© 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* *BRAND* YESYA FRITA INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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

Oleh:
HANIF HIDAYATULLAH
2206421068

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 *Marketing Collateral Brand* Yesya Frita Indonesia sebagai Media Promosi
Penulis	: Hanif Hidayatullah
Jurusan	: Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi	: Desain Grafis

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

Depok, 08 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

8/7

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

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL BRAND* YESYA FRITA INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

HANIF HIDAYATULLAH

2206421068

Disahkan:

Depok, 15 Juli 2026

Penguji I	**Penguji II**
Anggi Anggarini, M.Ds	Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 198503162010122002	NIP. 19881215201832001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds

NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan

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

NIP. 198405292012121002

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL BRAND* YESYA FRITA 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.

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,

Hanif Hidayatullah

2206421068

© 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

ABSTRAK

Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk *handmade* membuka peluang bagi perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM), namun banyak pelaku usaha masih menghadapi kendala dalam membangun media promosi yang efektif dan konsisten. Yesya Frita Indonesia merupakan UMKM yang bergerak di bidang produksi tas dan suvenir *handmade*, namun media promosi yang dimiliki masih terbatas dan belum memiliki keselarasan identitas visual pada berbagai media komunikasi yang digunakan. Penelitian ini bertujuan merancang *marketing collateral* sebagai media promosi yang terintegrasi untuk mendukung penyampaian informasi produk serta memperkuat identitas visual Yesya Frita Indonesia. Proses perancangan menggunakan metode *Design Thinking* dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur yang kemudian dianalisis menggunakan SWOT sebagai dasar penyusunan arahan kreatif. Berdasarkan hasil analisis tersebut, proses perancangan dilanjutkan melalui pengembangan *mind map*, penyusunan *moodboard*, pembuatan sketsa, digitalisasi, serta *testing* kepada target audiens hingga menghasilkan desain *final*. Hasil penelitian berupa *marketing collateral* yang terdiri atas katalog produk, brosur, *X-banner*, dan *feed* Instagram dengan penerapan elemen dan prinsip desain grafis serta identitas visual yang konsisten pada seluruh media. Identitas visual tersebut diwujudkan melalui penggunaan warna, tipografi, fotografi, elemen grafis, serta tekstur visual yang selaras sehingga merepresentasikan karakter Yesya Frita Indonesia yang etnik, elegan, dan profesional. Hasil *testing* menunjukkan bahwa media yang dirancang memperoleh kategori Sangat Baik pada aspek tampilan visual, penyampaian informasi, konsistensi identitas *brand*, dan efektivitas sebagai media promosi. Dengan demikian, *marketing collateral* yang dirancang mampu mendukung penyampaian informasi produk secara lebih efektif serta memenuhi kebutuhan promosi Yesya Frita Indonesia pada media cetak maupun digital.

Kata Kunci: *Design Thinking*, *Handmade*, *Marketing Collateral*, Media Promosi, UMKM

© 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

ABSTRACT

The increasing public interest in handmade products has created opportunities for the growth of Micro, Small, and Medium Enterprises (MSMEs). However, many businesses still face challenges in developing promotional media that are both effective and visually consistent. Yesya Frita Indonesia is an MSME specializing in the production of handmade bags and souvenirs. Despite utilizing several promotional channels, its existing promotional media remain limited and lack a consistent visual identity across different communication platforms. This study aims to design integrated marketing collateral as promotional media to support product information delivery while strengthening the visual identity of Yesya Frita Indonesia. The design process employed the Design Thinking method, with data collected through interviews, observations, questionnaires, and literature review. The collected data were analyzed using the SWOT method as the basis for developing the creative direction. Based on the analysis, the design process continued through the development of a mind map, mood board, sketching, digitalization, and testing with the target audience until the final design was achieved. The outcome of this study is a set of marketing collateral consisting of a product catalog, brochure, X-banner, and Instagram feed, all designed with the consistent application of graphic design elements, design principles, and visual identity across all media. The visual identity is expressed through the harmonious use of color, typography, photography, graphic elements, and visual textures, representing the ethnic, elegant, and professional character of Yesya Frita Indonesia. The testing results indicate that the designed media achieved an Excellent rating in terms of visual appearance, information delivery, brand identity consistency, and effectiveness as promotional media. Therefore, the designed marketing collateral is able to support more effective product information delivery while fulfilling the promotional needs of Yesya Frita Indonesia across both print and digital media.

