



© 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 PADA S'KUWUD SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

Oleh:

MUHAMMAD IQBAL FATURROHMAN

2106422009

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK
2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Pada S'kuwud Indonesia Sebagai Media Promosi
Penulis : Muhammad Iqbal Faturrohman
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : D4 Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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

**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

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL PADA S'KUWUD INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

Muhammad Iqbal Faturrohman

2106422009

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Penguji II

Anggi Anggarini, M.Ds.

NIP. 198503162010122002

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

NIP. 197608241999032002

Kepala Program Studi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.

NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan

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

NIP. 1984052920121210



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 PADA S'KUWUD INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 14 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhammad Iqbal Faturrohman

2106422009



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 UMKM di sektor kuliner mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan media promosi yang efektif dalam membangun identitas merek dan menarik minat konsumen. S'Kuwud Indonesia merupakan UMKM minuman yang menawarkan es kuwut sebagai minuman khas Bali berbahan alami. Namun, media promosi yang digunakan masih memiliki beberapa kendala, seperti ketidakkonsistenan visual, tata letak yang kurang terstruktur, serta penyampaian informasi yang terlalu padat sehingga pesan promosi belum tersampaikan secara optimal. Oleh karena itu, diperlukan perancangan marketing collateral yang mampu meningkatkan efektivitas komunikasi visual sekaligus memperkuat identitas merek S'Kuwud Indonesia. Perancangan ini bertujuan merancang marketing collateral sebagai media promosi S'Kuwud Indonesia melalui penerapan prinsip desain grafis yang meliputi warna, tipografi, ilustrasi, dan tata letak. Media yang dirancang meliputi katalog, *flyer*, dan konten media sosial yang disesuaikan dengan karakter merek serta kebutuhan target audiens. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah design thinking, yang meliputi tahap empathize untuk memahami kebutuhan dan permasalahan pelaku usaha serta target audiens, define untuk merumuskan inti permasalahan yang perlu diselesaikan, ideate untuk menghasilkan alternatif solusi kreatif, *prototype* untuk mewujudkan solusi ke dalam bentuk rancangan visual, hingga test untuk mengevaluasi rancangan tersebut. Luaran penelitian pada tahap ini berupa konsep visual dan desain terpilih yang diterapkan pada media promosi S'Kuwud Indonesia.

Kata kunci: marketing collateral, media promosi, desain grafis, design thinking, UMKM, S'Kuwud Indonesia.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 development of MSMEs (Micro, Small, and Medium Enterprises) in the culinary sector encourages business actors to utilize effective promotional media in building brand identity and attracting consumer interest. S'Kuwud Indonesia is a beverage MSME offering es kuwut, a traditional Balinese drink made from natural ingredients. However, the promotional media currently used still has several shortcomings, such as visual inconsistency, poorly structured layouts, and overly dense information delivery, causing the promotional message to not be conveyed optimally. Therefore, a marketing collateral design is needed to improve the effectiveness of visual communication while strengthening the brand identity of S'Kuwud Indonesia. This design aims to create marketing collateral as a promotional medium for S'Kuwud Indonesia through the application of graphic design principles, including color, typography, illustration, and layout. The media designed include catalogs, flyers, and social media content tailored to the brand's character and the needs of the target audience. The method used in this design is design thinking, which includes the empathize stage to understand the needs and problems of the business actors and target audience, define to formulate the core problem to be solved, ideate to generate creative alternative solutions, prototype to translate the solutions into visual designs, and test to evaluate the resulting designs. The output of this research at this stage is a visual concept and selected design applied to the promotional media of S'Kuwud Indonesia.

Keywords: marketing collateral, promotional media, graphic design, design thinking, MSME, S'Kuwud Indonesia.



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat-Nya, saya bisa mengikuti dan melakukan penelitian sehingga dapat menyelesaikan laporan penelitian ini dengan baik. Laporan akhir ini saya buat berdasarkan penelitian yang saya jalani selama lima bulan yang dimulai dari 10 Oktober 2025

Dengan selesainya laporan penelitian ini, tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yang telah memberikan penulis informasi dan masukan. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsu Rizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta;
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta;
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds., selaku wali kelas DG D angkatan 2022, yang telah mendidik penulis dari semester awal sampai saat ini;
5. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si, selaku dosen pembimbing Penelitian yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan penelitian;
6. Nurzahara Amalia, selaku Owner S'Kuwud yang telah membantu penulis dalam penyusunan laporan penelitian;
7. Ayi Aan Syuhada, selaku ayah penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini;
8. Yuni Anita Rusman, selaku ibu penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat selama proses penyusunan laporan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari laporan ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Penulis juga mengharapkan semoga laporan akhir ini dapat memberikan manfaat yang signifikan bagi khalayak luas.

Bekasi, 2026

Muhammad Iqbal Faturrohman





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR KEASLIAN KARYA	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I_PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II_LANDASAN PERANCANGAN	6
2.1 Promosi	7
2.1.1 Fungsi Promosi	7
2.1.2 Media Promosi.....	7
2.1.3 Jenis Media Promosi.....	8
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	10
2.3 Teori Desain Grafis	11
2.3.1 Warna	11
2.3.2 Tipografi.....	15
2.3.3 Gambar atau Ilustrasi	17
2.3.4 <i>Layout</i>	18
2.3.5 <i>Design Thinking</i>	20
BAB III_METODE PERANCANGAN	23
3.1 Metode Penelitian	23
3.2 Data dan Analisis	26
3.2.1 Profil Klien.....	26
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	28



Hak Cipta :

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

3.2.3 Target Audience.....	29
3.2.4 Kompetitor	29
3.2.5 Consumer Insight	35
3.2.6 Analisis SWOT	36
3.2.7 Arahan Kreatif.....	39
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Konsep Visual	42
4.1.1 Mind Map	42
4.1.2 Mood Board	45
4.2 Proses Desain	46
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	46
4.2.2 Sketsa Manual.....	47
4.2.2.1 Sketsa Alternatif 1: Tropical Geometris.....	47
4.2.2.2 Sketsa Alternatif 2: Tradisional Geometris	48
4.2.2.3 Sketsa Alternatif 3: Tropis Autentik.....	49
4.2.2.4 Sketsa Alternatif 4: Autentik Segar	50
4.2.2.5 Sketsa Alternatif 5: Tropis Bold.....	51
4.2.2.6 Desain Komprehensif 1: Tropical Geometris.....	52
4.2.2.7 Desain Komprehensif 3: Tropis Autentik.....	52
4.2.2.8 Desain Komprehensif 5: Tropis Bold.....	53
4.2.3 Desain Terpilih.....	54
4.2.5 Prototype	60
4.2.6 Testing	62
4.2.7 Evaluasi.....	65
4.3 Final Art Work	66
4.4 Pertimbangan Produksi	71
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN	



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori	6
Gambar 2.2 Desain Katalog	9
Gambar 2.3 Desain <i>Flyer</i>	9
Gambar 2.4 Desain layout Instagram	10
Gambar 2.5 Contoh RGB dan CMYK	12
Gambar 2.6 Skema Monochromatic	13
Gambar 2.7 Skema Analogous	14
Gambar 2.8 Skema Complementary	14
Gambar 2.9 Skema Triadic	14
Gambar 2.10 Skema Split-Complementary	15
Gambar 2.11 Skema Triadic	15
Gambar 2.12 contoh Display Type	16
Gambar 2.13 Contoh gambar atau ilustrasi	17
Gambar 2.14 Sheet layout Sumber: Pinterest	18
Gambar 3.1 Logo S'kuwud Indonesia	26
Gambar 3.2 Media promosi S'kuwud Indonesia	28
Gambar 3.3 Logo Just Coco	29
Gambar 3.4 Media Promosi Just Coco	30
Gambar 3.5 Logo Coconaj	31
Gambar 3.6 Media Promosi Coconaj	31
Gambar 3.7 Logo Kokoplus	32
Gambar 3.8 Media Promosi Kokoplus	33
Gambar 3.9 Logo Fruters Station	34
Gambar 3.10 Media Promosi Fruters Station	34
Gambar 4.1 Mind Map	43
Gambar 4.2 Mood Board	45
Gambar 4.3 Sketsa thumbnail	46
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1: Tropical Bold	47
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2: Tradisional Geometris	48
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3: Tropis Autentik	49
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 4:	50
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 5: Tropis Bold	51
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 1: Tropis Bold	52
Gambar 4.10 Desain Komprehensif 3: Tropis Autentik	52
Gambar 4.11 Desain Komprehensif 5: Tropis Bold	53
Gambar 4.12 Desain Terpilih	54
Gambar 4.13 Palette yang digunakan	55
Gambar 4.14 Tipografi yang digunakan	56
Gambar 4.15 Elemen Visual yang digunakan	57
Gambar 4.16 Mock Up Desain Terpilih	61
Gambar 4.17 Prototype desain terpilih	61
Gambar 4.18 Mock up <i>flyer</i>	66
Gambar 4.19 Mock up katalog 1	67
Gambar 4.20 Mock up katalog 2	68



© 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 4.21 Mock up postingan Instagram	69
Gambar 4.22 Mock up stories Instagram	70





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	37
Tabel 3.2 Arahkan kreatif	39
Tabel 4.1 Feedback Capture Matrix	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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1: Lembar bimbingan materi
- Lampiran 2: Wawancara klien
- Lampiran 3: Observasi kompetitor
- Lampiran 4: Hasil kuesioner
- Lampiran 5: Dokumentasi *testing*
- Lampiran 6: Hasil plagiarisme
- Lampiran 7: Daftar riwayat hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia terus menunjukkan peningkatan yang signifikan, dengan sektor kuliner menjadi salah satu bidang yang memberikan kontribusi besar terhadap perekonomian (Andani dkk., 2024). Data Kementerian Koperasi dan UKM tahun 2023 mencatat lebih dari 65 juta UMKM berkontribusi sebesar 60,3% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional, dengan sektor makanan dan minuman sebagai sektor yang dominan (Jasiyah dkk., 2024). Meskipun demikian, banyak UMKM masih menghadapi kendala dalam aspek pemasaran, khususnya dalam melakukan promosi yang efektif (Setiawati dkk., 2024). Dalam perkembangannya, berbagai media promosi, baik digital maupun cetak, dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi produk dan menarik minat konsumen melalui komunikasi visual yang berperan dalam membangun identitas merek serta meningkatkan kesadaran konsumen (Hasyim & Herwanto, 2025).

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah penggunaan *marketing collateral*, yaitu pemanfaatan berbagai media promosi untuk memperkenalkan merek dan menjangkau target audiens. *Marketing collateral* dinilai efektif dalam memperkuat citra merek, menyampaikan informasi produk, serta memengaruhi persepsi konsumen (Li dkk., 2022). Dalam konteks UMKM kuliner, tampilan visual yang menarik, konsisten, dan informatif menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya tarik produk (Rahayu, 2024).

S'Kuwud Indonesia merupakan UMKM minuman yang menjual es kuwut sebagai minuman khas nusantara. Dalam kegiatan promosinya, usaha ini telah menggunakan beberapa media seperti media sosial dan media cetak. Namun, penggunaan media tersebut belum didukung oleh perancangan desain visual dan copywriting yang efektif, sehingga penyampaian pesan promosi belum optimal dan kurang konsisten dalam membangun identitas merek.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Media promosi yang digunakan, seperti *flyer*, katalog, dan konten Instagram, belum memiliki konsistensi visual dalam penggunaan warna, tipografi, dan elemen desain. Selain itu, penyampaian informasi masih kurang efektif karena desain cenderung memuat teks yang berlebihan serta belum didukung oleh visual produk yang menarik. Ketidakkonsistenan ini menyebabkan pesan yang disampaikan kurang jelas dan berdampak pada lemahnya identitas merek di benak konsumen.

Penelitian terdahulu mengenai media promosi UMKM umumnya masih membahas penggunaan media secara terbatas. Promosi difokuskan pada media cetak seperti banner, brosur, dan poster untuk meningkatkan visibilitas usaha. Dalam konteks kuliner, media cetak sebagai bagian dari *marketing collateral* berperan penting dalam menampilkan visual produk, informasi menu, serta menarik perhatian konsumen secara langsung di titik penjualan (Ikhsan, 2025).

Sementara itu, meskipun telah menerapkan pendekatan *marketing collateral* secara terpadu, penggunaannya masih berfokus pada media cetak saja sehingga jangkauan dan konsistensi pesan belum maksimal. Oleh karena itu, penelitian ini menghadirkan pembaruan dengan mengembangkan perancangan media promosi yang tidak hanya mempertimbangkan desain visual dan *copywriting*, tetapi juga mencakup integrasi media cetak dan digital agar penyampaian pesan lebih konsisten dan efektif dalam membangun identitas merek UMKM.

