, wawancara, analisis SWOT, penentuan *target audience*, *consumer insight*, *positioning*, hingga penyusunan *creative brief* sebagai landasan dalam menyusun konsep visual. Konsep tersebut kemudian diimplementasikan secara konsisten ke dalam berbagai media promosi sehingga membentuk identitas visual yang saling terhubung, memperkuat komunikasi merek, serta menciptakan pengalaman visual yang seragam pada setiap *brand touchpoint*.

Dalam proses perancangan, teori desain grafis diterapkan melalui penggunaan tipografi, warna, ilustrasi, *layout*, serta prinsip-prinsip desain seperti *emphasis*, *harmony*, *balance*, *rhythm*, dan *unity*. Penerapan teori tersebut menghasilkan media promosi yang komunikatif, mudah dipahami, serta memiliki daya tarik visual yang kuat. Konsep ilustrasi bergaya *hand-drawn* yang dipadukan dengan elemen *puzzle*, *anyaman*, dan *connected* mampu merepresentasikan karakter JSSS KOPI TIAM sebagai *coffee shop* yang hangat, ramah, dan berorientasi pada komunitas. Hasil *testing* juga menunjukkan bahwa desain dinilai mampu menampilkan identitas merek secara konsisten, menarik perhatian audiens, serta mudah dikenali, meskipun masih terdapat beberapa masukan terkait ukuran logo, keterbacaan teks, dan kualitas hasil cetak yang dapat menjadi bahan penyempurnaan pada tahap implementasi.

Implementasi *marketing collateral* diwujudkan melalui media Instagram Feeds, *standing banner*, *standing mirror*, dan *merchandise* berupa *t-shirt*, yang masing-masing memiliki fungsi berbeda namun saling melengkapi dalam mendukung aktivitas branding. Instagram berperan memperkuat kehadiran digital, *standing banner* berfungsi menarik perhatian pengunjung di area *coffee shop*,

Hak Cipta :

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

standing mirror menciptakan pengalaman interaktif yang mendorong konsumen membagikan konten di media sosial, sedangkan *merchandise* memperluas eksposur merek melalui penggunaan sehari-hari. Berdasarkan hasil *testing* terhadap responden, rangkaian media tersebut dinilai mampu meningkatkan ketertarikan terhadap JSSS KOPI TIAM serta berpotensi memperluas jangkauan audiens di luar komunitas internal.

Oleh karena itu, perancangan *marketing collateral* ini diharapkan dapat mendukung peningkatan *brand awareness*, memperkuat citra merek, serta memberikan kontribusi terhadap peningkatan kunjungan dan potensi penjualan JSSS KOPI TIAM.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi JSSS KOPI TIAM maupun penelitian selanjutnya.

Bagi JSSS KOPI TIAM, disarankan untuk mengimplementasikan seluruh media *marketing collateral* yang telah dirancang secara konsisten, baik pada media cetak maupun media digital. Konsistensi penggunaan identitas visual pada setiap media promosi diharapkan mampu memperkuat citra merek, meningkatkan *brand awareness*, serta menciptakan pengalaman visual yang lebih baik bagi konsumen. Selain itu, evaluasi terhadap efektivitas media yang telah diterapkan juga perlu dilakukan secara berkala, misalnya melalui pengamatan terhadap peningkatan interaksi media sosial, jumlah pengunjung, maupun tanggapan konsumen, sehingga media yang digunakan dapat terus disempurnakan sesuai kebutuhan.

Bagi peneliti atau perancang selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan melakukan implementasi secara langsung terhadap seluruh media yang telah dirancang dan mengukur efektivitasnya menggunakan metode kuantitatif maupun kualitatif. Penelitian berikutnya juga dapat memperluas cakupan *marketing collateral* dengan menambahkan media promosi lainnya, seperti kemasan produk, *signage*, menu, maupun media digital interaktif, sehingga tercipta sistem branding yang lebih komprehensif dan mampu memberikan

dampak yang lebih optimal terhadap peningkatan brand awareness maupun loyalitas pelanggan.



© 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



DAFTAR REFERENSI

- Adila, W., & Subari, S. (2024). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat STIA LK (PESAT)*, 3(1), 162–166.
- Amirullah, F., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis Resepsi Masyarakat Terhadap Desain Grafis pada Billboard Kampanye Program Pemerintah Daerah. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 12. <https://doi.org/10.47134/dkv.v1i1.2621>
- Andeska, N., Ghifari, M., & Yuda, R. (2024). Perancangan Merchandise Sebagai Media Promosi Isbi Aceh Berbasis Ornament Aceh. *DESKOVI: Art and Design Journal*, 7(2), 159–166. <https://doi.org/10.51804/deskovi.v7i2.15231>
- Anggarini, A., & Pramesti, R. D. (2025). *PENGEMBANGAN METODE KREATIF: INTEGRASI MIND MAP DAN MOOD BOARD DALAM PEMECAHAN MASALAH DESAIN GRAFIS*.
- Anggelina, R. T. (2022). Analisis Pengaruh Periklanan Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Business and Entrepreneurship Journal (BEJ)*, 2(2). <https://doi.org/10.57084/bej.v2i2.771>
- Antonio, A., Lazarusli, I. A., Lukas, S., & Widjaja, P. (2021). Feature Addition to the Color Harmonization Application in Two Dimensional Image. *INFORMATION SYSTEM DEVELOPMENT*, 6(2).
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2021). *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective*. McGraw-Hill Education.
- Budiarta, I. G. M., Witari, N. N. S., & Sutrisno, L. B. (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>
- Chairiyah, U., & Achmad, F. (2022). Pengaruh Komunikasi Visual Desain Grafis Buku Mizan Terhadap Minat Baca Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(1), 53–67. <https://doi.org/10.15642/jik.2022.12.1.53-67>

Hak Cipta :

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

- Chaniago, E. A., & Ariyani, N. (2023). Marketing Management's View of Integrated Marketing Communications. *Journal of Social Research*, 2(2), 589–595. <https://doi.org/10.55324/josr.v2i2.668>
- Christine, J. (2025, May 15). *Pengaruh Branding dan Pemasaran Digital Terhadap Perkembangan UMKM | Jurnal Vicidi*. <https://journal.uc.ac.id/index.php/vicidi/article/view/5243?>
- Devita, M., & Kania, D. (2022). Customer Engagement of the Coffee Shop during Covid-19 Pandemic: Study on Anomali Coffee's Instagram. *Jobmark: Journal of Branding and Marketing Communication*, 3(2), 112–123. <https://doi.org/10.36782/jobmark.v2i1.49>
- Dewi, A. P., & Valentina, A. (2026). Perancangan Komunikasi Visual Event Collateral Berbasis Tema pada Perusahaan yang Bergerak di Industri Golf. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 26(1), 56–66. <https://doi.org/10.9744/nirmana.26.1.56-66>
- Dewi, G. A. N. S. K. P., Dewi, A. K., & Putraka, A. N. A. (2022). STRATEGI DAN PENERAPAN DESAIN KONTEN MARKETING DI INSTAGRAM SEBAGAI BRAND AWARENESS JEALOUS BEAUTY SOLUTION. *VISWA DESIGN: Journal of Design*, 2(1), 15–24. <https://doi.org/10.59997/vide.v2i1.1584>
- Emily, J., & Valentina, A. (2023). DESAIN GRAFIS UNTUK MENINGKATKAN TAMPILAN INSTAGRAM FEEDS PRODUK AKSESORIS MOTOR BRAND H. *Jurnal Serina Sosial Humaniora*, 1(3), 195–204. <https://doi.org/10.24912/jssh.v1i3.28526>
- Ervandi, M. Z. (2021). Pengaruh Personal Selling dan Direct Marketing terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Thai Tea di Surabaya. *PERFORMA*, 6(2), 152–161. <https://doi.org/10.37715/jp.v6i2.2075>
- Fitriana, M. C., Supron, S., Hidayat, I., Nofiana, T., Sukandar, R. S., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(6), 3036–3042. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i6.2909>