Keywords: *Design Thinking, Handmade, Marketing Collateral, Promotional Media, MSMEs*

© 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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini dengan baik dan tepat waktu. Laporan ini diajukan sebagai salah satu persyaratan kelulusan Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta, dengan mengangkat judul "Perancangan *Marketing Collateral Brand* Yesya Frita Indonesia sebagai Media Promosi". Selain sebagai pemenuhan persyaratan akademik, laporan ini juga menjadi wadah bagi penulis untuk menghimpun pengalaman, wawasan, dan tantangan selama proses penyusunannya.

Penulis menyampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada keluarga, khususnya kedua orang tua tercinta, atas doa, dukungan, dan kasih sayang yang tidak pernah putus dalam setiap langkah yang penulis tempuh. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan;
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis;
4. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan laporan ini;
5. Yeni Syafrita, SKM, selaku pemilik UMKM Yesya Frita Indonesia, yang telah memberikan kesempatan serta pengalaman berharga kepada penulis dalam melakukan proses perancangan *marketing collateral*.
6. Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh rekan-rekan penulis, terutama kepada grup Hyperactive S.Tr.Ds. (Upi, Zulva, Fariz, Kholil, Apis, Rianie, dan Devina) yang selalu memberikan motivasi dan semangatnya;

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

7. Serta, kepada seluruh responden dan narasumber yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi yang sangat berguna bagi penyusunan laporan ini.

Penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi referensi bagi mahasiswa/i yang akan menyusun Laporan Tugas Akhir serupa.

Bekasi, 8 Juli 2026

Hanif Hidayatullah

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN ii
LEMBAR PENGESAHAN iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR iv
ABSTRAK v
ABSTRACT vi
PRAKATA vii
DAFTAR ISI ix
DAFTAR GAMBAR xii
DAFTAR TABEL xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Rumusan Masalah 3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan 3
1.4 Tujuan dan Manfaat 4
1.4.1 Tujuan 4
1.4.2 Manfaat 5
1.5 Sistematika Penulisan 5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN 8
2.1 *Marketing* (Pemasaran) 8
2.2 Promosi 9
2.3 *Marketing Collateral* 11
2.3.1 Katalog Produk 11
2.3.2 Brosur 12
2.3.3 *Banner* 13
2.3.4 *Feed* Instagram 14
2.4 Warna 14
2.5 Tipografi 17
2.6 Gambar 19

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

2.6.1 Cara Pembuatan 20
2.6.2 Format 21
2.6.3 Tipe 21
2.7 *Layout* (Tata Letak) 22
2.8 Prinsip Desain 23
2.8.1 *Balance* (Keseimbangan) 23
2.8.2 *Sequence/Rhythm* (Irama/Urutan) 24
2.8.3 *Emphasis/Focus* (Penekanan) 25
2.8.4 *Unity* (Kesatuan) 26
2.9 *Design Thinking* 27
2.9.1 *Empathize* (Berempati) 27
2.9.2 *Define* (Mendefinisikan) 28
2.9.3 *Ideate* (Penciptaan Ide) 28
2.9.4 *Prototype* (Purwarupa) 28
2.9.5 *Test* (Pengujian) 29
BAB III METODE PERANCANGAN 30
3.1 Metode Penelitian 30
3.2 Data dan Analisis 33
3.2.1 Profil Klien 33
3.2.2 *Product Knowledge* 35
3.2.3 *Target Audience* 36
3.2.4 Kompetitor 37
3.2.5 *Consumer Insight* 42
3.2.6 Analisis SWOT 47
3.3 Arahan Kreatif 51
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN 53
4.1 Konsep Visual 53
4.1.1 *Mind Map* 53
4.1.2 *Moodboard* 55
4.2 Proses Desain 57