Penelitian ini bertujuan merancang media promosi berupa *marketing collateral* untuk mendukung S'kuwad dalam menyampaikan informasi produk secara lebih jelas dan komunikatif melalui tampilan visual yang menarik. Perancangan ini menghasilkan beberapa media promosi berupa katalog, *flyer*, dan konten media sosial yang terintegrasi, dengan tujuan meningkatkan daya tarik produk serta memperkuat identitas visual merek secara konsisten dan mudah dikenali oleh konsumen. Di samping itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi acuan bagi pelaku UMKM lainnya dalam memanfaatkan *marketing collateral* sebagai bagian dari strategi komunikasi dan *branding* yang efektif serta sesuai dengan kebutuhan usaha.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi bagi S'kuwud?
2. Bagaimana penerapan prinsip desain grafis serta elemen visual dalam menghasilkan media promosi S'kuwud yang menarik dan komunikatif?
3. Bagaimana mengimplementasikan media promosi seperti katalog, *flyer*, dan media sosial yang konsisten dengan identitas visual S'kuwud agar informasi produk dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan menarik?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

Dalam penyusunan penelitian ini, ruang lingkup pembahasan difokuskan pada perancangan media promosi untuk S'kuwud yang bertujuan menyampaikan informasi secara efektif serta menghadirkan visual yang menarik dan konsisten.

Adapun ruang lingkup proyek ini meliputi:

1. Merancang *marketing collateral* sebagai media promosi bagi S'kuwud.
2. Menerapkan prinsip desain grafis seperti tipografi, warna, tata letak, dan hierarki visual dalam perancangan media promosi.
3. Mengimplementasikan media promosi yang meliputi katalog, *flyer*, dan konten media sosial yang sesuai dengan identitas visual S'kuwud.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, perancangan ini memiliki tujuan sebagai berikut.

1. Merancang desain *marketing collateral* sebagai media promosi bagi S'kuwud.
2. Menerapkan prinsip desain grafis dan elemen visual yang tepat dalam perancangan media promosi S'kuwud.



Hak Cipta :

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

3. Menghasilkan media promosi berupa katalog, *flyer*, dan konten media sosial yang konsisten dengan identitas visual S'kuwud sehingga informasi produk dapat tersampaikan dengan lebih jelas dan menarik.

Adapun manfaat yang diharapkan dari perancangan ini adalah sebagai berikut.

1. Penelitian ini menghasilkan media promosi yang lebih rapi, informatif, dan menarik sehingga membantu S'kuwud menyampaikan informasi produk kepada konsumen dengan lebih efektif.
2. Hasil perancangan ini dapat menjadi contoh penerapan identitas visual, tipografi, tata letak, dan elemen desain pada media promosi, serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan perancangan *marketing collateral*.
3. Memberikan solusi visual bagi S'kuwud dalam mengembangkan media promosi yang lebih konsisten dan komunikatif.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis dan saling berkaitan antar bagian agar pembahasan dapat dipahami dengan mudah. Adapun sistematika penulisan laporan ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang permasalahan visual S'Kuwud Indonesia, rumusan masalah, ruang lingkup perancangan yang mencakup katalog, *flyer*, dan konten Instagram, serta tujuan, manfaat, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas teori-teori yang mendasari perancangan, meliputi konsep promosi dan media promosi, *marketing collateral*, serta teori desain grafis yang mencakup warna, tipografi, ilustrasi, layout, dan metode *Design Thinking* sebagai kerangka perancangan.



Hak Cipta :

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

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan pendekatan *mixed method* yang digunakan, mencakup hasil observasi, wawancara dengan pemilik S'Kuwud, dan kuesioner 104 responden, serta profil klien, product knowledge, target audiens, analisis kompetitor, *consumer insight*, analisis SWOT, dan arahan kreatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan hasil perancangan media promosi S'Kuwud yang meliputi pengembangan konsep visual, proses desain berdasarkan metode *Design Thinking*, desain terpilih, *prototype*, *testing*, evaluasi, *final artwork*, serta pertimbangan produksi dari media yang dirancang.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh dari proses perancangan media promosi S'Kuwud serta saran yang dapat menjadi masukan bagi pengembangan media promosi maupun penelitian selanjutnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta:

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan proses perancangan marketing collateral sebagai media promosi S'Kuwud Indonesia, diperoleh kesimpulan sebagai berikut.

1. Perancangan media promosi S'Kuwud Indonesia dilakukan menggunakan pendekatan Design Thinking yang terdiri dari lima tahap yang saling berkaitan. Tahap Empathize dilakukan melalui wawancara langsung dengan pemilik merek serta penyebaran kuesioner kepada 104 responden guna memahami kebutuhan, preferensi, dan perilaku audiens secara lebih mendalam. Hasil dari tahap tersebut kemudian dianalisis pada tahap Define menggunakan matriks SWOT, yang selanjutnya dirumuskan menjadi arahan kreatif sebagai pedoman utama perancangan. Pada tahap Ideate, dilakukan eksplorasi kata kunci ornamen, geometris, tropis, dan crisp yang dikembangkan menjadi moodboard, sketsa manual, hingga terpilihnya desain komprehensif kelima sebagai acuan desain final. Tahap Prototype dilakukan dengan mewujudkan desain terpilih ke dalam bentuk mockup media promosi, yang kemudian diuji pada tahap Test untuk mengevaluasi efektivitas dan ketepatan penyampaian pesan kepada audiens.
2. Penerapan prinsip-prinsip desain grafis dalam perancangan ini meliputi hierarki visual, *proximity*, *alignment*, repetisi, dan *white space* yang diterapkan secara konsisten pada seluruh media promosi. Prinsip-prinsip tersebut dipadukan dengan elemen visual yang mencerminkan karakter S'Kuwud Indonesia, antara lain palet warna kuning cerah, hijau segar, dan cokelat tua yang menggambarkan kesan tropis dan alami, tipografi Clash Display yang memberikan kesan modern namun tetap kuat secara karakter, serta ilustrasi buah tropis, daun monstera, anyaman ate, dan ornamen Bali yang telah disederhanakan sebagai pendukung identitas visual merek. Perpaduan antara prinsip desain dan elemen visual tersebut menghasilkan media promosi yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga komunikatif dalam menyampaikan informasi produk sekaligus mencerminkan identitas merek S'Kuwud Indonesia yang segar dan khas nusantara.



Hak Cipta :

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

3. Hasil pengujian yang dilakukan terhadap audiens menunjukkan bahwa katalog, flyer, dan konten media sosial yang dirancang telah berhasil mencerminkan identitas visual S'Kuwud Indonesia secara konsisten dan mampu menyampaikan informasi produk dengan lebih jelas serta menarik dibandingkan media promosi sebelumnya. Meskipun demikian, terdapat beberapa catatan perbaikan yang diperoleh dari masukan audiens selama proses pengujian, di antaranya peningkatan keterbacaan tipografi pada beberapa bagian, penambahan informasi harga produk, serta penyederhanaan teks agar lebih mudah dipahami secara cepat. Revisi-revisi tersebut kemudian diterapkan pada desain akhir sehingga menghasilkan media promosi yang lebih efektif, tepat sasaran, dan sesuai dengan kebutuhan promosi S'Kuwud Indonesia secara keseluruhan.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan sebagai berikut.

1. Hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi bagi pelaku desain komunikasi visual yang ingin mengembangkan media promosi untuk merek kuliner lokal berbasis budaya nusantara. Pendekatan design thinking yang digunakan dalam perancangan ini dapat diadaptasi sebagai kerangka kerja dalam proyek serupa, dengan penyesuaian terhadap konteks merek dan target audiens yang berbeda.
2. Marketing collateral yang telah dihasilkan sebaiknya dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari strategi komunikasi pemasaran yang menyeluruh, bukan sekadar pelengkap tampilan visual. Konsistensi penerapan identitas visual pada setiap titik komunikasi, baik cetak maupun digital, perlu dijaga agar kepercayaan konsumen terhadap merek dapat terbentuk secara bertahap dan berkelanjutan. Pengelolaan konten media sosial yang terjadwal juga sangat dianjurkan mengingat platform digital merupakan kanal utama yang paling berdampak bagi pertumbuhan penjualan S'Kuwud Indonesia.
3. Mengingat pengujian dalam perancangan ini dilakukan dalam lingkup yang masih terbatas, penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

perlu dilakukan untuk mengukur dampak nyata media promosi ini terhadap perilaku konsumen, seperti peningkatan kesadaran merek maupun keputusan pembelian. Pengembangan media promosi berbasis digital yang lebih interaktif juga dapat dijadi sebagai langkah perluasan strategi komunikasi visual ke depannya, seiring dengan perkembangan tren dan kebiasaan konsumsi informasi audiens yang terus berubah.





Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Alexander, J., Pangestu, D. R., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan Genetic Neural Network dalam Pemilihan Color Palette untuk Desain Skema Warna. *CogITO Smart Journal*, 6(2), 284–297. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.271.284-297>
- Amelia, S. S. & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya. *Technomedia Journal*, 8(3), 1–13. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Andani, N. P., Amelia, C., Lubis, R. A., & Suharno, M. I. (2024). *Analisis UMKM Kuliner dalam Mendukung Pembangunan Berkelanjutan (Studi Kasus UMKM Kecamatan Medan Tembung)*.
- Anggi, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/>
- Bigelow, C., & Dyson, M. (2016). What exactly is the difference between a text and a display typeface? *Visible Language*.
- Dina, F., & Kartono, G. (2019). *TINJAUAN PENERAPAN TATA LETAK (LAYOUT) PADA KARYA POSTER PROSS DESAIN STUDIO TAHUN 2018-2019*. 07(2).
- Fahmi, R., Pawelloi, I., Selao, A., & Hastuty, A. (2025). *Aplikasi Penggabungan Warna Menggunakan RGB dan CMYK Berbasis Desktop*. 08(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.59061/jsit.v8i2.1153>
- Fariq Hasril Adiwardana & David Rizar Nugroho. (2025). Analisis Elemen Visual Postingan Konten Infografis Edukasi pada Feed Akun Instagram @ditjentataruang Edisi Januari 2025. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 4(1), 211–226. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i1.5029>
- Franken, G., Pangerc, M., & Možina, K. (2020). Impact of Typeface and Colour Combinations on LCD Display Legibility. *Emerging Science Journal*, 4(6), 436–442. <https://doi.org/10.28991/esj-2020-01243>
- Handayani, W., Ulum, R., & Khofia, N. (2026). *PSIKOLOGI WARNA DALAM KEHIDUPAN SEHARI-HARI: PENGARUH WARNA TERHADAP EMOSI, PERSEPSI, DAN PERILAKU KONSUMEN*. 1(1).
- Hasyim, Z. A.-N., & Herwanto, A. P. (2025). Perancangan Identitas UMKM Kedai Ukemi dan Implementasinya pada Media Komunikasi Visual. *Journal of Language Literature and Arts*, 5(8), 975–986. <https://doi.org/10.17977/um064v5i82025p975-986>



Hak Cipta :

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

- Hendarman, T. (2024). *Desain UI/UX – Modul 06 Color Theory*. https://dosen.upi-yai.ac.id/v5/dokumen/materi/070045/299_20241031145735_UD%2006%20-%20Teori%20Warna.pdf
- Ikhsan, D. G. (2025). PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL UMKM ROTI BAKAR MBENK SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Politeknik Negeri Jakarta*.
- Irawan, A. N., & Sudjanarti, D. (2024). *EFEKTIFITAS MEDIA PROMOSI DENGAN DESAIN KONTEN FEED INSTAGRAM MENGGUNAKAN CANVA PADA UMKM LAKONS KONVEKSI MALANG*.
- Ismoyo, K. N. N. (2025). *PERANCANGAN ILUSTRASI RETRO PADA SERAGAM T-SHIRT BRAND POLARISE SEBAGAI UPAYA PENGUATAN IDENTITAS VISUAL MEREK*. 9(1).
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Jasiyah, R., Rusmardiana, A., Bakri, A. A., & Junaid, A. (2024). *TRANSFORMASI KEUANGAN USAHA MIKRO, KECIL DAN MENENGAH (UMKM) MELALUI PENERAPAN AKUNTANSI SEDERHANA*. 3.
- Kertayasa, H., & Saputro, A. G. (2022). *PENGUNAAN IKLAN FLYER DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PRODUK KERIPIK SINGKONG KRIPS*.
- Kuswanto, H. (2017). Analisis Prinsip Layout and Composition pada Web Design Perusahaan PT. Bank Rakyat Indonesia, Tbk dan PT. FIF Group berdasarkan Buku “The Principle of Beautifull Website Design (2nd Edition) By Jason Beard.” *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(1), 1–7. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i1.14488>
- Laoli, W. S. (2024). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PAKAIAN DI INDONESIA: SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW*. 24(1).
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>

Nuraeni, Y. S., & Irawati, D. (2021). *THE EFFECT OF ONLINE CUSTOMER REVIEW, QUALITY PRODUCT, AND PROMOTION ON PURCHASING DECISION THROUGH SHOPEE MARKETPLACE (A CASE STUDY OF UBSI COLLEGE STUDENT)*. 9(4).