Hak Cipta :

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

- Hanifah, S. N., & Anggraini, R. R. (2025). Pengaruh Promosi dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Indodimsum Tangerang Selatan. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 2(1), 95–102. <https://doi.org/10.70451/cakrawala.v2i1.313>
- Hapsari, Z. R., & Wijaya, A. (2024). Coffee shop dan gaya hidup mahasiswa perkotaan. *Journal of Youth and Outdoor Activities*, 1(2), 75–90. <https://doi.org/10.61511/jyoa.v1i2.2024.1139>
- Hasan, G., Gilbert, K., Celline, Jolyn, & Calvin. (2025). Penerapan Integrated Marketing Communication (IMC) melalui Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Brand Awareness pada UMKM Fortune Pao di Kota Batam. *Jurnal Relevansi: Ekonomi, Manajemen dan Bisnis*, 9(2), 218–236. <https://doi.org/10.61401/relevansi.v9i2.321>
- Hasanah, H. S., Koeswandi, T., & Rachmani, N. N. (2026). *Brand Awareness and Its Impact on Purchase Decisions for K-Pop Merchandise on Weverse Shop*. 5(1).
- Hilmiah, M., & Arifin, S. (2025). *Mind Mapping: Strategi Pembelajaran untuk Meningkatkan Pemahaman dan Daya Kreatif Siswa*.
- Jhona Boy Erwinta Sembiring & Sri Rezeki. (2025). Analisis Pengaruh Penjualan Personal dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Produk pada UD Kembar Fashion di Kecamatan Tigapanah, Kabupaten Karo. *Jurnal Ekonomi, Manajemen Pariwisata dan Perhotelan*, 4(3), 753–773. <https://doi.org/10.55606/jempper.v4i3.5220>
- Kikelomo Fadilat Anjorin, Mustafa Ayobami Raji, & Hameedat Bukola Olodo. (2024). The influence of social media marketing on consumer behavior in the retail industry: A comprehensive review. *International Journal of Management & Entrepreneurship Research*, 6(5), 1547–1580. <https://doi.org/10.51594/ijmer.v6i5.1123>
- Kusmawati, D. F., & Dermawan, R. (2025). Penggunaan Logo dan Banner sebagai Strategi Peningkatan Kesadaran Merek pada Umkm Mom's Desy Kitchen. *Jurnal Peduli Masyarakat*, 7(2), 47–54. <https://doi.org/10.37287/jpm.v7i2.5262>

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

- Marlina, S. (2025). *Eksplorasi Desain Grafis Digital dalam Industri Kreatif Modern*. 1(1).
- Mirza, I. M. M. (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>
- Nafiah, A., Hery, A., & Kusumawardani, H. (2021). Evaluasi Penggunaan Model Pembelajaran Mind Mapping pada Mata Kuliah Desain Ilustrasi. *Jurnal Inovasi Teknologi Dan Edukasi Teknik*, 1(5), 366–371. <https://doi.org/10.17977/UM068v1n5p366-371>
- Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). *Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. 1(1).
- Pattiasina, K. A., Inayatuzzahra, S., Aulia, R. C., Tamara, P. S., Fadila, N. N., & Wiharsono, G. (2024). Pengaruh Personal Selling terhadap Keputusan Pembelian Produk Kue. *Jurnal Pariwisata Bisnis Digital dan Manajemen*, 3(1), 51–59. <https://doi.org/10.33480/jasdim.v3i1.5123>
- Prasetyo, S. M., Sanira, H., Ismiyati, D., & Karim, M. S. (2022). *Desain Grafis sebagai Media Ungkap Periklanan*. 01(6).
- Prasloranti, Z., & Hartati, S. (2024). *Cafe Marketing Strategy in Indonesia to Increase Brand Awareness | Prasloranti | Journal of Business Management Education (JBME)*. https://ejournal.upi.edu/index.php/JBME/article/view/76687?utm_source=
- Puspaningrum, M. D., Lukitasari, E. H., & Wibowo, Y. (2025). Desain layout untuk majalah sekolah digital di SMKN Jenawi Karanganyar. *Jurnal Desain*, 12(2), 429–451. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i2.24021>
- Radhitanti, A. (2023). *Komposisi Elemen Grafis pada Produk Kreatif dalam Membangun Identitas Visual Jenama (Studi Kasus: Produk Aksesoris “Tulisan”)*.
- Ramadhan, P., Wahyuni, S., & Putra, R. R. (2025). Metode Design Thinking Dalam Design UI/UX Web Profile Maka Studio Berbasis Prototype.

Jurnal Minfo Polgan, 14(2), 1541–1549.
<https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15063>

Reyvina, R., Reyvina, R., & Tjokrosaputro, M. (2024). THE EFFECT OF SOCIAL MEDIA MARKETING ON AWARENESS AND BRAND IMAGE OF LOCAL FASHION THROUGH CONSUMER BRAND ENGAGEMENT. *International Journal of Application on Economics and Business*, 2(2), 3417–3429. <https://doi.org/10.24912/ijaeb.v2i2.3417-3429>

Robot, V. E., Moniharapon, S., & Loindong, S. S. R. (2022). Pengaruh atmosfir kafe dan kualitas layanan terhadap keputusan berkunjung konsumen pada Kafe Kedai Garasi Inspirasi Kecamatan Langowan. *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(2), 827–837. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i2.39471>

Sakdiyah, V. A. N., Sulistiyarningsih, L., Kumaeroh, S. U., & Mashudi, M. (2025). Dimensi Hubungan Masyarakat Dalam Manajemen Pemasaran Lembaga Pendidikan Islam. *Journal of Academic Pedagogy*, 1(1), 9–19. <https://doi.org/10.61105/jap.v1i1.173>

Salman, S., & Sholihah, D. D. (2024). Pemanfaatan Desain Banner Guna Meningkatkan Ketertarikan Konsumen Pada UMKM Kelurahan Gunung Anyar Tambak. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179–2184. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>

Sampurna, & Priyono. (2025, January 13). *Tipografi sebagai Elemen Kunci dalam Desain Komunikasi Visual – UNIKOM*. <https://web.unikom.ac.id/tipografi-sebagai-elemen-kunci-dalam-desain-komunikasi-visual/>