4.2.1 Sketsa *Thumbnail*..... 58
4.2.2 Sketsa Manual..... 58
4.2.3 Desain komprehensif..... 62
4.2.4 Desain Terpilih..... 65
4.2.5 *Prototype*..... 76
4.2.6 *Testing*..... 77
4.2.7 Desain *Final*..... 80
4.3 Pertimbangan produksi..... 86
BAB V PENUTUP..... 88
5.1 Simpulan..... 88
5.2 Saran..... 90
DAFTAR REFERENSI..... 91
DAFTAR LAMPIRAN..... 103

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Teori 8
Gambar 2.2 Katalog Produk 12
Gambar 2.3 Brosur 13
Gambar 2.4 *Roll Banner* 13
Gambar 2.5 *Feed* Instagram 14
Gambar 2.6 *Additive Color* dan *Subtractive Color* 16
Gambar 2.7 *Color Harmony* 17
Gambar 2.8 4 Jenis *Font* 19
Gambar 2.9 Fotografi 20
Gambar 2.10 Ilustrasi 21
Gambar 2.11 Gambar Manual dan Gambar Digital 21
Gambar 2.12 *Bitmap* dan Vektor 22
Gambar 2.13 *Invisible Element* 23
Gambar 2.14 Keseimbangan Simetris, Asimetris, & Radial 24
Gambar 2.15 Irama Reguler, Mengalir, & Progresif 25
Gambar 2.16 Hierarki, Kontras, Skala & Proporsi 26
Gambar 2.17 Proses *Design Thinking* 27
Gambar 3.1 Kerangka Metode Perancangan 30
Gambar 3.2 Logo *Brand* 33
Gambar 3.3 Dokumentasi Kegiatan *Event* yang Diikuti 34
Gambar 3.4 Foto Beberapa Produk 36
Gambar 3.5 Logo Uwais Craft 38
Gambar 3.6 Instagram Uwais Craft 39
Gambar 3.7 Logo Riz Batik Culture by Nusariz 39
Gambar 3.8 Instagram Riz Batik Culture by Nusariz 40
Gambar 3.9 Logo Marawa Handmade 40
Gambar 3.10 Instagram Marawa Handmade 41
Gambar 4.1 *Mind Map* 54
Gambar 4.2 *Moodboard* 56

© 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 4.3 Sketsa *Thumbnail*..... 58
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1 dengan Konsep *Product Showcase*.....59
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2 dengan Konsep *Framed Composition*..... 60
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3 dengan Konsep *Floating Product*.....61
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 4 dengan Konsep *Lifestyle Photography*.....61
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 5 dengan Konsep *Product Styling*..... 62
Gambar 4.9 Desain komprehensif 1.....63
Gambar 4.10 Desain komprehensif 2.....64
Gambar 4.11 Desain komprehensif 3.....65
Gambar 4.12 Desain Terpilih..... 66
Gambar 4.13 Warna.....67
Gambar 4.14 Tipografi.....68
Gambar 4.15 Gambar..... 70
Gambar 4.16 Penerapan Prinsip *Balance* dalam Desain.....73
Gambar 4.17 Penerapan Prinsip *Sequence/Rhythm* dalam Desain.....74
Gambar 4.18 Penerapan *Emphasis* dalam Desain.....75
Gambar 4.19 Penerapan Prinsip *Unity* dalam Desain..... 76
Gambar 4.20 *Mockup* Digital.....76
Gambar 4.21 *Prototype* Cetak..... 77
Gambar 4.22 Katalog Produk.....81
Gambar 4.23 *X Banner*.....82
Gambar 4.24 Brosur..... 83
Gambar 4.25 *Feed* Instagram Konten 1 Kategori Produk.....84
Gambar 4.26 *Feed* Instagram Konten 2 Edukasi..... 84
Gambar 4.27 *Feed* Instagram Konten 3 *Behind The Scene*..... 85