Pasla, B. N. (2024). *Marketing Collateral: Pengertian, Manfaat, dan Jenis*. BAMS. BAMS Blog / BAMS. <https://bams.blog/Bisnis-Industri/Marketing-Collateral-Pengertian-Manfaat-Dan-Jenis/>

Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis Penerapan Prinsip-Prinsip Desain, Tipografi, dan Warna pada Instagram Feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan Tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102–110. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>

Pratama, Y. P., Prastiwinarti, W., Ahmad, L., & Mahmuda, Z. S. (2023). *Aplikasi Konversi RGB CMYK Berbasis Python*. 2(1).

Rahayu, H. (2024). Perancangan Identitas Visual UMKM Bidang Kuliner “Bu Naf” di Yogyakarta: Upaya Menyintas Pasca Pandemi. *DeKaVe*, 17(1), 110–124. <https://doi.org/10.24821/dkv.v17i1.12644>

Rahmawati, D. (2022). *ILUSTRASI BAHAN AJAR SENI RUPA PADA BUKU SENI BUDAYA KURIKULUM 2013 KELAS IX TERBITAN KEMENDIKBUD TAHUN 2015*.

Rajagukguk, R. (2022). *Marketing Collateral: Elemen Penting bagi Merek*. Marketeers. <https://www.marketeers.com/marketing-collateral-elemen-penting-bagi-merek/>

Riskila, D., & Pribadi, J. D. (2021). *PEMBUATAN MEDIA PROMOSI KATALOG DENGAN MENGGUNAKAN APLIKASI CORELDRAW UNTUK MENARIK MINAT BELI PADA UMKM RISKI LUMINTU BOJONEGORO*. 7.

Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2024). ANALISIS PERKEMBANGAN DAN PENGARUH TIPOGRAFI PADA SAMPUL MAJALAH BOBO TERHADAP KETERTARIKAN ANAK. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2024.15.1.1>

Setiawati, D., Wahyono, A., & Pratiwi, Y. N. D. (2024). DIGITALISASI USAHA KECIL MELALUI WEBSITE UMKM SEBAGAI UPAYA MEMPERLUAS JARINGAN (STUDI KASUS PADA KWT AZALEA FARM BOYOLALI). *HOAQ (High Education of Organization Archive*



Hak Cipta :

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

Quality) : *Jurnal Teknologi Informasi*, 15(2), 60–68.
<https://doi.org/10.52972/hoaq.vol15no2.p60-68>

Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217.
<https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>

Suroya, S. H., Torrens, G. E., & Downs, S. T. (2024). Font Matters: Investigating the Typographical Components of Legibility. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, VIII(IX), 3368–3379.
<https://doi.org/10.47772/IJRISS.2024.8090283>

Syah, O. F. H., & Sianipar, J. J. (2024). Efektivitas Peran Media Digital BPBD dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Jawa Tengah dalam Kesiapsiagaan Bencana Alam.
<https://doi.org/10.5281/ZENODO.12555917>

Wen, L., Jingjing, W., Chen, W., & Luyu, S. (2022). Research on the Visual Imagery of Posters Based on the Culture Code Theory of Design. *Frontiers in Psychology*, 13, 861366. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.861366>

Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2).
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

I. LEMBAR BIMBINGAN MATERI

Lampiran 1 Lembar bimbingan materi

Biml OPEN ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Ruang Lingkup dan Batasan	Done	March 19, 2026	Latar Belakang: Ga konsisten dengan judul (marketing collateral = cetak + digital). fokus penelitian ini sebenarnya cetak saja atau terintegrasi? harus sinkron dengan judul Ketidakkonsistennya di aspek apa? dan apa dampaknya? Perlu diperjelas, visual yang kuat seperti apa yang dimaksud? (foto produk, ilustrasi, branding, dll) Media apa saja dan bagaimana kondisi visualnya saat ini? Deskripsinya terlalu panjang, nanti ini bs dimasukkan ke profile klien aja. fokuskan hanya pada informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian Dalam kondisi apa media cetak masih relevan, terutama dibandingkan media digital? Ruang lingkup: Tidak hanya menjelaskan di awal kalimat
Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	Not started		Ganti gambar bab 2 sesuai penerapannya Teori Design Thinkingnya masih salah pengutipnya
Bimbingan ke-4		New page	Done		Mindmap masih belum luas Kata kuncinya kurang spesifik
Bimbingan ke-5		New page	Done		Sketsa Alternatif dijelaskan dengan nama tema dan sesuaikan urutannya dengan tema
Bimbingan ke-6		New page	Done		Desain komprehensif 1 dan 5 diatur layoutnya agar fokusnya tidak terbagi. Cukup gelasnya saja.
Bimbingan ke-7		New page	Done		Media Terintegrasinya tambahkan, terlalu dikit untuk dijadikan marketing collateral
Bimbingan ke-8		New page	Done		Tambahkan sitasi/teori yang mendukung penerapan desain pada desain terpilih dan tambahkan penerapan prinsip desain grafis
Bimbingan ke-9		New page	Done		Di nomorin seperti 1.2.3 jangan pake kata pertama kedua dan ketiga

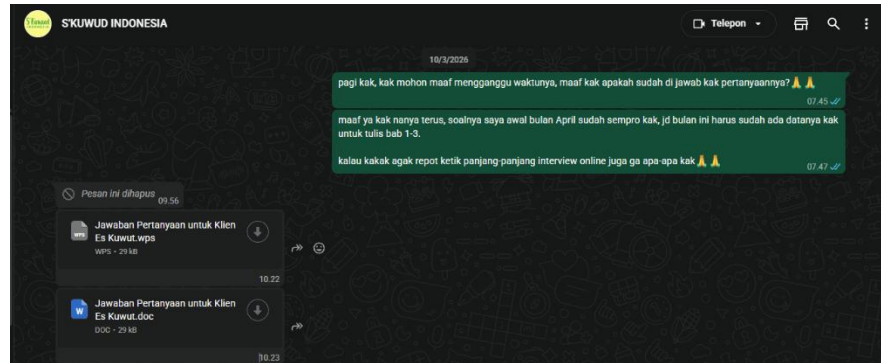
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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

II. TRANSKRIP WAWANCARA

Lampiran 2 Wawancara klien



Kapan brand Es Kuwut ini mulai berdiri dan bagaimana perkembangan usahanya hingga saat ini?

Narasumber: Nama brand kami S'Kuwud Indonesia, produk unggulannya es kuwut. S'kuwud ada sejak 19 November 2021, outlet pertama di Ciputat, Tangsel. Saat ini ada 3 outlet 2 di Jakarta Selatan 1 di Tangerang selatan.

Apa tujuan utama brand Es Kuwut dalam memproduksi dan memasarkan minuman ini?

Narasumber: Kami dirikan brand ini saat pandemi covid, untuk membantu ekonomi keluarga tentunya, dan kenapa es kuwut? Karea ingin sekaligus mengenalkan salah satu kuliner nusantara khas Bali ke masyarakat.

Varian minuman apa saja yang dimiliki oleh brand Es Kuwut saat ini?

Narasumber: S'kuwud punya lebih dari 10 produk, produk unggulan es kuwut dengan 3 varian topping buah yaitu es kuwut nanas madu, es kuwut melon dan es kuwut buah naga.

Apa perbedaan atau ciri khas dari setiap varian minuman Es Kuwut yang dijual?

Narasumber: Es kuwut dari S'Kuwud berbeda dengan yang ada di pasaran, karena kami memilih bahan asli dan segar, untuk menjaga cita rasa yang otentik. Es kuwut di pasaran biasanya menggunakan sirup melon bahkan daging kelapanya dari agar-agar. Nah kalau es kuwut kami, 100% air kelapa muda, daging kelapa asli, tanpa pemanis buatan.



© 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 keunggulan minuman Es Kuwut dibandingkan minuman sejenis yang ada di pasaran?

Narasumber: Es kuwut kami premium karena menggunakan kelapa muda asli.

Siapa target konsumen utama dari produk minuman Es Kuwut?

Narasumber: Target pasar kami middle up, usia 20-45 tahun, laki-laki dan perempuan

Media promosi apa saja yang saat ini digunakan untuk memperkenalkan minuman Es Kuwut kepada konsumen?

Narasumber: Media sosial (Instagram, tiktok, X, Facebook, WA, Google Business) yang paling berdampak mendatangkan penjualan dari Instagram

Apakah brand Es Kuwut sudah memiliki identitas visual yang konsisten seperti logo, warna brand, atau gaya desain tertentu?

Narasumber: sudah

Menurut pihak brand, apakah tampilan visual media promosi saat ini sudah mewakili karakter dari brand Es Kuwut?

Narasumber: Pemilihan warna hijau identik dengan buah kelapa muda, dan kuning menandakan keceriaan. Jadi kami ingin konsumen yang merasakan minuman es kuwut kami, bisa membuat mood mereka happy.

Bagaimana tanggapan konsumen terhadap tampilan media promosi Es Kuwut selama ini?

Narasumber: baik

Bagaimana cara brand biasanya menawarkan atau menjelaskan produk Es Kuwut kepada konsumen?

Narasumber: Kami infokan melalui offline di outlet, dan melalui konten-konten di sosial media

Media apa yang paling sering digunakan ketika menawarkan produk Es Kuwut kepada calon konsumen?

Narasumber: Instagram



© 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 konsumen sering menanyakan kembali informasi mengenai produk Es Kuwut karena belum dijelaskan dengan jelas melalui media promosi?

Narasumber: Iya beberapa ada

Apakah kesulitan utama yang dialami brand ketika menjelaskan produk Es Kuwut kepada konsumen?

Narasumber: Membuat konten promosi karena belum ada tim yang handling, jadi selama ini dikelola owner dimana owner punya peran lain, sehingga tidak bisa konsisten membuat konten

Menurut brand, apa kekurangan dari media promosi yang digunakan saat ini, baik dari segi tampilan visual maupun penyampaian informasi?

Narasumber: Belum bisa optimalisasi konten karena keterbatasan SDM

Informasi apa yang paling sering tidak dipahami atau sering ditanyakan ulang oleh konsumen mengenai produk Es Kuwut?

Narasumber: Rasanya bagaimana, bahannya apa aja

Media promosi visual apa yang menurut brand paling dibutuhkan untuk membantu menjelaskan produk Es Kuwut kepada konsumen (misalnya katalog, brosur, *flyer*, atau media visual lainnya)?

Narasumber: yang dibutuhkan *flyer* dan katalog

Informasi apa saja yang menurut brand harus ditampilkan dengan jelas dalam media promosi tersebut?

Narasumber: Keunggulan bahan baku yang digunakan dan label halal karena produk kami Alhamdulillah sudah tersertifikasi Halal

Apakah tujuan utama brand dengan adanya perancangan desain marketing collateral untuk produk Es Kuwut ini?

Narasumber: Untuk promosi dan meningkatkan penjualan, untuk edukasi dan mengenalkan es kuwut yang sebenarnya seperti apa. Karena banyak yang belum tau es kuwut ini harus menggunakan kelapa muda. Kuwut itu asal katanya dari kuud, bahasa Bali yang artinya kelapa muda. Jadi bahan utamanya kelapa muda, sedangkan di pasaran justru hanya pakai sirup bahan utamanya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Perubahan seperti apa yang diharapkan brand terhadap media promosi setelah adanya desain marketing collateral yang baru?

Narasumber: Tampilan feed di sosial media lebih rapi dan konsisten posting konten

Elemen apa saja yang wajib selalu ada (mandatory element) dalam setiap media promosi brand Es Kuwut, seperti logo, warna, slogan, atau elemen visual lainnya?

Narasumber: Logo, warna identitas, elemen daun kelapa muda dan buah kelapa muda

Pesan utama (key message) apa yang ingin disampaikan brand Es Kuwut kepada konsumen melalui media promosinya?

Narasumber: Kami ingin menyampaikan bahwa es kuwut yang sebenarnya adalah minuman dengan bahan dasar kelapa muda, bukan pemanis seperti sirup. S'Kuwud mengembangkan inovasi produk dengan menambahkan varian topping buah, yaitu nanas madu, buah naga dan melon. Kami juga ingin menyampaikan bahwa konsumen bisa loh, menikmati minuman khas nusantara dengan sentuhan kekinian yang mengutamakan bahan baku yang sehat dan fresh.

Brand minuman apa saja yang dianggap sebagai kompetitor yang setara dengan Es Kuwut di pasaran?