Santoso, A. D. T., & Sugito, S. (2025). Meningkatkan Efektivitas Pemasaran Melalui Desain Banner UMKM Warkop Warung Ijo Di Kelurahan Sumber Rejo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Nusantara*, 6(1), 1446–1450. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v6i1.5323>

Setiawan, H., & Kartono, G. (2021). Analisis Penerapan Prinsip Layout, Tipografi, Warna, dan Gambar Pada Sampul Majalah “Dinamika. *Journal*

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

- of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS), 4(1), 321–329.
<https://doi.org/10.34007/jehss.v4i1.660>
- Simangunsong, K. B. A. & Pu Arifianto. (2024). Penerapan Desain Grafis sebagai Media Promosi bagi PT. Colar Creativ Industri Bagian Colar Living. *SYNAKARYA - Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 69–84.
<https://doi.org/10.33005/synakarya.v5i1.121>
- Sudirman, A., Ratih, S. D., Manggabarani, A. S., Soegoto, A. S., Ratnasari, K., Burhanudin, J., Sari, P. N., Mardianto, D., Nugroho, H., Kesuma, T. M., Amin, M. A. N., Isabella, A. A., & Utami, M. M. (2022). *Manajemen Pemasaran Kontemporer*. CV WIDINA MEDIA UTAMA.
<https://repository.penerbitwidina.com/publications/553220/>
- Sundara, G., & Pratama, A. R. (2025). Perancangan furnitur standing mirror multifungsi bergaya minimalis. *Jurnal Desain*, 12(3), 766.
<https://doi.org/10.30998/jd.v12i3.29020>
- Widyawati, S., Fasa, M. I., & Suharto. (2022). Analisis Strategi Promosi Terhadap Pengembangan Produk Perbankan Syariah. *Jurnal Ekonomi Bisnis, Manajemen Dan Akuntansi*, 1(3), 355–368.
<https://doi.org/10.61930/jebmak.v1i3.25>
- Wildan, A., Az-Zahra, D. F., Rahmah, S., Budiman, S. A., Husain, R. A.-K., & Chodijah, S. (n.d.). *Pemanfaatan Media Banner sebagai Sarana Promosi Efektif bagi UMKM di Desa Cicalengka Wetan*.
- Wildan, M., Prawiro, J. W. H., & Sanjaya, R. D. (2025). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Brand Awareness Kafe Cangopi. *Jurnal Pariwisata dan Perhotelan*, 2(2). <https://doi.org/10.47134/pjpp.v2i2.3500>
- Yoebrilanti, A., & Dugarri, A. O. (2024). *Pengaruh Promosi Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Marketplace Indonesia*.
- Zacqualine, V., Tania, A., Yaputra, H., Tanjaya, S., & Tambunan, V. (2025). The Influence of Perceived Value in the Coffee Shop Industry in Jakarta on Customer Loyalty. *Jurnal Visi Manajemen*, 11, 344–358.
<https://doi.org/10.56910/jvm.v11i3.844>

LAMPIRAN

1. Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara bersama Rudy L. Schulz (*Owner* dari JSSS KOPI TIAM)

I : “Selamat Malam Om Rudy, sebelumnya saya mau tanya-tanya seputar JSSS KOPI TIAM ini, boleh ya om?”

R : “Oh boleh-boleh, jadi gimana?”

I : “Iya om, jadi saya izin meminta JSSS KOPI TIAM sebagai sumber untuk penelitian Tugas Akhir saya, perihalnya ke *marketing collateral*, semacam desain integrasi gitu om antara media sosial dan juga media cetak, kira-kira aman ngga ya om?”

R : “Ohh boleh-boleh banget, nanti kalau ada perlu apa-apa infoin saja yaa”

I : “Terimakasih banyak sebelumnya om, kira-kira JSSS KOPI TIAM ini berdiri sejak kapan ya om, dan kira-kira apa yang mendorong om buat membangun JSSS KOPI TIAM ini?”

R : “Untuk berdiri sih sejak Desember 2025 yaa, untuk dorongan sih lebih karena mau bentuk sebuah wadah teman-teman saya, orang lain, agar bisa berkumpul disini tanpa memandang status atau apapun itu, *so people will feel free around here.*”

I : “Baik, tetapi kira-kira ada keinginan ngga sih om untuk ekspansi *customer* agar bisa lebih luas lagi segmentasinya?”

R : “Oh tentu ada, namun karena kami masih baru buka juga, walaupun kita berada di tengah Jakarta ini, tapi saya merasa *brand awareness* kita masih kurang banget.”

I : “Memangnya ada keinginan seperti apa om segmentasi yang dicari?”

R : “Untuk itu sih masih bebas ya, orang siapapun boleh banget kesini, tapi kalau untuk ngomongin soal komunitas, disini biasa untuk kumpul anak-anak motor, tapi saya mau coba ekspansi ke hal lain, orang lain yang lewat, anak-anak muda yang senang nongkrong, dan juga mungkin bisa juga komunitas atau para konten

Hak Cipta :

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

kreator kesini, sepertinya bisa juga ngebuat *brand awareness* naik dari promosi mereka.”

I : “Paham om, saya lihat juga disini kan *homey*, dan *communal* banget yaa, kira-kira ada hal yang perlu saya tambahkan yang wajib ngga sih om ke desain JSSS KOPI TIAM?”

R: “Ohh benar, disini *homey* banget memang, kalau untuk itu sih saya serahkan ke kamu yaa, sebisa mungkin ada nama JSSS KOPI TIAM atau logonya sih, *it will be fine i guess.*”

I : “Baik om, untuk itu saya akan coba untuk berkabar dan progress ke om yaa untuk ini, semoga bisa jadi solusi baik untuk meningkatkan *brand awareness* dari JSSS KOPI TIAM”

R :”Siap, berkabar dan sering-sering main kesini ya Ndie, *thank you.*”

Transkrip wawancara dengan responden

Untuk pertanyaan sendiri seputar dengan apakah sudah mengetahui JSSS KOPI TIAM sebelumnya, dan juga menjelaskan creative brief dan gambaran dari tone and manner JSSS KOPI TIAM itu sendiri kepada 10 responden.

1. Amanda, 20 Tahun, gemar ke coffee shop, dan hangout, mengatakan bahwa untuk secara visual sudah cukup menjelaskan, elemen terlihat dengan jelas, dan juga teks terbaca dengan baik, material *banner* sudah cukup baik, namun bisa ditingkatkan lagi untuk resolusinya agar lebih baik, untuk sosial media, merchandise, dan standing mirror dari mockup digital sudah baik, dan tidak membingungkan.
2. Viskha, 20 Tahun, pekerja, gemar ke coffee shop dan juga hangout, mengatakan hal yang kurang lebih sama, visual sudah cukup baik dan sama dengan creative brief serta tone and manner, namun komentarnya adalah logo bisa dibesarkan sedikit, agar jelas kalau *banner* ini adalah

kepemilikan dari JSSS KOPI TIAM, untuk media sosial juga sama, bisa sedikit dibesarkan layoutnya dan dibuat *high quality*.