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kesimpulan Data Hasil Penyebaran Kuesioner.....46
Tabel 3.2 Analisis SWOT.....48
Tabel 3.3 Arahan Kreatif.....51
Tabel 4.1 Hasil Penilaian Skala.....78
Tabel 4.2 *Feedback Capture Matrix*.....79
Tabel 4.3 Daftar Estimasi Harga Cetak.....86

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Transkrip Wawancara
LAMPIRAN 2 Hasil Kuesioner
LAMPIRAN 3 Dokumentasi Riset
LAMPIRAN 4 *Logbook* Bimbingan TA
LAMPIRAN 5 Hasil Cek Turnitin
LAMPIRAN 6 Daftar Riwayat Hidup

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam satu dekade terakhir, pasar kerajinan mengalami tren kenaikan permintaan terhadap produk *handmade* di kalangan masyarakat urban, yang dipicu oleh tumbuhnya apresiasi mereka terhadap barang-barang yang autentik (Hendro, 2023). Sejalan dengan meningkatnya minat terhadap produk tersebut, banyak Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang berkembang dengan fokus pada penjualan berbagai jenis *handmade* (Fajar *et al.*, 2023). Menurut data dari Kementerian UMKM, tercatat bahwa jumlah pelaku UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65,4 juta unit usaha. Sektor ini memiliki peran signifikan dalam perekonomian nasional, dengan menyerap sekitar 97% tenaga kerja serta memberikan kontribusi sebesar 61% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia (Laucereno, 2025).

Selain berfokus pada peningkatan penjualan, keberhasilan UMKM ditentukan oleh Sumber Daya Manusia (SDM), modal, lokasi usaha, dan strategi promosi. Promosi ini bertujuan untuk membangun citra *brand*, menjaga stabilitas pasar, dan menumbuhkan loyalitas pelanggan (Dhifaldi *et al.*, 2025). Namun demikian, salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh pelaku UMKM terletak pada keterbatasan dalam mempromosikan produk maupun jasa yang mereka hasilkan (Fitriana *et al.*, 2025). Salah satu solusi untuk mengatasi tantangan ini adalah dengan mengembangkan *marketing collateral*, berupa media cetak maupun media digital, seperti katalog produk, brosur, dan lain sebagainya (Silvia, 2023).

Sebagai salah satu UMKM yang berfokus pada produksi tas dan suvenir *handmade*, Yesya Frita Indonesia telah didirikan sejak April 2017 oleh Yeni Syafrita, dan telah berpartisipasi dalam berbagai kegiatan *event*, serta berhasil menjangkau pasar Malaysia untuk produk tas mukenanya. Hal ini menunjukkan bahwa *brand* memiliki potensi pasar yang baik dan peluang pengembangan yang luas. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan klien, diketahui bahwa media promosi yang saat ini digunakan masih terbatas pada unggahan di