Narasumber: Kalau yang sejenis kayaknya belum ada. Karena kebanyakan di pasaran saat ini yang populer minuman kopi dan teh

Tone and manner seperti apa yang ingin ditampilkan oleh brand Es Kuwut dalam komunikasi visualnya (misalnya segar, santai, modern, atau ramah)?

Narasumber: ramah, cheerful, segar, natural

Hak Cipta :

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

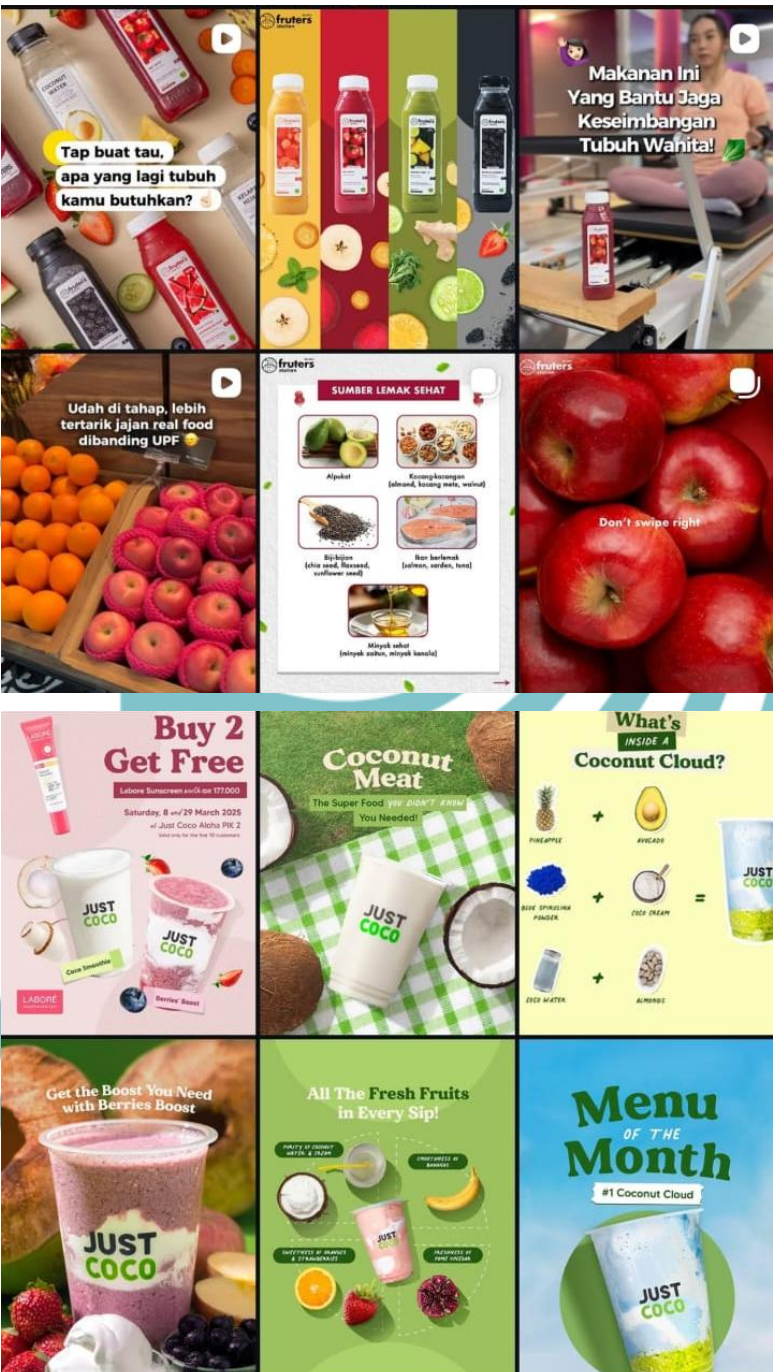
III. DOKUMENTASI OBSERVASI KOMPETITOR

Lampiran 3 Observasi kompetitor



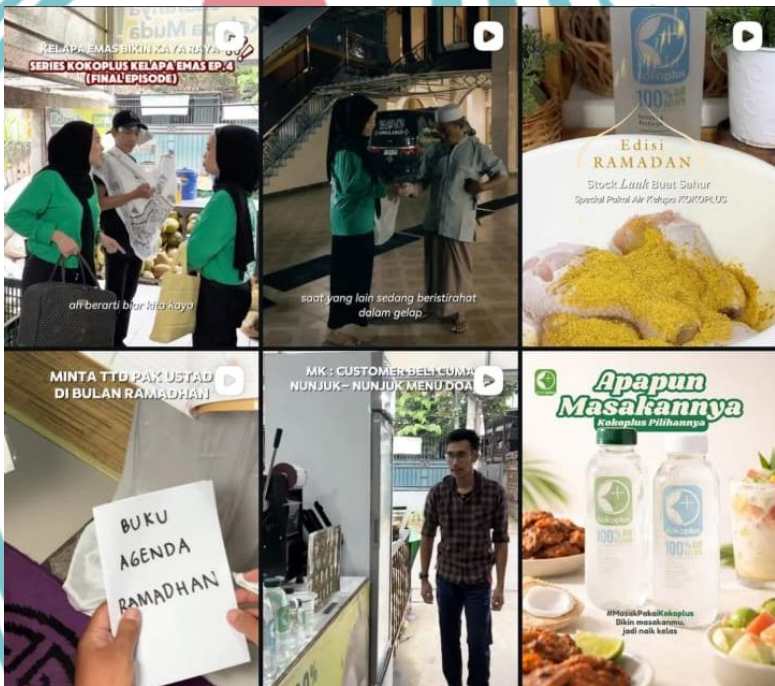
Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

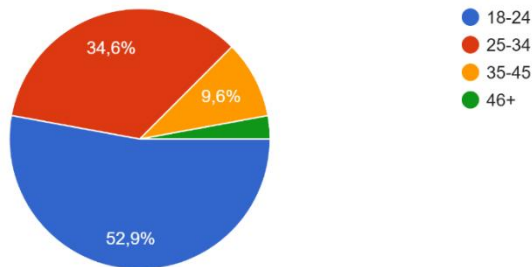
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

IV. HASIL DATA SURVEI

Lampiran 4 Hasil kuesioner

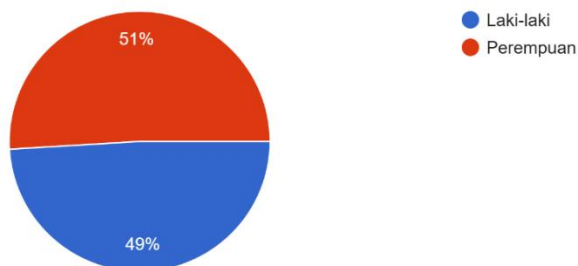
2. Berapa usia Anda saat ini?

104 jawaban



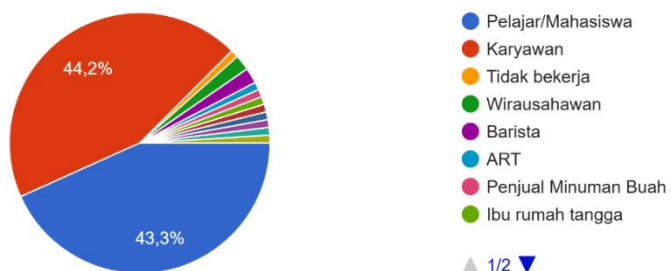
3. Jenis Kelamin

104 jawaban



4. Pekerjaan

104 jawaban



▲ 1/2 ▼

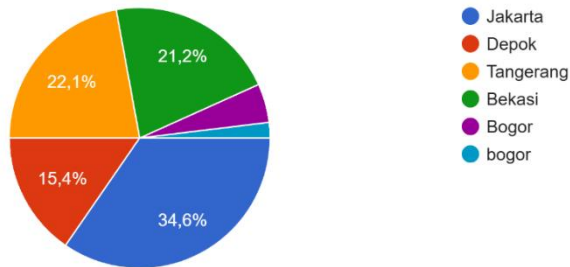


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

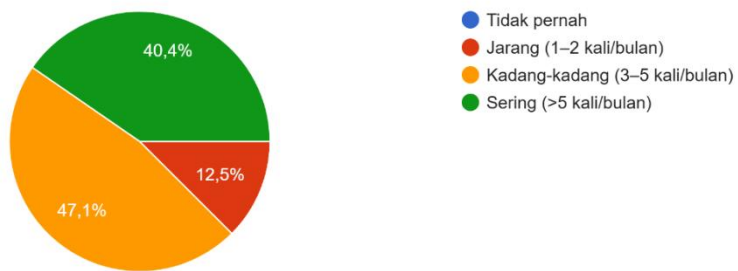
Hak Cipta :

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

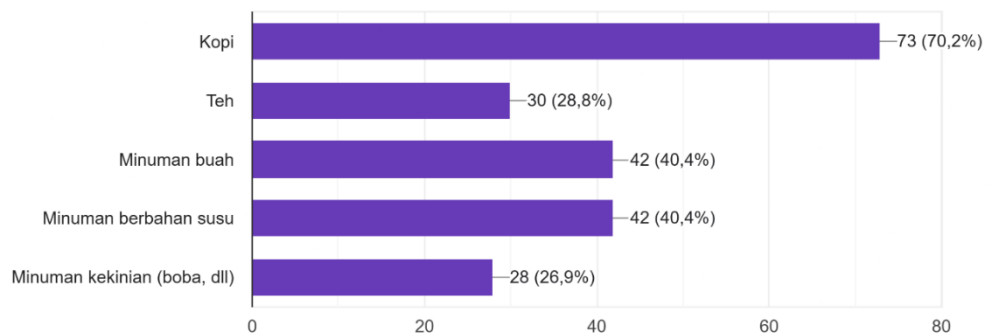
5. Domisili
104 jawaban



6. Seberapa sering Anda membeli minuman segar atau minuman kekinian?
104 jawaban



7. Jenis minuman apa yang paling sering Anda konsumsi? (boleh pilih lebih dari 1)
104 jawaban



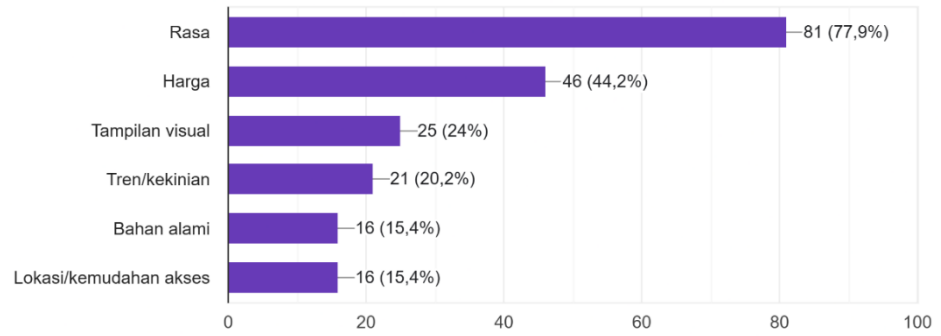


Hak Cipta :

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

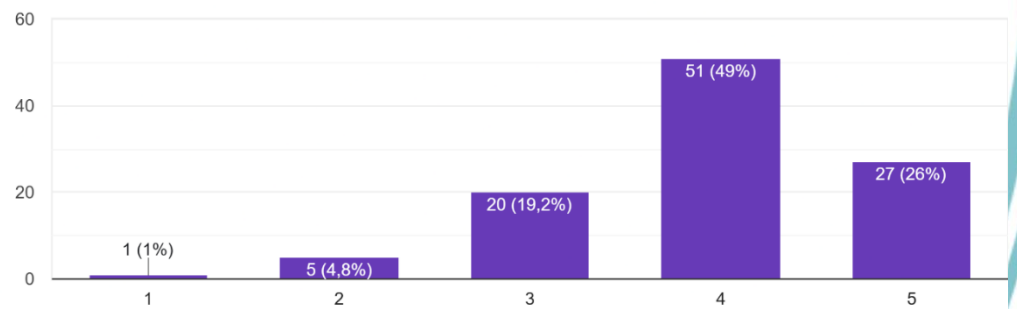
8. Apa faktor utama yang membuat Anda tertarik membeli minuman? (pilih maks 2)

104 jawaban



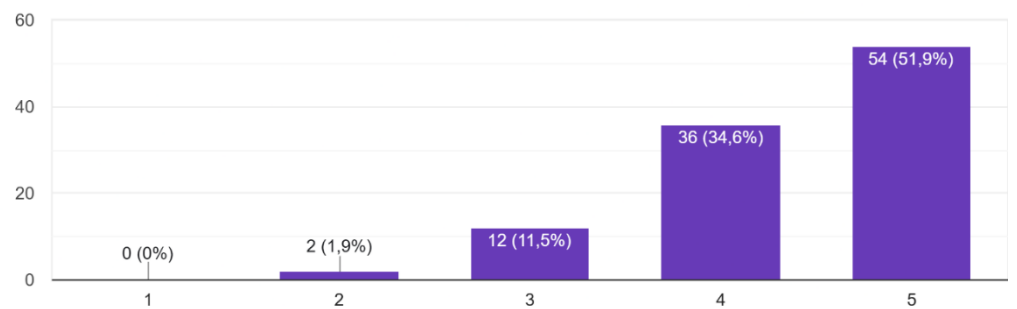
9. Seberapa penting bahan alami dalam minuman bagi Anda?