3. Rivan, 22 Tahun, pekerja di roastery coffee bean, menyukai kopi, mengatakan sudah baik, cukup jelas, lebih banyak komentar di *standing mirror* dengan *feedback* yang positif, yaitu merasa akan bagus dan baik jika difoto, *mirror selfie*, untuk media lain sudah cukup tepat penjelasan dan merasa *sense* dari *coffee shop* yang *communal* bisa dirasakan.
4. Chendy, 22 Tahun, tidak begitu familiar dengan *coffee shop*, namun mengatakan dari sudut pandang awam, ini desain yang baik, so-so, pesannya tersampaikan dengan jelas, dan terlihat satu konsep ini terlihat terintegrasi.
5. Nada, 27 Tahun, pekerja kantoran kreatif, gemar mengunjungi coffee shop untuk mengerjakan pekerjaan dan bersantai, mengatakan bahwa desain secara keseluruhan sudah menarik dan terlihat konsisten pada seluruh media. Ilustrasi memberikan kesan yang hangat dan sesuai dengan suasana coffee shop. Menurutnya informasi sudah mudah dipahami, namun ukuran beberapa teks pendukung pada banner dapat sedikit diperbesar agar lebih mudah dibaca dari jarak yang lebih jauh.
6. Farhan, 24 Tahun, pekerja, sering mengunjungi coffee shop bersama teman, mengatakan bahwa konsep visual sudah sesuai dengan *creative brief* dan mempunyai identitas yang kuat. Seluruh media terlihat saling terhubung sehingga memberikan kesan branding yang konsisten. Masukan yang diberikan yaitu kualitas hasil cetak pada banner dapat dibuat dengan resolusi yang lebih tinggi agar detail ilustrasi terlihat semakin tajam.
7. Ramdan 23 Tahun, video editor, menyukai konten visual di media sosial, mengatakan bahwa desain Instagram feeds terlihat menarik dan

Hak Cipta :

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

mempunyai komposisi yang baik. Penggunaan ilustrasi membuat konten terasa lebih hidup dan tidak monoton. Menurutnya hanya beberapa teks informasi pada feeds dapat dibuat sedikit lebih besar agar tetap nyaman dibaca ketika dilihat melalui layar ponsel.

8. Acha, 27 Tahun, pekerja, gemar mengunjungi coffee shop untuk bekerja, mengatakan bahwa keseluruhan desain sudah mampu memberikan kesan coffee shop yang hangat dan nyaman. Standing mirror menjadi media yang paling menarik karena dapat menjadi spot foto bagi pengunjung. Secara keseluruhan sudah baik, hanya jarak antar beberapa elemen teks dapat dibuat sedikit lebih lega agar informasi terlihat lebih rapi.
9. Lala, 27 Tahun, konten kreator, gemar mencoba coffee shop baru, mengatakan bahwa desain memiliki karakter yang kuat dan berbeda dari kebanyakan coffee shop. Warna yang digunakan juga terasa konsisten di seluruh media sehingga terlihat sebagai satu kesatuan konsep. Menurutnya hanya beberapa ilustrasi kecil dapat dibuat sedikit lebih kontras agar tetap terlihat jelas ketika dicetak dalam ukuran besar.
10. Dani, 26 Tahun, designer, menyukai kopi dan suasana coffee shop, mengatakan bahwa keseluruhan media sudah komunikatif dan mudah dipahami. Banner, standing mirror, hingga merchandise terlihat saling melengkapi sebagai media branding. Saran yang diberikan yaitu ukuran informasi akun media sosial dapat sedikit diperbesar agar lebih mudah ditemukan oleh pengunjung JSSS KOPI TIAM.



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

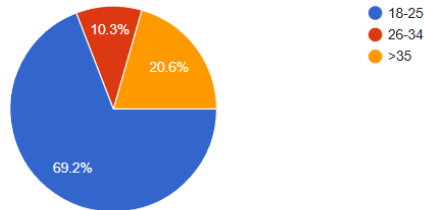
Kuesioner

Hak Cipta :

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

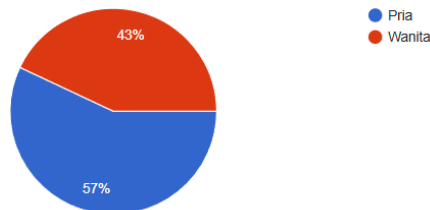
Usia Anda saat ini
107 responses

[Copy chart](#)



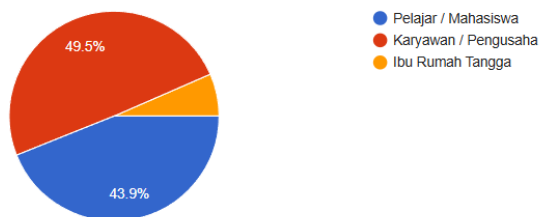
Jenis Kelamin
107 responses

[Copy chart](#)



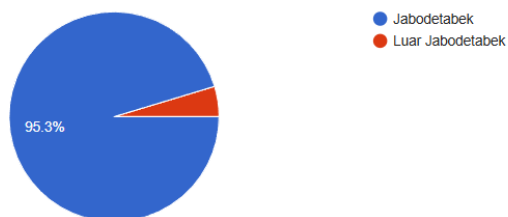
Pekerjaan / Profesi
107 responses

[Copy chart](#)



Domisili
107 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

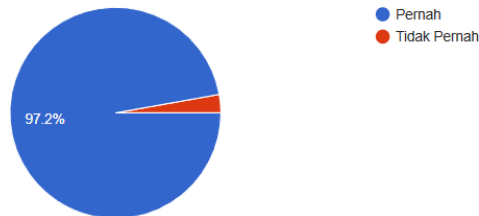
Hak Cipta :

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

Apakah Anda pernah membeli Kopi secara langsung di *Coffee Shop* dan *Hangout*?

107 responses

[Copy chart](#)

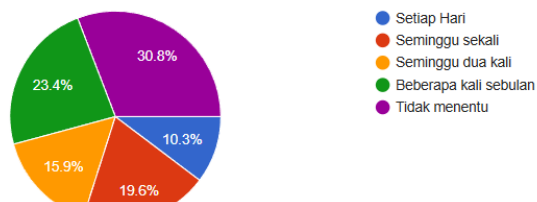


Mohon kesediaannya untuk membaca setiap pertanyaan dengan cermat, kemudian memberikan jawaban yang sesuai dengan pengalaman dan pandangan Anda.

Seberapa sering anda ke *Coffee Shop*?

107 responses

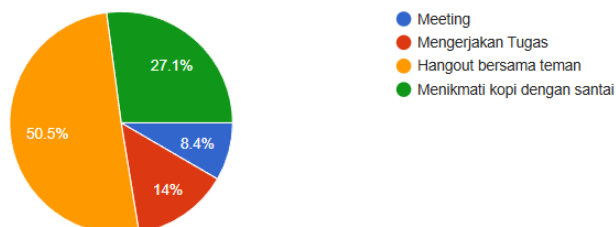
[Copy chart](#)



Apa alasan utama Anda datang ke *Coffee Shop*?