media sosial, *word of mouth*, *company profile*, serta katalog digital. Meskipun sebagian media telah tersedia, belum terdapat integrasi visual yang konsisten dan representatif terhadap identitas *brand* pada berbagai media promosi cetak maupun digital. Kondisi ini terlihat dari belum adanya keselarasan *key visual* pada media yang sudah ada maupun pada media yang perlu dikembangkan untuk melengkapi kebutuhan *event*, seperti brosur dan *banner*. Hal tersebut menyebabkan penyampaian informasi produk belum tersampaikan secara maksimal, identitas visual *brand* belum tampil secara konsisten, serta *brand* kurang memiliki daya pembeda (*stand out*) ketika mengikuti kegiatan *event*. Akibatnya, citra *brand* belum terbentuk secara kuat dan melekat di benak *potential buyer*, serta belum mampu merepresentasikan karakter *brand* yang mengarah pada kesan etnik dan elegan secara konsisten.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Haidar (2024), yang menemukan bahwa penerapan desain visual yang konsisten dan terarah mampu meningkatkan daya tarik *brand* sekaligus memperkuat efektivitas komunikasi dalam menyampaikan nilai-nilai *brand*. Dengan demikian, kebutuhan utama Yesya Frita Indonesia adalah merancang *marketing collateral* yang terintegrasi antara media cetak dan digital, seperti katalog produk, brosur, *banner*, dan *feed* Instagram secara konsisten dan representatif terhadap identitas *brand*, sehingga mampu membangun citra yang kuat, menarik *potential buyer*, serta dapat digunakan secara efektif pada berbagai kegiatan *event*.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa media promosi berperan penting dalam membangun citra *brand* bagi UMKM. Pada penelitian Azizah *et al.* (2025) yang menggunakan metode *Community-Based Research* (CBR) menunjukkan bahwa UMKM Kedai Tahu Bakso Mama Jo sebelumnya belum memiliki *branding* yang jelas, namun keberadaan katalog dengan desain dan informasi yang disajikan secara konsisten berhasil meningkatkan citra *brand* menjadi lebih profesional. Sementara itu, penelitian yang dilakukan oleh Pangesa *et al.* (2025), menunjukkan bahwa pemahaman pelaku UMKM Bakso Budi Trimo Luwong terhadap pentingnya promosi digital, tingkat keterlibatan audiens di media sosial,

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

serta citra *brand* mengalami peningkatan melalui pendekatan studi kasus kualitatif dengan teknik pengumpulan data.

Meskipun penelitian terdahulu telah mengkaji peran media promosi dalam membangun citra *brand*, fokusnya masih terbatas pada katalog cetak atau promosi digital berbasis media sosial, serta didominasi sektor kuliner. Kajian yang secara komprehensif mengintegrasikan *marketing collateral* baik cetak maupun digital dengan *key visual* yang konsisten, khususnya pada UMKM *handmade* tas dan suvenir yang sangat bergantung pada kekuatan estetika visual, masih belum ditemukan. Di mana nilai estetika berperan sebagai penanda visual yang memberikan gambaran kepada konsumen mengenai karakteristik produk (Le, 2018). Sehingga, penelitian ini mengisi celah tersebut dengan melakukan perancangan *marketing collateral* terpadu berupa katalog produk, brosur, *banner*, dan *feed* Instagram, yang menerapkan *key visual* konsisten sebagai inti identitas *brand*, agar mampu membangun citra *brand* dan sekaligus meningkatkan daya tarik produk dalam berbagai konteks pemasaran, baik *offline* maupun *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka dapat dirumuskan sebuah rumusan permasalahan yaitu:

1. Bagaimana merancang *marketing collateral* yang mampu membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia yang etnik dan elegan?
2. Bagaimana penerapan teori dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* tersebut?
3. Bagaimana menerapkan hasil perancangan ke dalam berbagai media promosi cetak & digital, agar sesuai dengan kebutuhan promosi *brand* Yesya Frita Indonesia?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini berfokus pada perancangan media promosi berupa *marketing collateral* untuk *brand* Yesya Frita Indonesia sebagai upaya dalam memperkuat identitas *brand* dan membangun citra

© 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

brand agar mampu menarik *potential buyer* dan dapat digunakan pada berbagai kegiatan *event* maupun pemasaran digital. Perancangan ini ditujukan pada media promosi visual, baik cetak maupun digital. Adapun ruang lingkup pembahasan dalam penelitian Laporan Tugas Akhir ini meliputi:

1. Proses perancangan *marketing collateral* untuk membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia yang etnik dan elegan.
2. Proses penerapan teori desain grafis (warna, tipografi, gambar, ilustrasi, *layout*) dengan metode perancangan *Design Thinking* yang terdiri dari *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, agar dapat mendukung proses perancangan *marketing collateral brand* Yesya Frita Indonesia.
3. Proses penerapan desain pada berbagai media *marketing collateral* seperti katalog produk, brosur, *banner*, serta *feed* Instagram sesuai kebutuhan *brand*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah di atas, didapatkan tujuan dan manfaat dari penelitian Laporan Tugas Akhir ini:

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan proses perancangan *marketing collateral* untuk membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia yang etnik dan elegan.
2. Menerapkan teori dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral*.
3. Menerapkan hasil desain pada berbagai media promosi, baik media cetak seperti katalog produk, brosur, *banner*, maupun media digital seperti *feed* Instagram yang disesuaikan dengan kebutuhan *brand*.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi *Brand* Yesya Frita Indonesia

   Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata bagi pengembangan strategi promosi bagi *brand* Yesya Frita Indonesia. Melalui perancangan *marketing collateral* yang konsisten dan terintegrasi pada *key visual*-nya, *brand* akan memperoleh identitas visual yang lebih kuat, menarik, dan mudah dikenali oleh konsumen. Hasil rancangan media promosi, baik cetak maupun digital, diharapkan mampu membangun citra *brand* serta mampu menarik *potential buyer*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pemilik *brand* dalam mengelola strategi visual yang efektif dan berkelanjutan agar dapat bersaing di industri kreatif, khususnya di sektor *handmade*.

2. Bagi Akademis

   Penelitian ini juga diharapkan dapat membantu, serta mampu memberikan kontribusi untuk menjadi sumber referensi yang relevan bagi mahasiswa, peneliti, maupun praktisi dalam melakukan penelitian terkait perancangan *marketing collateral* untuk membangun citra *brand*.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini disusun secara sistematis agar pembaca dapat memahami alur pemikiran dan tahapan penelitian dengan jelas. Adapun sistematika penulisan dalam laporan ini terdiri atas 3 bab, yaitu sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan. Bagian ini menjelaskan dasar pemikiran dan urgensi penelitian yang dilakukan, termasuk alasan mengapa perancangan *marketing collateral* untuk *brand* Yesya Frita Indonesia perlu dikembangkan

© 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

sebagai media promosi dalam membangun citra *brand* yang etnik dan elegan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menguraikan landasan konseptual yang mendukung proses perancangan *marketing collateral* bagi Yesya Frita Indonesia. Seluruh kajian disusun untuk menunjukkan keterkaitan antara dasar ilmiah dan kebutuhan perancangan, sehingga membentuk kerangka berpikir yang terstruktur dan memperkuat arah pengembangan desain. Tinjauan pustaka diperoleh dari jurnal ilmiah, buku, artikel, dan sumber akademik kredibel lainnya sebagai dasar konseptual dalam upaya membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menguraikan metode perancangan serta proses pengumpulan dan analisis data yang meliputi profil Yesya Frita Indonesia, *product knowledge*, *target audience*, kompetitor, *consumer insight*, dan analisis SWOT, yang kemudian dijadikan dasar dalam penyusunan arahan kreatif untuk perancangan desain *marketing collateral* guna membangun citra *brand* yang etnik dan elegan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menguraikan hasil perancangan *marketing collateral* Yesya Frita Indonesia berdasarkan tahapan metode *Design Thinking*, mulai dari proses *brainstorming* (*mind map* dan *moodboard*), sketsa *thumbnail*, desain komprehensif, desain terpilih, *prototype*, *testing*, hingga desain *final*. Selain itu, bab ini juga membahas penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada setiap media, hasil pengujian terhadap target audiens, serta pertimbangan produksi sebagai dasar implementasi desain dalam mendukung kebutuhan promosi dan membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia yang etnik dan elegan.

© 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

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi simpulan dan saran yang disusun berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan. Simpulan memuat pencapaian tujuan penelitian serta hasil perancangan *marketing collateral* bagi Yesya Frita Indonesia, sedangkan saran berisi rekomendasi yang ditujukan bagi pengembangan media promosi maupun penelitian selanjutnya.

© 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

BAB V
PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi bagi Yesya Frita Indonesia, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut.