104 jawaban



10. Apakah Anda tertarik mencoba minuman berbahan dasar buah atau kelapa muda?

104 jawaban



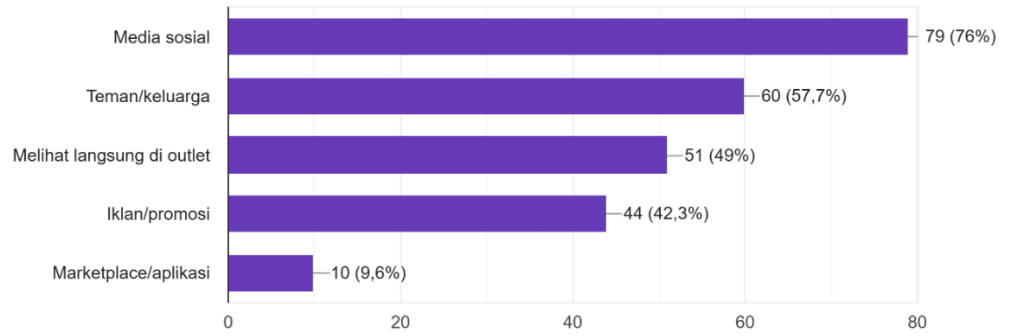


Hak Cipta :

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

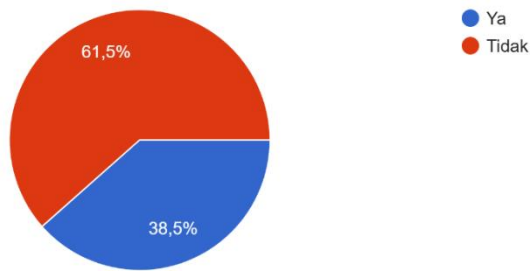
11. Biasanya Anda mengetahui produk minuman dari mana? (boleh pilih lebih dari 1)

104 jawaban



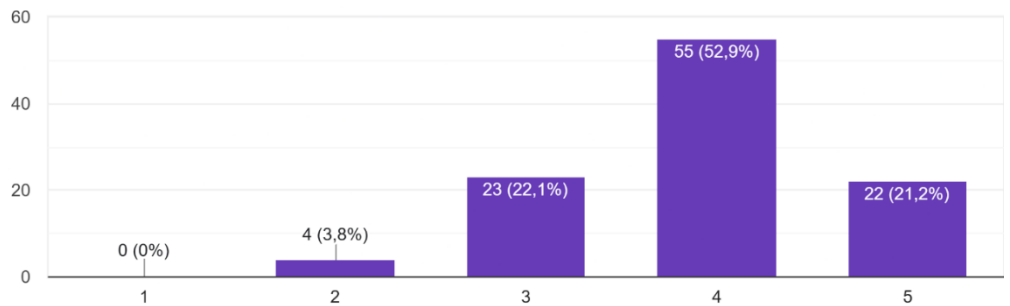
12. Apakah Anda mengetahui S'Kuwud?

104 jawaban



13. Seberapa tertarik Anda untuk mencoba minuman seperti es kuwut (minuman berbahan kelapa muda)?

104 jawaban

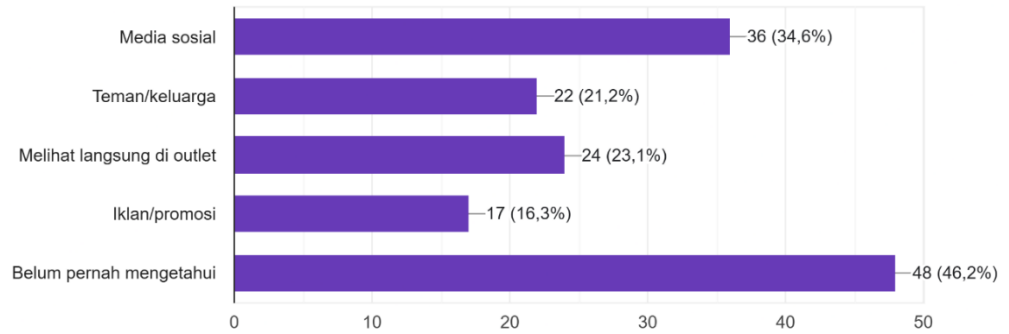


Hak Cipta :

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

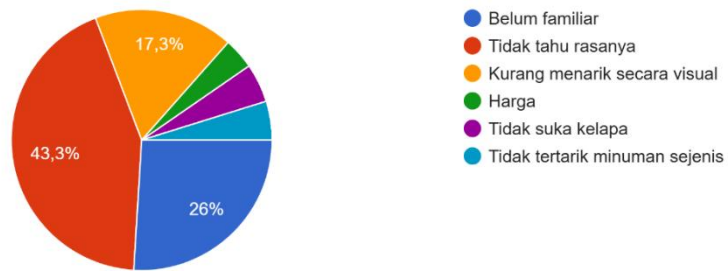
14. Jika Anda mengetahui S'Kuwud, dari mana Anda mengetahuinya? (boleh pilih lebih dari 1)

104 jawaban



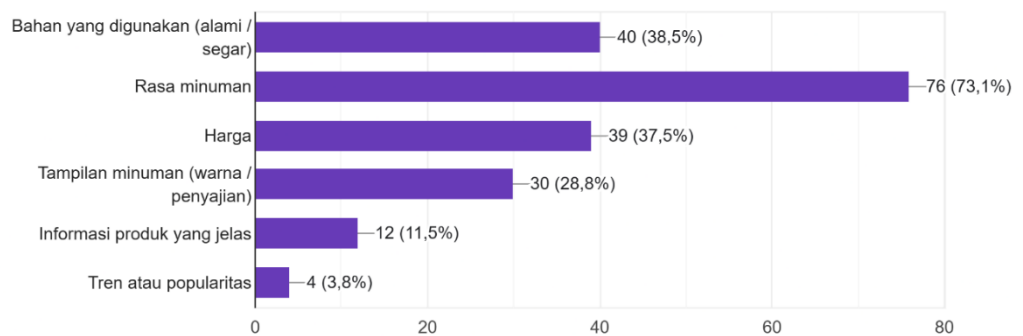
15. Apa yang membuat Anda ragu untuk mencoba minuman seperti es kuwud?

104 jawaban



16. Saat memilih atau membeli minuman, hal apa yang paling Anda perhatikan? (pilih maksimal 2)

104 jawaban



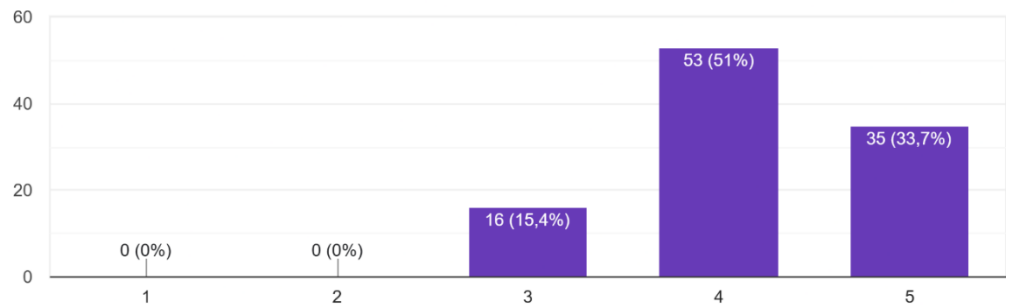


Hak Cipta :

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

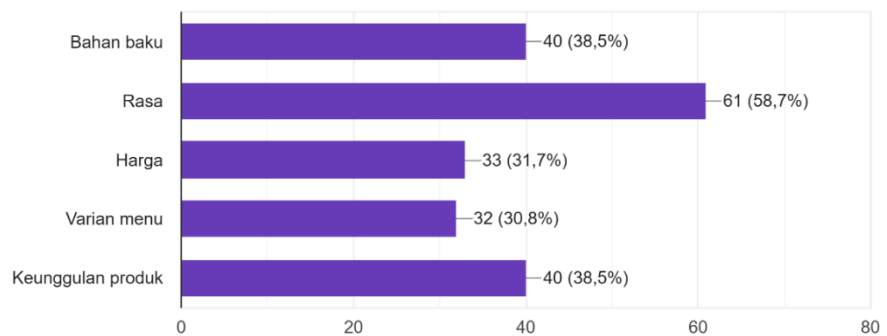
17. Apakah Anda tertarik jika minuman dipromosikan sebagai minuman alami dengan bahan asli (tanpa pemanis buatan)?

104 jawaban



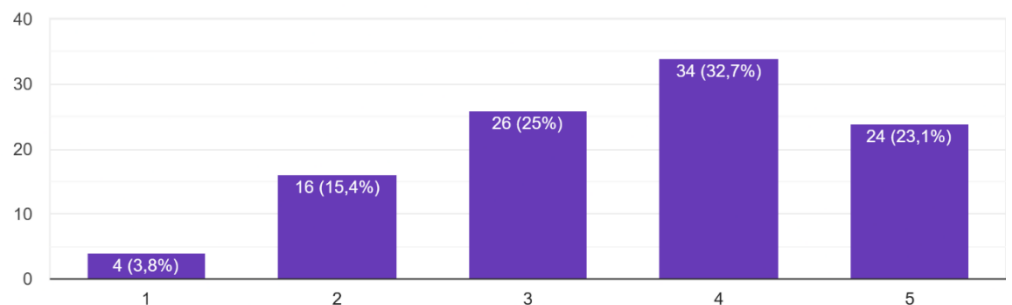
18. Informasi apa yang paling ingin Anda ketahui dari produk minuman seperti Es Kuwut? (pilih maksimal 2)

104 jawaban



19. Apakah tampilan media promosi S'Kuwud di atas menarik perhatian Anda?

104 jawaban

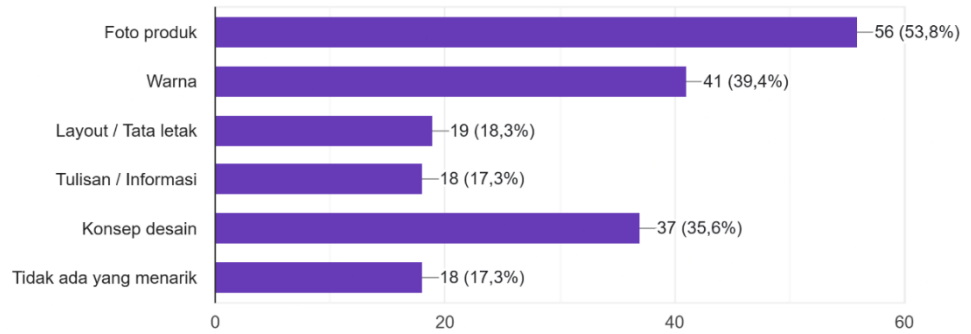


Hak Cipta :

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

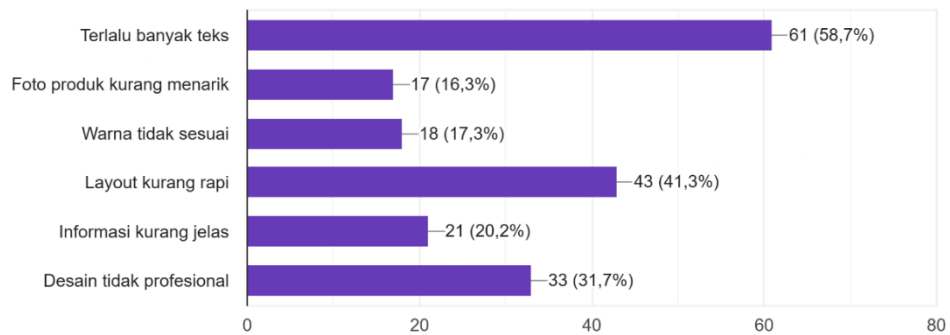
20. Bagian apa yang paling menarik dari media promosi tersebut? (boleh pilih lebih dari 1)