107 responses

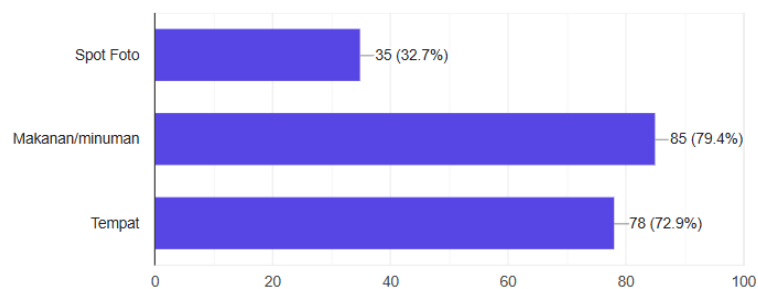
[Copy chart](#)



Apa yang paling menarik dari sebuah *Coffee Shop* menurut Anda? (Jawaban bisa dipilih lebih dari satu)

107 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

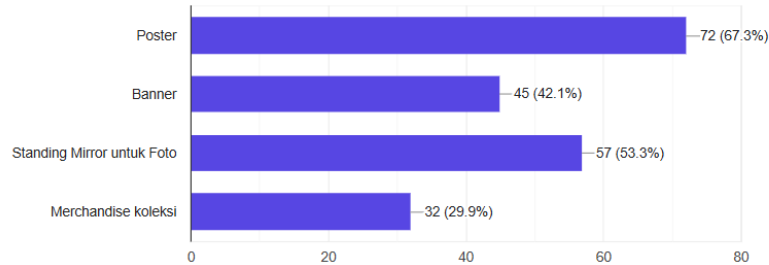
Hak Cipta :

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

Apa yang biasa anda lihat untuk media promosi interaktif di sebuah *Coffee Shop*? (Jawaban bisa dipilih lebih dari satu)

[Copy chart](#)

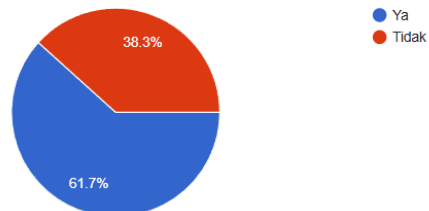
107 responses



Apakah Anda akan selalu membagikan foto *Coffee Shop* yang Anda kunjungi ke Story Instagram Anda?

[Copy chart](#)

107 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

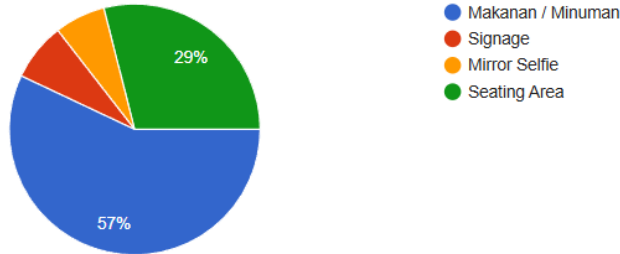
Hak Cipta :

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 apa yang biasanya Anda bagikan ke Instagram jika sedang berada di sebuah *Coffee Shop*?

107 responses

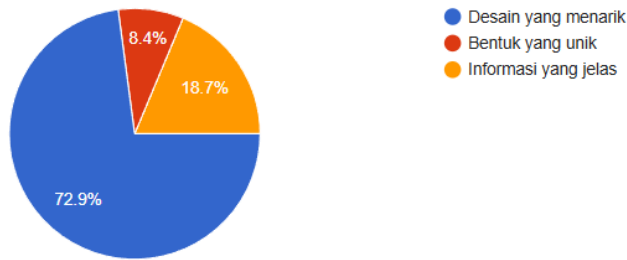
[Copy chart](#)



Apa yang anda sukai secara visual dari media promosi interaktif dari sebuah *Coffee Shop*?

107 responses

[Copy chart](#)



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Mohon kesediaan Anda untuk membaca setiap pernyataan dengan cermat, kemudian memilih jawaban yang paling sesuai dengan pengalaman serta pandangan Anda.

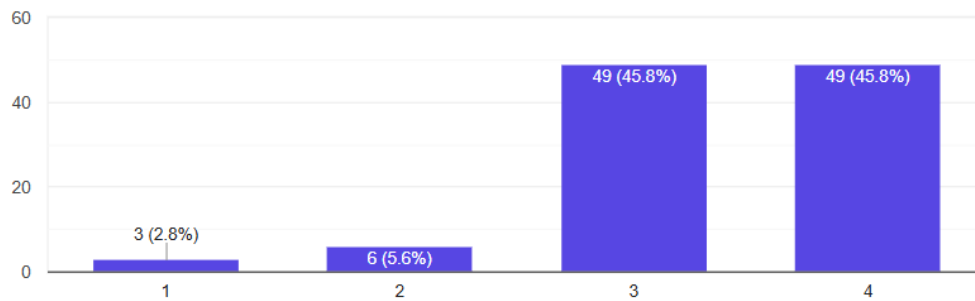
Skala Penilaian:

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Setuju
- 4 = Sangat Setuju

Saya memperhatikan banner atau poster saat berada di coffee shop.

[Copy chart](#)

107 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

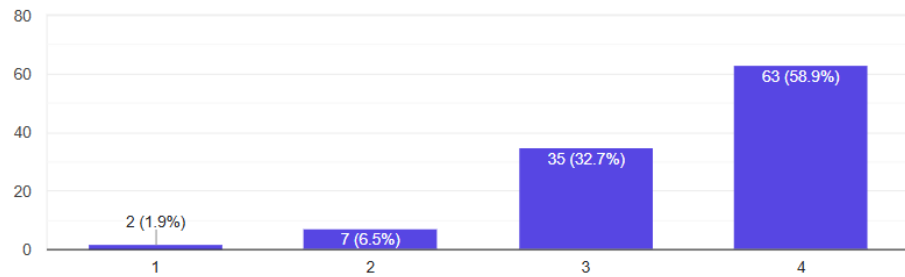
Hak Cipta :

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

Tampilan visual coffee shop mempengaruhi keinginan saya untuk berfoto.

[Copy chart](#)

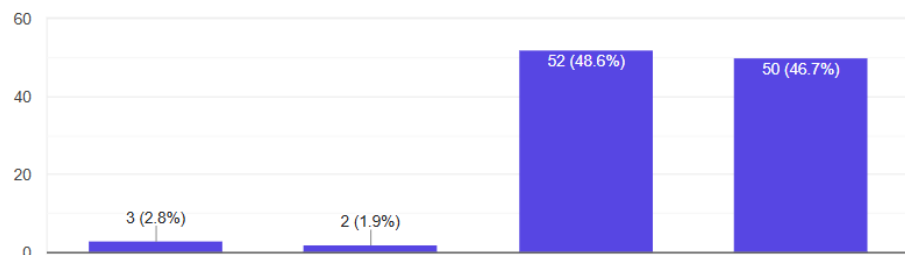
107 responses



Desain media promosi yang menarik membuat saya tertarik untuk melihat lebih lanjut.