104 jawaban



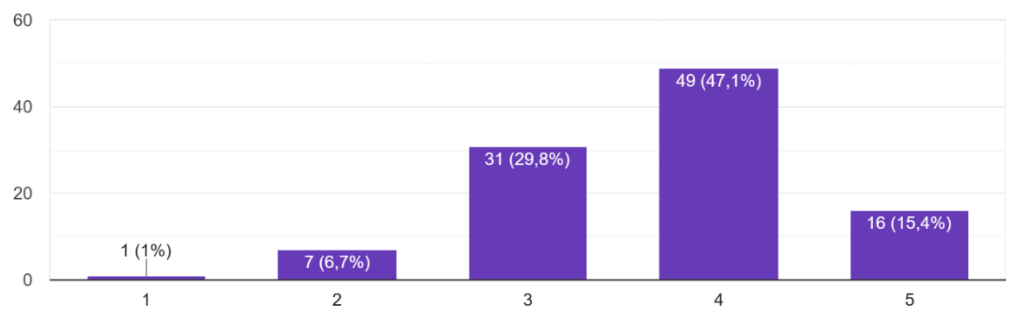
21. Apa yang menurut Anda kurang dari media promosi tersebut? (boleh pilih lebih dari 1)

104 jawaban



22. Apakah media promosi tersebut sudah mencerminkan minuman yang segar dan alami?

104 jawaban



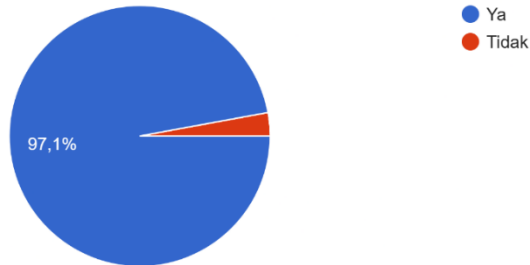


Hak Cipta :

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

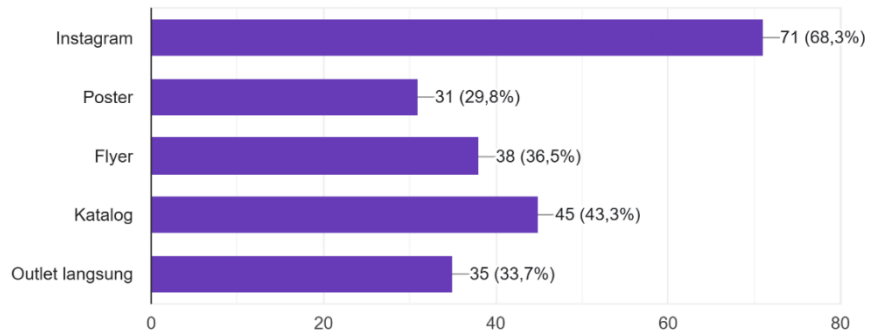
23. Apakah Anda pernah melihat media promosi dari suatu brand minuman?

104 jawaban



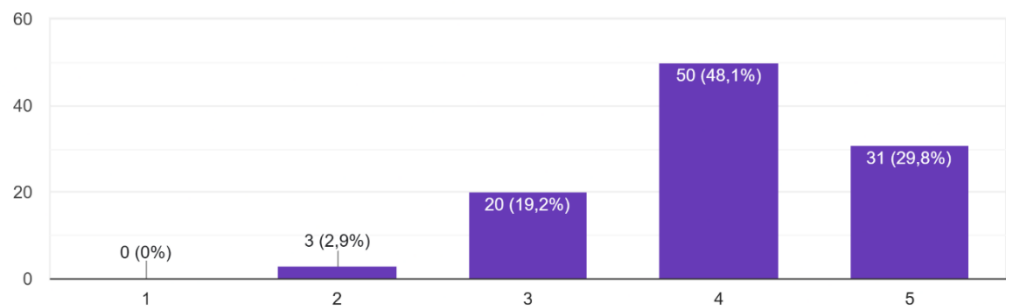
24. Jika pernah, di mana Anda biasanya melihat media promosi minuman? (pilih maksimal 3)

104 jawaban



25. Apakah tampilan media promosi memengaruhi ketertarikan Anda untuk membeli produk minuman?

104 jawaban



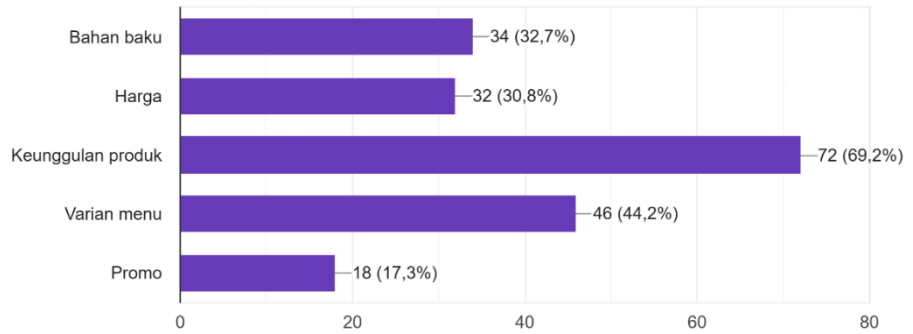


Hak Cipta :

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

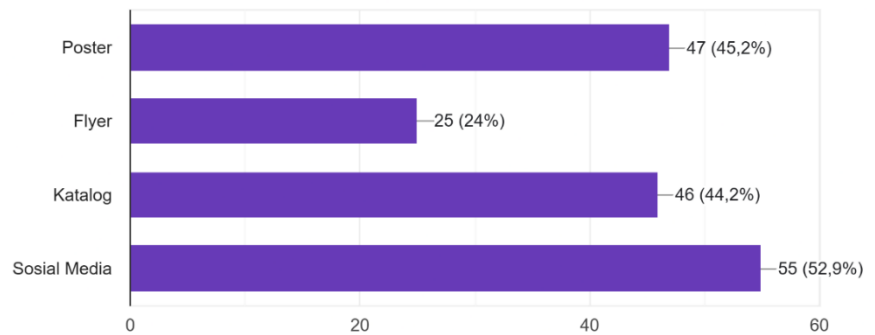
26. Menurut Anda, apa yang membuat media promosi terlihat menarik? (pilih maksimal 2)

104 jawaban



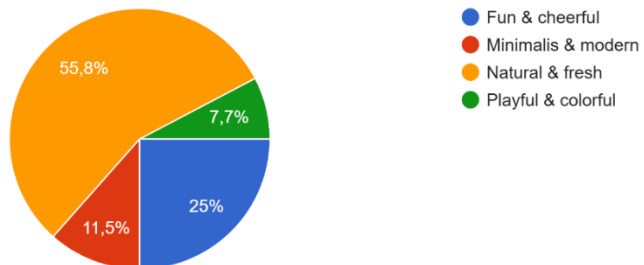
27. Media promosi apa yang paling menarik perhatian Anda? (pilih maksimal 2)

104 jawaban



28. Menurut Anda, gaya desain seperti apa yang paling cocok untuk promosi minuman Es Kuwut/S'kuwud Indonesia?

104 jawaban



V. DOKUMENTASI TESTING DAN TRANSKRIP WAWANCARA

Lampiran 5 Dokumentasi testing



Responden 1

Nama: Denisa

Golongan Target Audience: Anak muda yang suka minuman sehat kekinian

W: Sebelumnya sudah tahu belum Es Kuwut itu apa? Sebelum melihat desain ini atau mungkin pernah dengar dari internet?

D: Pernah, saya pernah dengar dari internet.

W: Setelah melihat dan membaca desain ini, jadi tahu tidak Es Kuwut itu isinya apa saja?

D: Iya, secara garis besar jadi tahu setelah membacanya.

JAKARTA

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

W: Kalau desain ini dilihat sekilas atau dari jarak jauh, menurut kakak langsung kelihatan tidak kalau ini sedang menjual atau mempromosikan produk apa?

D: Iya, langsung kelihatan.

W: Setelah melihat desain ini, apakah muncul ketertarikan untuk membeli produknya?

D: Iya.

W: Produknya Es Kuwut dari S'kuwud ya?

D: Iya, dari S'kuwud.

W: Menurut kakak, informasi apa yang masih perlu ditambahkan pada desain ini? Misalnya harga, lokasi, atau informasi lainnya?

D: Mungkin harga.

W: Berarti informasi harga ya?

D: Iya.

W: Bagaimana menurut kakak mengenai warna pada desain ini? Apakah sudah enak dilihat?

D: Sudah. Warnanya sangat cerah, jadi terlihat lebih segar.

W: Kalau untuk teks atau tulisannya, apakah sudah bisa dibaca dengan jelas tanpa harus menyipitkan mata?

D: Iya, sudah jelas dan tidak perlu menyipitkan mata.

W: Bagaimana dengan elemen-elemen visualnya, seperti daun, buah, dan gambar gelas? Apakah sudah mendukung kesan fresh, natural, dan modern yang ingin ditampilkan?

D: Sudah.

W: Menurut kakak, apakah tata letak desain ini, seperti penempatan gambar, judul, dan teksnya sudah terlihat rapi dan mudah diikuti?

D: Iya, sudah.

W: Secara keseluruhan, apakah desain ini terasa seimbang atau ada bagian yang menurut kakak terlalu penuh atau terlalu kosong?

D: Menurut saya sudah seimbang.



© 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

W: Apakah semua elemen pada desain ini sudah terasa menyatu, atau ada yang menurut kakak kurang nyambung?

D: Sudah menyatu semuanya.

W: Kalau begitu, kesan apa yang paling terasa dari keseluruhan desain ini? Misalnya alami, segar, modern, tradisional, atau yang lainnya.

D: Alami, natural, dan sederhana.

W: Menurut kakak masih ada tidak hal yang perlu ditambahkan atau diperbaiki dari desain ini?

D: Tidak ada. Mungkin hanya menambahkan informasi harga.

W: Berarti cukup penambahan harga saja ya?

D: Iya.

W: Baik, terima kasih banyak ya.

Responden 2

Nama: Rifqa

Golongan Target Audience: Mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial dan menyukai minuman segar

W: Untuk desain yang pertama ini, menurut kakak keterbacaannya sudah oke belum?

R: Iya, keterbacaannya sudah jelas.

W: Terus, setelah melihat desain ini, kakak sudah paham belum Es Kuwut itu apa?

R: Belum.

W: Kenapa belum?

R: Soalnya dari desain ini belum kelihatan Es Kuwut itu isinya atau komposisinya apa saja.

W: Berarti menurut kakak informasi mengenai komposisi Es Kuwut di desain ini belum cukup jelas ya?

R: Iya.

W: Tapi kalau untuk keterbacaannya sendiri, teksnya sudah jelas kan?

R: Iya, jelas.



Hak Cipta :

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

W: Menurut kakak, desain ini sudah memberikan kesan modern, fresh, dan natural belum? Misalnya dari penggunaan elemen daun dan sebagainya.

R: Iya, sudah terasa fresh dan natural.

W: Selanjutnya ini desain untuk postingan Instagram dan Instagram Stories. Menurut kakak, kalau sedang scrolling Instagram lalu melihat desain ini, apakah langsung tertarik untuk berhenti dan membaca informasinya?

R: Belum begitu. Rasanya masih belum ada sesuatu yang benar-benar menarik perhatian.

W: Tapi untuk informasi yang disampaikan masih jelas ya?

R: Iya, informasinya jelas.

W: Kalau dibandingkan dengan desain sebelumnya, menurut kakak informasi mengenai bahan-bahannya di desain ini sudah lebih jelas belum?

R: Iya, lebih jelas daripada yang tadi.

W: Yang terakhir, untuk desain menu ini bagaimana? Apakah keterbacaannya sudah jelas?

R: Iya, sudah jelas.

W: Karena pilihan menunya juga terlihat bermacam-macam ya?

R: Iya.

W: Berarti secara keseluruhan kesan modern dan naturalnya juga masih terasa ya?

R: Iya.

W: Oke, terima kasih banyak ya, Kak.

Responden 3

Nama: Amir

Golongan Target Audience: Mahasiswa dan pekerja muda yang aktif di media sosial serta tertarik mencoba minuman kekinian

W: Kalau Abang lihat desain ini, apakah tulisannya sudah jelas terbaca? Perlu menyipitkan mata dulu nggak untuk membacanya?

A: Nggak, kelihatan kok.

W: Berarti keterbacaannya sudah jelas ya?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: Iya.

W: Saat pertama kali melihat poster ini, bagian apa yang paling menarik perhatian Abang?

A: Esnya sih.

W: Sebelumnya Abang sudah tahu belum Es Kuwut itu apa?

A: Belum.

W: Setelah membaca informasi yang ada di poster ini, jadi langsung tahu nggak Es Kuwut itu apa?

A: Iya, jadi tahu kalau Es Kuwut itu minuman.

W: Menurut Abang, desain ini sudah memberikan kesan *fresh*, *natural*, atau *modern* belum?

A: Menurut saya lebih ke *fresh*.

W: Kalau kesan *natural*-nya bagaimana?

A: Naturalnya ada sih, mungkin dari elemen daun-daunnya. Cuma menurut saya belum terlalu terasa.

W: Oke, berarti kesan *natural*-nya sudah ada, tetapi belum terlalu kuat ya?

A: Iya.

W: Selanjutnya untuk desain menu ini, bagaimana menurut Abang? Apakah keterbacaannya sudah jelas?

A: Sudah jelas.

W: Kalau desain seperti ini muncul di media sosial saat Abang sedang *scrolling*, kira-kira Abang tertarik nggak untuk berhenti dan membaca informasinya?

A: Iya, saya tertarik.

W: Oke, terima kasih banyak ya, Bang.

Responden 4

Nama: Arfa



Hak Cipta :

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

Golongan Target Audience: Pelajar yang aktif menggunakan media sosial dan tertarik mencoba minuman kekinian

W: Sebelumnya, sudah tahu belum Es Kuwut itu apa?

A: Belum.

W: Coba dibaca dulu informasi pada desain ini, boleh sekilas saja.

A: (Membaca desain.)

W: Nah, setelah membacanya, jadi tahu tidak Es Kuwut itu apa?

A: Iya, jadi tahu.

W: Berarti informasinya sudah cukup jelas ya?

A: Iya.

W: Kalau untuk keterbacaannya, menurut kamu bagaimana? Apakah semua tulisan pada desain ini sudah jelas terbaca tanpa harus menyipitkan mata?

A: Jelas semua. Aman banget.

W: Berarti tidak ada bagian yang sulit dibaca ya?

A: Nggak ada, semuanya jelas.

W: Oke. Kalau untuk penggunaan warna pada desain ini, menurut kamu sudah nyaman di mata belum? Ada nggak warna atau kontras yang mengganggu sehingga sulit dibaca?

A: Nggak sih. Justru warnanya menarik perhatian.

W: Berarti secara keseluruhan warna dan keterbacaannya sudah oke ya?

A: Iya, aman.

W: Menurut kamu, elemen-elemen seperti daun, buah, warna, dan ilustrasi pada desain ini sudah memberikan kesan modern, natural, dan fresh belum?

A: Iya, sudah. Soalnya memang konsepnya dari kelapa juga, jadi masih terasa natural.

W: Menurut kamu masih ada informasi yang perlu ditambahkan nggak? Misalnya lokasi, harga, atau informasi lainnya.

A: Paling harga sih.

W: Karena biasanya orang ingin tahu harganya dulu sebelum membeli ya?

A: Iya, benar.



© 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

W: Selanjutnya, kalau desain ini muncul di media sosial saat kamu sedang *scrolling*, kira-kira kamu akan berhenti untuk melihat dan membaca informasinya nggak?

A: Pasti ada sih.

W: Berarti cukup menarik perhatian ya?

A: Iya, tertarik. Cuma mungkin nggak lama, paling berhenti sebentar buat lihat dan baca.

W: Setelah membaca informasinya, apakah jadi tertarik untuk membeli atau mencoba produknya?

A: Lumayan tertarik. Soalnya saya belum pernah coba Es Kuwut, apalagi di Depok juga jarang.

W: Terakhir, ada masukan untuk desain ini?

A: Menurut saya dibuat lebih simpel saja. Soalnya kebanyakan orang nggak suka membaca teks yang terlalu banyak.

W: Maksudnya informasi dibuat lebih ringkas ya?

A: Iya. Mungkin juga bisa ditambah rekomendasi, misalnya minuman yang paling segar atau yang rasanya lebih manis, jadi orang lebih gampang memilih.

W: Baik, berarti dibuat lebih sederhana dan ditambah rekomendasi menu ya.

A: Iya.

W: Oke, terima kasih banyak ya.

Responden 5

Nama: Pak Nuril

Golongan Target Audience: Konsumen dewasa yang menyukai minuman sehat berbahan alami.

W: Sebelumnya sudah tahu belum Es Kuwut itu apa?

A: Belum.

W: Oke, coba dibaca dulu ya informasi pada desain ini. Boleh dibaca sekilas saja.



Hak Cipta :

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

A: (Membaca desain.)

W: Setelah membaca informasi tersebut, jadi tahu nggak Es Kuwut itu apa? Misalnya komposisinya, rasanya, atau asal-usulnya?

A: Iya, jadi tahu. Jadi tahu Es Kuwut itu dibuat dari apa dan juga asal-usulnya.

W: Untuk informasi mengenai bahan-bahan atau komposisinya, menurut kamu sudah cukup jelas belum?

A: Menurut saya sudah jelas. Informasinya juga nggak ada yang kurang.

W: Berarti secara informasi sudah lengkap ya?

A: Iya, aman.

W: Kalau untuk keterbacaannya bagaimana? Misalnya kalau desain ini diposting di Instagram, apakah tulisannya masih jelas terbaca?

A: Kalau buat yang masih muda mungkin masih bisa dibaca. Tapi kalau untuk orang yang lebih dewasa atau agak tua, mungkin harus di-*zoom* dulu supaya lebih jelas.

W: Berarti ukuran tulisannya bisa sedikit diperbesar ya?

A: Iya, supaya nggak perlu di-*zoom* lagi.

W: Selain itu, dari keempat desain ini ada nggak bagian yang menurut kamu sulit dibaca?

A: Nggak ada sih.

W: Menurut kamu, elemen-elemen seperti daun, buah, dan warna yang digunakan sudah menggambarkan kesan *natural*, *fresh*, dan *modern* belum?

A: Menurut saya sudah. Dari warnanya sudah terasa kesan *natural*-nya.

W: Kalau menurut kamu masih ada informasi yang perlu ditambahkan nggak? Misalnya harga atau lokasi.

A: Menurut saya perlu ditambahkan harga dan lokasi.

W: Kenapa begitu?

A: Karena biasanya orang sebelum beli minuman pasti lihat harganya dulu. Kalau harga sudah terlihat, orang jadi bisa memperkirakan mau beli yang mana. Menurut saya sekarang orang tertarik membeli minuman itu biasanya



Hak Cipta :

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

karena dua hal, yaitu kemasannya dan harganya. Kalau kemasannya bagus dan harganya jelas, pasti lebih banyak yang tertarik.

W: Selanjutnya, misalkan postingan Instagram dan Instagram Story ini muncul saat kamu sedang *scrolling* media sosial. Kira-kira kamu akan berhenti beberapa detik untuk membaca informasinya nggak?

A: Pasti tertarik. Kalau muncul desain seperti ini saya pasti berhenti buat lihat dan baca dulu.

W: Berarti cukup menarik perhatian ya?

A: Iya. Cuma menurut saya untuk membaca informasinya agak kurang nyaman karena tulisannya kecil, jadi harus di-*zoom*. Itu yang kadang bikin orang malas.

W: Berarti menurut kamu lebih baik satu desain menampilkan satu varian saja?

A: Iya. Menurut saya lebih enak satu desain untuk satu varian. Jadi orang langsung fokus ke satu produk. Bisa juga ditambahkan gambar bahan-bahannya atau buahnya, lalu di sampingnya dijelaskan komposisinya supaya lebih mudah dipahami.

W: Oke. Setelah melihat desain ini, apakah jadi tertarik untuk mencoba produknya?

A: Iya, tertarik. Soalnya yang pertama kali dilihat itu visualnya. Kalau visualnya bagus, orang pasti tertarik. Tapi menurut saya visual yang ditampilkan juga harus sesuai dengan produk aslinya. Jangan terlalu berbeda, karena nanti orang mungkin hanya datang sekali karena penasaran, tapi tidak kembali lagi kalau ekspektasinya tidak sesuai.

W: Baik. Pertanyaan terakhir, selain saran tadi, ada masukan lain untuk desain ini?

A: Menurut saya untuk katalog lebih baik dipisahkan. Misalnya produk *best seller* dibuat menjadi satu desain khusus, lalu produk lainnya bisa dibuat di desain terpisah sebagai pelengkap. Dengan begitu orang jadi lebih fokus melihat produk unggulannya, sementara produk lain tetap diperkenalkan. Menurut saya tampilannya juga jadi lebih menarik.



Hak Cipta :

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

W: Oke, baik. Terima kasih banyak ya, sudah meluangkan waktunya.

A: Sama-sama.

Responden 6

Nama: Ibu Dina

Golongan Target Audience: Pekerja muda yang menyukai minuman sehat dan minuman kekinian

W: Sebelumnya, sudah pernah mencoba Es Kuwut S'kuwud belum?

R: Iya, sudah pernah.

W: Menurut Kakak, apakah desain ini sudah cukup jelas?

R: Iya, desainnya cukup jelas.

W: Kalau desain ini muncul di media sosial saat Kakak sedang *scrolling*, kira-kira Kakak akan berhenti untuk membaca informasinya nggak?

R: Bakalan baca sih, soalnya desainnya lumayan *catchy* menurut saya.

W: Setelah melihat desain ini, apakah jadi tertarik untuk membeli produknya?

R: Ada dong, tertarik pastinya.

W: Menurut Kakak, masih ada informasi yang perlu ditambahkan pada desain ini?

R: Mungkin ditambah informasi tempat belinya di mana, terus harganya juga belum ada.

W: Kalau dari segi warna, menurut Kakak sudah nyaman dilihat belum?

R: Sudah nyaman. Soalnya perpaduan warnanya sudah pas, ada hijau dan kuning, jadi enak dilihat.

W: Bagaimana dengan keterbacaannya? Apakah semua tulisan sudah jelas terbaca?

R: Sudah jelas sih. Menurut saya nggak ada yang susah dibaca, semua tulisannya jelas.

W: Menurut Kakak, elemen-elemen seperti daun, buah, ilustrasi minuman, dan warna pada desain ini sudah sesuai dengan konsep yang ingin ditampilkan belum?



Hak Cipta :

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

R: Sudah, menurut saya sudah sesuai.

W: Kalau dari tata letaknya sendiri, apakah desain ini sudah terlihat seimbang?

R: Sudah. Desainnya sudah seimbang, motifnya juga bagus.

W: Saat pertama kali melihat desain ini, bagian apa yang paling menarik perhatian Kakak?

R: Yang paling menarik perhatian itu warna-warna minumannya, soalnya kelihatan segar banget.

W: Apakah semua elemen pada desain ini terasa menyatu atau ada yang kurang cocok?

R: Menurut saya nyambung kok, semua elemennya menyatu.

W: Kalau melihat keseluruhan desain ini, kesan apa yang paling terasa?

R: Kesan alami, segar, dan modern semuanya terasa.

W: Terakhir, apakah masih ada saran atau masukan untuk desain ini?

R: Sejauh ini sudah jelas semua sih. Desainnya juga sudah menarik dan warna-warnanya sudah bagus.

W: Baik, terima kasih banyak ya, Kak.

Responden 7

Nama: Radit

Golongan Target Audiens: Pekerja kantoran yang rutin mengonsumsi minuman sehat sebagai gaya hidup

W: Sebelumnya udah tau Es Kuwut itu apa?

R: Pernah liat di sosmed tapi ga pernah beneran nyimak. Jadi sebenarnya ga tau juga sih isinya apa.

W: Setelah liat desain ini jadi lebih tau ga?

R: Jadi tau. Yang menarik buat saya itu informasi bahannya, ternyata pakai kelapa muda asli bukan sirup. Itu langsung bikin beda di kepala saya.

W: Dari jauh atau sekilas, ketangkep ga ini promosi apa?



© 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

R: Ketangkep, warna kuningnya itu langsung bikin mata noleh. Terus ada foto gelasnya yang gede jadi langsung paham ini minuman.

W: Kalau lewat di sosmed, discroll atau berhenti?

R: Berhenti kayaknya. Visualnya eye-catching, beda dari konten minuman lain yang biasanya lebih gelap atau terlalu minimalis.

W: Ada ketertarikan buat beli?

R: Ada, apalagi ada klaim tanpa pemanis buatan. Saya emang lagi ngurangin gula jadi itu langsung relevan buat saya.

W: Ada informasi yang masih kurang?

R: Harga sih. Pas saya liat katalog menunya, harganya belum ada. Padahal itu yang pertama saya cari kalau liat promosi minuman.

W: Warnanya nyaman diliat?

R: Nyaman banget, malah seger diliatnya. Ga bikin mata lelah.

W: Tulisannya mudah dibaca tanpa harus menyipitkan mata?

R: Bisa, semua bagian tulisannya kebaca jelas. Ga ada yang bikin saya harus mendekatkan layar atau mengecilkan mata.

W: Elemen visual kayak buah dan daunnya udah mendukung kesan yang diinginkan?

R: Udah, malah itu yang bikin desainnya keliatan premium. Foto buahnya bagus dan keliatan segar.

W: Tata letaknya rapi?

R: Rapi, ada urutan yang jelas. Mata saya ga bingung mau mulai liat dari mana.