[Copy chart](#)

107 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

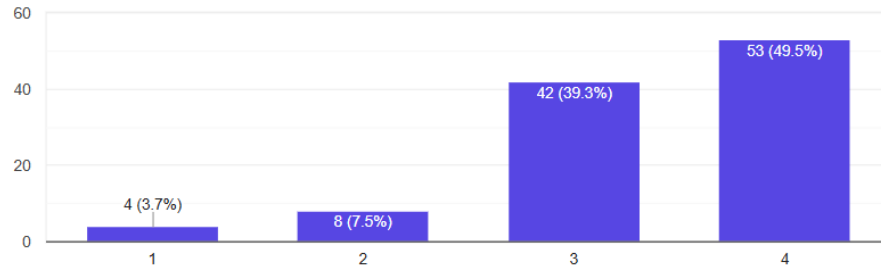
Hak Cipta :

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

Tampilan visual yang menarik mendorong saya untuk membagikannya ke media sosial.

[Copy chart](#)

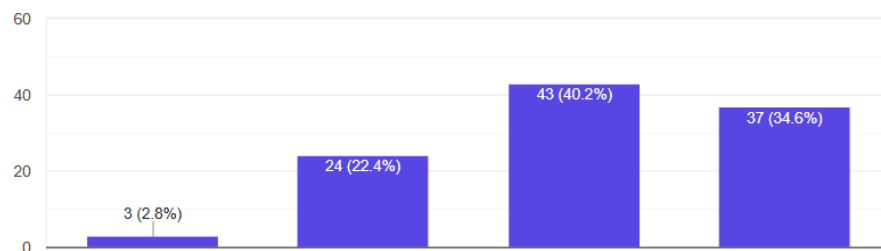
107 responses



Saya ingin mengunjungi coffee shop baru setelah melihat unggahan teman di Instagram Story.

[Copy chart](#)

107 responses



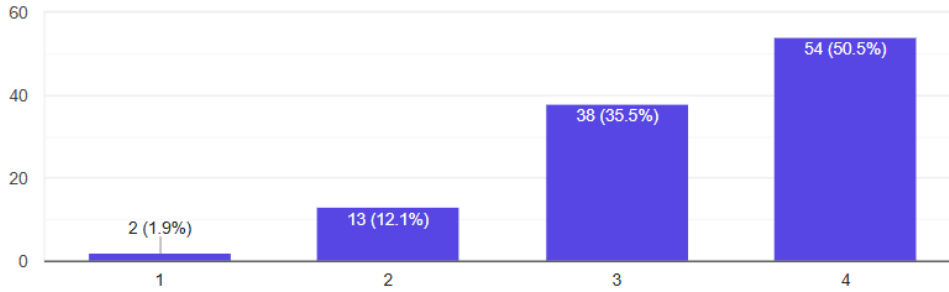
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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

Konten visual dari sebuah coffee shop mempengaruhi keputusan saya untuk berkunjung.

[Copy chart](#)

107 responses

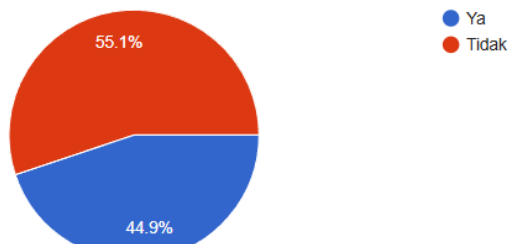


Pertanyaan mengenai JSSS KOPI TIAM

Apakah Anda pernah mendengar JSSS KOPI TIAM?

[Copy chart](#)

107 responses

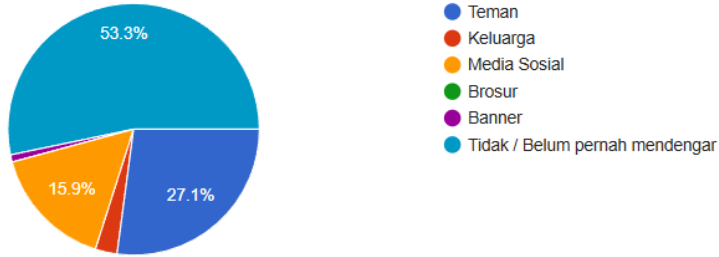


NEGERI
JAKARTA

Jika Anda pernah mendengarnya, darimana informasi tersebut berasal?

[Copy chart](#)

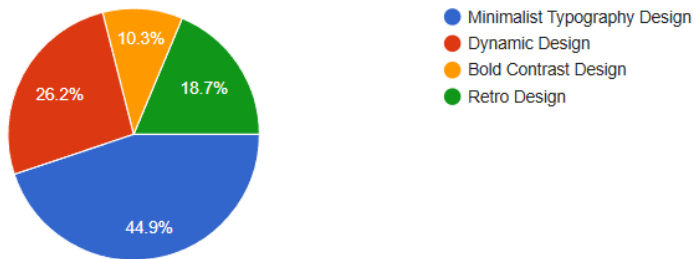
107 responses



Gaya desain mana yang paling menarik perhatian Anda untuk sebuah *Coffee Shop*?

[Copy chart](#)

107 responses



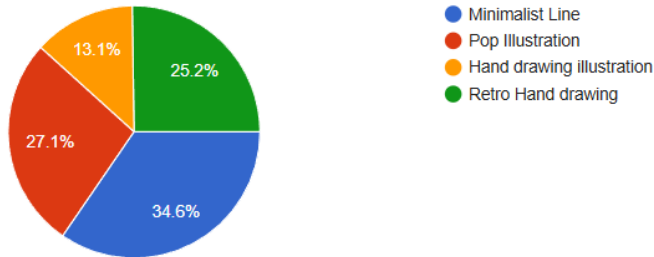
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

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

Gaya visual ilustrasi mana yang paling menarik perhatian Anda untuk sebuah *Coffee Shop*?

[Copy chart](#)

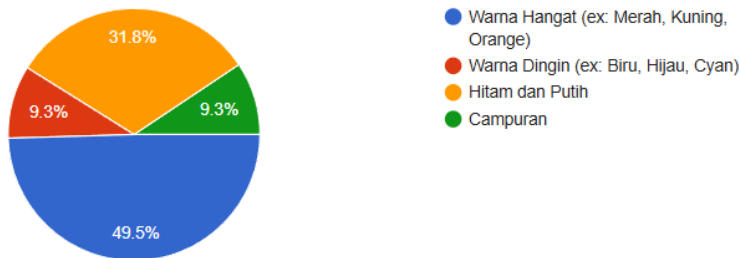
107 responses



Warna apa yang biasanya Anda akan ingat untuk sebuah branding *Coffee Shop*?

[Copy chart](#)

107 responses

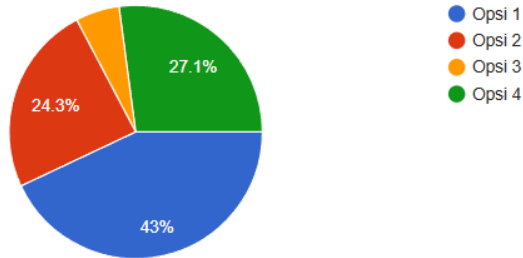


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Manakah penempatan visual dan bentuk teks yang menurut Anda paling menarik?

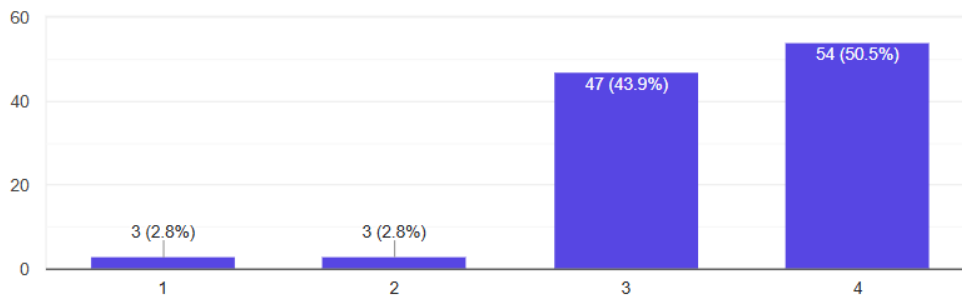
107 responses



[Copy chart](#)

Media promosi berperan dalam meningkatkan pemahaman saya terhadap produk yang ditawarkan oleh JSSS KOPI TIAM

107 responses



[Copy chart](#)

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

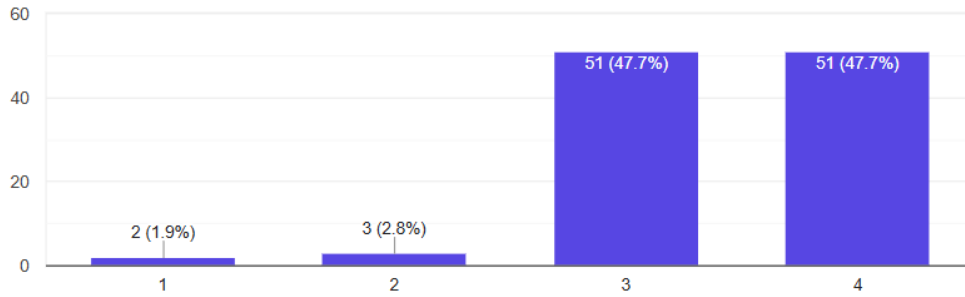
POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

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

Kehadiran media interaktif di JSSS KOPI TIAM dapat meningkatkan pengalaman saya saat berkunjung.

[Copy chart](#)

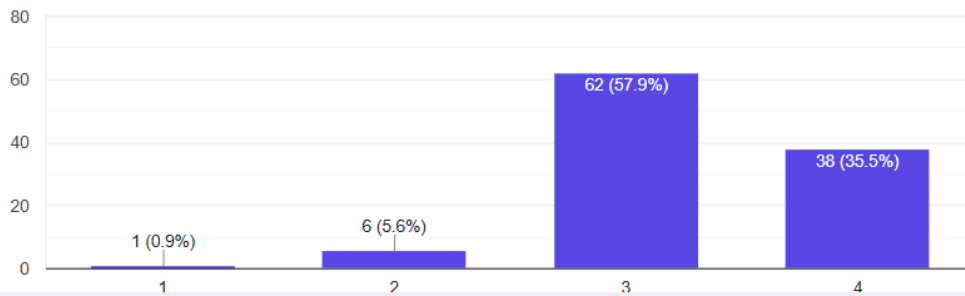
107 responses



Saya tertarik menggunakan fasilitas visual di JSSS KOPI TIAM yang mendukung aktivitas berfoto.

[Copy chart](#)

107 responses



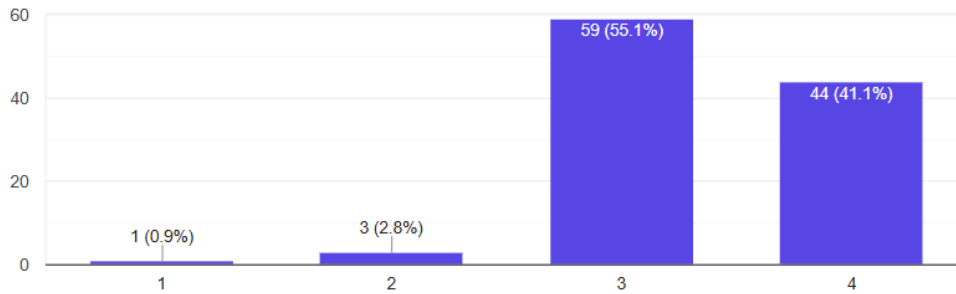
NEGERI
JAKARTA

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

Media promosi JSSS KOPI TIAM yang berbeda dari biasanya membantu saya lebih mengingat brand tersebut.

 Copy chart

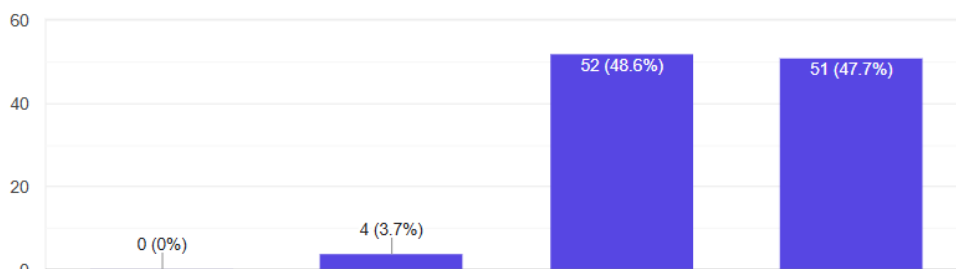
107 responses



Konsep visual JSSS KOPI TIAM yang unik berpotensi menarik perhatian di Instagram.

 Copy chart

107 responses



Link Kuesioner : <https://forms.gle/qMhZ5IAj7sWoRz4JA>

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Dokumentasi Riset

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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