W: Ada bagian yang terlalu penuh atau kosong?

R: Udah seimbang menurut saya. Ruangnya cukup, ga terasa sesak.

W: Pertama liat, bagian mana yang paling duluan narik perhatian?

R: Tulisan headline gedonya, terus langsung ke foto produknya.

W: Semua elemennya nyambung?

R: Nyambung, konsisten dari satu slide ke slide lain juga.

W: Kesan apa yang paling kerasa?



Hak Cipta :

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

R: Modern tapi tetap natural. Kesannya brand ini serius soal kualitas bahannya.

W: Ada hal lain yang bisa diperbaiki?

R: Tambahin harga di katalog menunya aja, soalnya itu yang paling saya butuhin sebelum memutuskan beli.

Responden 8

Nama: Ridwan

Golongan Target Audiens: Karyawan swasta yang sering memesan minuman lewat aplikasi pesan antar

W: Sebelumnya udah pernah tau soal Es Kuwut? P: Lumayan tau sih, soalnya temen kantor pernah cerita. Tapi detail bahannya ga begitu ngerti.

W: Setelah liat desain ini jadi lebih paham ga soal Es Kuwut, termasuk rasa dan komposisinya?

P: Jadi lebih jelas, ternyata ada tiga rasa ya, melon, naga, sama nanas. Terus campurannya jeruk nipis sama selasih juga, jadi kebayang rasanya kayak gimana.

W: Kalau liat dari jauh atau sekilas, langsung ketebak ga ini lagi promosi apa?

P: Ketebak, soalnya foto minumannya gede dan jelas banget. Warnanya juga langsung bikin perhatian ke situ.

W: Kalau desain ini lewat di sosmed, bakal berhenti liat atau langsung dilewat?

P: Berhenti pasti, soalnya saya emang suka feed yang warnanya cerah gini, ga keliatan monoton.

W: Ada ketertarikan buat beli setelah liat ini?

P: Ada banget, apalagi liat varian rasanya macem-macem jadi pengen coba semua.

W: Ada informasi yang menurut kamu masih kurang?

P: Harga belum ada di katalog menunya, itu yang penting banget sih sebelum mutusin order.



Hak Cipta :

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

W: Warnanya udah nyaman diliat?

P: Nyaman, kuning sama hijaunya itu seger banget diliat, ga norak.

W: Tulisannya mudah dibaca tanpa harus menyipitkan mata? P: Mudah semua, ga ada yang kekecilan atau bikin susah dibaca.

W: Elemen visual seperti daun, buah, sama gambar lainnya udah ngedukung kesan fresh, natural, modernnya? P: Udah, malah jadi keliatan estetik banget. Buahnya keliatan asli, bukan kayak ilustrasi doang.

W: Tata letaknya udah rapi dan enak diikuti urutannya?

P: Rapi, dari judul ke gambar terus ke info lainnya jelas urutannya.

W: Ada bagian yang kerasa terlalu penuh atau kosong sebelah?

P: Ga ada, udah pas porsinya menurut saya.

W: Pas pertama liat, bagian mana yang paling duluan narik perhatian?

P: Foto minumannya, apalagi yang warna pink dari buah naga itu mencolok banget.

W: Elemen-elemennya kerasa menyatu atau ada yang nyasar?

P: Menyatu semua, ga ada yang keliatan asal taro.

W: Kesan apa yang paling kerasa dari desain ini

P: Fresh dan modern, tapi tetep ada sentuhan lokalnya juga.

W: Ada bagian lain yang menurut kamu masih bisa diperbaiki?

P: Tambahin aja harga di katalog menuanya, biar langsung kebayang budget yang dibutuhin.

Responden 9

Nama: Siroj

Golongan Target Audiens: Mahasiswa yang suka main sosmed dan suka minuman kekinian

W: Sebelumnya udah pernah tau soal Es Kuwut?

S: Pernah liat sekilas di feed orang, tapi ga pernah niat cari tau lebih jauh itu minuman apa.

W: Setelah liat desain ini jadi lebih paham ga soal Es Kuwut, termasuk rasa dan komposisinya?



Hak Cipta :

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

S: Jadi paham, ternyata bahannya kelapa muda asli dipadu sama buah-buahan kayak naga, melon, nanas. Ga nyangka komposisinya selengkap itu.

W: Kalau liat dari jauh atau sekilas, langsung ketebak ga ini lagi promosi apa?

S: Ketebak banget, fotonya jelas nunjukin ini minuman, apalagi warnanya yang nyolok jadi langsung kebaca dari jauh.

W: Kalau desain ini lewat di sosmed, bakal berhenti liat atau langsung dilewat?

S: Berhenti, saya tipe yang suka stop kalau liat visual makanan atau minuman yang fotonya niat kayak gini.

W: Ada ketertarikan buat beli setelah liat ini?

S: Ada, apalagi klaim seger alami dan tanpa pengawetnya itu nambah percaya buat coba.

W: Ada informasi yang menurut kamu masih kurang?

S: Harga di katalog menunya belum dicantumin, padahal itu yang biasanya saya cek duluan sebelum mutusin beli.

W: Warnanya udah nyaman diliat?

S: Nyaman, kombinasi kuning hijaunya pas, ga bikin mata capek walau warnanya cerah.

W: Tulisannya mudah dibaca tanpa harus menyipitkan mata?

S: Mudah semua, dari headline sampai keterangan kecil kebaca jelas.

W: Elemen visual seperti daun, buah, sama gambar lainnya udah ngedukung kesan fresh, natural, modernnya?

S: Udah, malah elemen buahnya itu yang bikin desainnya keliatan hidup dan ga kaku.

W: Tata letaknya udah rapi dan enak diikutin urutannya?

S: Rapi, alurnya jelas dari atas ke bawah, ga bikin bingung.

W: Ada bagian yang kerasa terlalu penuh atau kosong sebelah?

S: Udah seimbang menurut saya, ga ada sisi yang keliatan kosong banget.

W: Pas pertama liat, bagian mana yang paling duluan narik perhatian?



© 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

S: Foto produknya, warna pink dari buah naganya langsung bikin mata ke situ duluan.

W: Elemen-elemennya kerasa menyatu atau ada yang nyasar?

S: Menyatu semua, dari satu konten ke konten lain juga konsisten temanya.

W: Kesan apa yang paling kerasa dari desain ini?

S: Fresh dan kekinian, tapi tetep kerasa lokal banget dari elemen-elemennya.

W: Ada bagian lain yang menurut kamu masih bisa diperbaiki?

S: Cantumin aja harga di katalog menunya, biar pas liat udah langsung tau estimasi budgetnya.

Responden 10

Nama: Fahmi

Golongan Target Audiens: Mahasiswa yang suka main sosmed dan suka minuman kekinian

W: Sebelumnya udah pernah tau soal Es Kuwut?

F: Lumayan, soalnya beberapa kali liat di Instagram lewat, tapi belum pernah coba.

W: Setelah liat desain ini jadi lebih paham ga soal Es Kuwut, termasuk rasa dan komposisinya?

F: Iya jadi lebih jelas, ternyata ada beberapa varian rasa dan bahannya kelapa muda asli, bukan yang pakai sirup-sirup gitu.

W: Kalau liat dari jauh atau sekilas, langsung ketebak ga ini lagi promosi apa

F: Ketebak, soalnya foto minumannya gede dan langsung keliatan jelas ini lagi jualan minuman.

W: Kalau desain ini lewat di sosmed, bakal berhenti liat atau langsung dilewat?

F: Berhenti sih, warnanya kuning cerah gitu jadi kayak nyangkut sendiri di mata pas lagi scroll.

W: Ada ketertarikan buat beli setelah liat ini



Hak Cipta :

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

F: Ada, apalagi pas liat ada tiga rasa beda, jadi penasaran pengen nyobain semuanya.

W: Ada informasi yang menurut kamu masih kurang?

F: Harga belum ada di katalog menunya, itu yang penting banget biar tau budget yang harus disiapkan.

W: Warnanya udah nyaman diliat?

F: Nyaman, ga bikin silau walaupun warnanya terang.

W: Tulisannya mudah dibaca tanpa harus menyipitkan mata?

F: Mudah semua, ga ada yang bikin saya harus mendekatkan layar.

W: Elemen visual seperti daun, buah, sama gambar lainnya udah ngedukung kesan fresh, natural, modernnya

F: Udah banget, malah jadi keliatan lebih niat dan estetik daripada feed minuman lain yang biasa saya liat.

W: Tata letaknya udah rapi dan enak diikuti urutannya?

F: Rapi, dari judul ke foto produk terus ke info-info lainnya jelas alurnya.

W: Ada bagian yang kerasa terlalu penuh atau kosong sebelah?

F: Ga ada, udah pas semua.

W: Pas pertama liat, bagian mana yang paling duluan narik perhatian?

F: Foto minumannya, terutama yang warna pink mencolok itu langsung kena mata duluan.

W: Elemen-elemennya kerasa menyatu atau ada yang nyasar?

F: Menyatu, ga ada yang keliatan asal taro atau ga nyambung.

W: Kesan apa yang paling kerasa dari desain ini?

F: Kekinian dan seger, cocok buat konten yang sering muncul di explore.

W: Ada bagian lain yang menurut kamu masih bisa diperbaiki?

F: Ditambahin aja harga di katalog menunya, biar langsung kebayang mau pesen yang mana.



Hak Cipta :

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

VI. HASIL TURNITIN

Lampiran 6 Hasil plagiarisme



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714429

PAPER NAME

DG8D_MUHAMMAD IQBAL FATURROHM
AN_PERANCANGAN MARKETING COLLA
TERAL PADA S'KUWUD INDONESIA SEB
AGAI MEDIA PROMOSI.pdf

WORD COUNT

14737 Words

CHARACTER COUNT

94372 Characters

PAGE COUNT

73 Pages

FILE SIZE

2.6MB

SUBMISSION DATE

Jul 2, 2026 9:31 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 2, 2026 9:32 AM GMT+7

● 5% Overall Similarity

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

- 4% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

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

VII. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Lampiran 7 Daftar riwayat hidup

MUHAMMAD IQBAL FATURROHMAN

DESAIN GRAFIS

iqbalfatur@gmail.com • (+62)877-6354-4149 • [linkedin.com/in/muhammad-iqbal-faturrohman](https://www.linkedin.com/in/muhammad-iqbal-faturrohman)

PROFILE

Saya Muhammad Iqbal Faturrohman, mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta (PNJ) yang memiliki pengalaman di bidang desain grafis. Saya terbiasa membuat berbagai kebutuhan desain untuk media digital maupun cetak, seperti konten media sosial, materi promosi, dan desain branding. Saya memiliki kemampuan dalam mengolah visual yang menarik, memperhatikan detail, serta mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim. Saya juga memiliki semangat belajar yang tinggi dan selalu berusaha mengembangkan keterampilan agar dapat menghasilkan desain yang kreatif, efektif, dan sesuai dengan kebutuhan.

EXPERIENCE

Desain Grafis / Owner

Juni 2017 – September 2020

@seputar.chelsea

- Mendesain konten media sosial bertema sepak bola, seperti infografis, line-up pertandingan, quote, dan berita.
- Mengembangkan desain yang konsisten dengan identitas visual akun untuk meningkatkan kualitas konten.
- Berkontribusi dalam mengembangkan akun hingga mencapai 30.000 pengikut (followers).

Desain Grafis

Februari 2021 – Juli 2023

@fansbarca.id

- Mendesain konten media sosial bertema sepak bola, seperti infografis, line-up pertandingan, quote, dan berita.
- Mengembangkan desain yang konsisten dengan identitas visual akun untuk meningkatkan kualitas konten.
- Berkontribusi dalam mengembangkan akun hingga mencapai 30.000 pengikut (followers).

Desain Grafis

Februari 2025 – Juni 2025

Debora Tech

- Mendesain layout halaman website menggunakan Adobe Illustrator dan Adobe Photoshop.
- Membuat desain logo sesuai kebutuhan branding klien.
- Mengedit dan memperbarui Brand Guidelines untuk menjaga konsistensi identitas visual.
- Berkolaborasi dengan tim untuk menghasilkan desain yang sesuai dengan kebutuhan proyek.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta

2021 – 2026

Teknik Grafika Penerbitan, Desain Grafis

Evanston, IL

- Mengembangkan keterampilan dalam Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Adobe InDesign.
- Berpartisipasi dalam *Project-Based Learning (PBL)* untuk mengerjakan proyek secara kolaboratif dan menerapkan keterampilan desain dalam studi kasus nyata.

SKILLS

Adobe Photoshop (Berpengalaman) · Adobe Illustrator (Terampil) · Adobe InDesign (Awal) · Word (Berpengalaman)
· Excel (Awal) · PowerPoint (Terampil)

LANGUAGES

Bahasa Mahir · Inggris Dasar