4. Logbook

No	Nama	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
1	Bimbingan ke-1	Bab 1	Judul penelitian	Done	February 19, 2026	Diganti judulnya menjadi lebih ke untuk Media Branding.	Mencari Judul, dan menulis latar belakang
2	Bimbingan ke-2	Bab 1	Latar Belakang	Done	March 3, 2026	Dibuat latar belakangnya masih kurang tajam dan kurang jelas urgensinya.	Merevisi latar belakang
3	Bimbingan ke-3	Bab 1	Latar Belakang	Done	March 5, 2026	Revisi Bab 1 Latar belakang, penyempurnaan kembali	Revisi, merapikan penulisan dan juga secara konten agar lebih straight forward
4	Bimbingan ke-4	Bab 1	Latar Belakang dan Konten Bab 1	Done	March 20, 2026	Bab 1 sudah oke, tapi alurnya tinggal di pertajam lagi agar bisa terlihat lebih padat.	Merevisi, dan membenarkan alur dan penulisan
5	Bimbingan ke-5	Bab 2	Kerangka Teori	Done	April 7, 2026	Merapikan kerangka teori agar bisa menjadi lebih detail, terstruktur makro dan mikronya.	Memperbaiki kembali kerangka teori agar terlihat terstruktur untuk makro dan mikronya
6	Bimbingan ke-6	Bab 2 Bab 3	Metode pengumpulan data	Done	April 8, 2026	Setelah kerangka teori sudah di ACC, bisa melanjutkan kuesioner dan bisa disebar	melakukan pembuatan kuesioner dan menyebarkan agar bisa mendapatkan data
7	Bimbingan ke-7	Bab 2 Bab 3	Metode pengumpulan data	Done	April 9, 2026	Asistensi pembuatan kuesioner, dibuat untuk lebih banyak memuat foto-foto agar bisa terbayang oleh responden	Merevisi kuesioner, lebih berbobot, padat, dan juga memasukkan foto-foto yang terkait
8	Bimbingan ke-8	Bab 2 Bab 3	Asistensi Bab 2 dan Bab 3	Done	April 13, 2026	Coba diperbaiki secara penulisan di bab 2, coba untuk masukkan silasi yang terkait, dan tambahkan beberapa gambar seperti di bagian perancangan desain, serta membenarkan alur di bab 3	Melakukan revisi terhadap bab 2 dan juga bab 3 agar lebih baik secara penulisan dan bobot isi dari bab tsb.
9	Bimbingan ke-9	Bab 2 Bab 3	Asistensi Bab 2 dan Bab 3	Done	April 22, 2026		Memperbaiki secara penulisan kembali, dan dimasukkan gambar gambar yang perlu dimasukkan dan perbaikan untuk penulisan di gambar 3.1 dst.
10	Bimbingan ke-10	Bab 3	Bab 4	Done	April 27, 2026		Pembuatan produksi di bab 4, dan juga mengerjakan tata cara pengerjaannya
11	Bimbingan ke-11	Bab 4	Bab 4	Done	May 13, 2026		Asistensi gambar media kolateral, dengan tema tema yang ada dan juga elemen
12	Bimbingan ke-12	Bab 4	Bab 4	Done	May 26, 2026		Pembuatan Alternatif digital komprehensif
13	Bimbingan ke-13	Bab 4	Bab 4	Done	June 12, 2026		Pembuatan alternatif kembali dan penulisan
14	Bimbingan ke-14	Bab 4	Bab 4	Done	June 18, 2026		Pembuatan Alternatif dan coba penulisan di rapihkan kembali serta mulai ke bab 5
15	Bimbingan ke-15	Bab 4	Bab 4	Done	June 22, 2026		Perapihan kembali bab 4 dan bab 5 setelah semn.



Link Logbook :

<https://www.notion.so/Logbook-TA-Indie-Fadila-a4dc3868175c83e2af9481b130dfbda9>

5. Hasil Cek Turnitin

Similarity Report ID: oid:3618:144794677

PAPER NAME

DG8B_Indie Fadila Putra Wardoyo_PERA
NCANGAN MARKETING COLLATERAL JS
SS KOPI TIAM SEBAGAI MEDIA BRANDI
NG (2).pdf

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
12445 Words	80561 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
77 Pages	1.7MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 3, 2026 8:37 AM GMT+7	Jul 3, 2026 8:38 AM GMT+7

● **6% Overall Similarity**

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

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

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

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



Hak Cipta :

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

Daftar Riwayat Hidup

Indie Fadila

Graphic Designer - Illustrator

0856-9776-3969
 dhenindie@gmail.com
 Jakarta, Indonesia
<https://www.linkedin.com/in/indie-fadila-24b117218/>



PROFILE

As an experienced Illustrator and Graphic Designer with over 4 years of experience, I bring a unique blend of creativity and technical skills to each project. My ability to understand client needs and communicate visually has allowed me to develop a strong portfolio of successful projects across various industries. Whether it's creating stunning visual identities or crafting engaging illustrations, I strive to deliver designs that capture the essence of a brand and connect with its target audience. With a passion for innovation and a commitment to excellence, I am excited to continue pushing the boundaries of design and helping businesses achieve their goals through visual communication.

WORK EXPERIENCE

Digital Marketing Manager

Nasi Kapau Raja Ganda
 February 2024 - Present

- I am a digital marketer for Nasi Kapau Raja Ganda, where I have successfully managed numerous catering services and events, including high-profile occasions like the Jakarta Fair. My role involves building connections and executing promotional strategies across various social media platforms to enhance our brand presence and reach.

Creative Industry Freelancer

• Self Employed
 2020 - Present

- As an Online Freelancer, I specialize in providing high-quality design services and offering assistance with campus assignments. My services include:
- Design Specialist: Creating visually appealing graphics, logos, and digital content tailored to client needs.
- Campus Assignment Assistance: Helping students with their assignments, ensuring high standards and timely delivery.
- Other Services: Offering a range of freelance services to meet diverse client requirements.



© 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

Camera Operator

- Self Employed

July 2021 - December 2021

- Experienced live cameraman operator specializing in broadcasting futsal and mini soccer events. Skilled in capturing dynamic sports action and delivering high-quality live streams for individual and private events. Passionate about bringing the excitement of sports to audiences through expert camera work.

Digital Art Teacher

SMP Perguruan Cikini

August 2024 - Present

- Dedicated extracurricular teacher at SMP Perguruan Cikini, specializing in digital illustration. Passionate about nurturing creativity in students through engaging lessons and long-term projects. Committed to helping students develop their artistic skills and explore the digital art world.

Content Creator

Gold Drip Coffee

February 2023 - April 2023

- At Gold Drip Coffee, I created engaging content for social media, managed digital campaigns, and collaborated with the marketing team to enhance brand presence and drive customer engagement

Social Media Marketing Intern

INJO ID

February 2021 - May 2021

- As a Social Media Officer Intern at PT Injo Rumah Kreasi Global, I managed social media platforms, learn copywriting content, created engaging content, and assisted in planning and executing digital marketing strategies to enhance brand visibility and engagement.

Freelance Videographer

- Sinergia Beaute

August 2020 - January 2021

- As a Freelance Videographer at Sinergia Beaute, I produced high-quality video content to showcase beauty products and services, enhancing the brand's visual storytelling and online presence.



© 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

EDUCATION

SMK 2 Jakarta

Multimedia Major 2022

Politeknik Negeri Jakarta

Graphic Design Major Undergraduate

- As a graphic designer and illustrator, I dedicate each semester's final exam to a project titled "Project by Learning." This initiative focuses on creating various designs and visualizing ideas collaboratively to support local business owners struggling with their branding and marketing efforts. Together with my team, we act as a comprehensive solution to address their challenges effectively.

ORGANIZATION EXPERIENCE

Head of Broadcasting Division Multimedia Club

Led and managed the broadcast division of a school organization, empowering students to express their creativity and achieve success in various competitions and events. Spearheaded initiatives to foster innovation and collaboration, driving the team toward excellence and recognition.

ACHIEVEMENT

2nd Place National Polytechnic Creative Festival - Poster Design

1st Place National Edufest - Poster Design

1st Place Junior High School FLS2N - Poster Design

SKILLS

Adobe Photoshop

Autodesk SketchUp

Adobe Illustrator

Clip Studio Paint

Adobe Premiere Pro

Microsoft Word

Adobe Lightroom

Conversation English

Adobe After Effect

Canva

Capcut