1. Perancangan *marketing collateral* untuk membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia yang etnik dan elegan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang terdiri atas 5 tahapan, yaitu *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Testing*. Tahap *Empathize* menghasilkan berbagai temuan mengenai kondisi *brand* melalui wawancara dengan klien, observasi, analisis kompetitor, studi pustaka, serta *consumer insight* yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada target audiens. Hasil analisis tersebut menunjukkan bahwa Yesya Frita Indonesia memiliki keterbatasan pada media promosi cetak maupun digital yang belum menerapkan identitas visual secara konsisten sehingga citra *brand* belum terbentuk secara optimal. Selanjutnya, tahap *Define* menghasilkan rumusan strategi perancangan melalui analisis SWOT dan *creative brief* yang menjadi dasar pengembangan konsep visual. Pada tahap *Ideate*, diperoleh konsep visual berupa *keyword Tactility*, Ornamental, dan *Poise*, serta *visual approach Flow* yang diterapkan sebagai dasar penyusunan identitas visual. Konsep tersebut kemudian dikembangkan menjadi beberapa alternatif desain, dipilih menjadi satu konsep terbaik, diwujudkan ke dalam bentuk *prototype*, dan dievaluasi melalui proses *testing*. Berdasarkan hasil pengujian, dilakukan penyempurnaan pada aspek keterbacaan dan tampilan visual sehingga menghasilkan *marketing collateral* yang sesuai dengan kebutuhan promosi Yesya Frita Indonesia.

2. Perancangan *marketing collateral* berhasil menerapkan elemen dan prinsip desain grafis secara konsisten pada seluruh media promosi. Penerapan elemen desain meliputi warna, tipografi, fotografi produk, elemen grafis, tekstur visual, serta *layout* yang dikembangkan berdasarkan identitas visual Yesya Frita Indonesia dan hasil eksplorasi konsep pada tahap sebelumnya. Sementara itu, prinsip *balance*, *emphasis*, *sequence*, dan *unity* diterapkan untuk membangun hierarki visual, meningkatkan keterbacaan informasi, serta menjaga konsistensi identitas visual pada seluruh media. Selain itu, *visual approach Flow* berhasil diwujudkan melalui penggunaan elemen kain yang membangun ritme visual sekaligus mengarahkan perhatian audiens menuju produk sebagai *focal point*. Penerapan konsep tersebut mampu merepresentasikan karakter *brand* yang etnik dan elegan sesuai dengan tujuan perancangan.
3. Hasil perancangan berhasil diterapkan ke dalam empat media *marketing collateral*, yaitu katalog produk, brosur, *X-banner*, dan *feed* Instagram yang terdiri atas konten pengenalan produk, edukasi, dan *Behind The Scenes* (BTS). Setiap media dirancang dengan fungsi dan kebutuhan penyampaian informasi yang berbeda, namun tetap menerapkan identitas visual yang konsisten sehingga membentuk satu kesatuan *marketing collateral*. Berdasarkan hasil *testing* terhadap 11 narasumber yang mewakili target audiens, seluruh aspek pengujian memperoleh kategori Sangat Baik, dengan aspek kesan visual, konsistensi, ketertarikan pada produk, serta efektivitas media promosi memperoleh nilai rata-rata tertinggi. Hasil tersebut menunjukkan bahwa *marketing collateral* yang dirancang mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, menampilkan karakter visual yang etnik dan elegan, menerapkan identitas visual yang konsisten pada media cetak maupun digital, menarik perhatian *potential buyer*, serta mendukung kebutuhan promosi Yesya Frita Indonesia pada kegiatan *event* maupun pemasaran digital.

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan media promosi maupun penelitian selanjutnya.

1. Perancangan *marketing collateral* sebaiknya mempertahankan konsistensi identitas visual pada setiap media promosi. Konsistensi penggunaan warna, tipografi, fotografi, elemen grafis, tekstur visual, serta *layout* yang saling terintegrasi terbukti mampu memperkuat karakter *brand* dan memudahkan audiens mengenali identitas Yesya Frita Indonesia pada berbagai media promosi. Selain itu, setiap media perlu dirancang sesuai dengan fungsi dan kebutuhan penyampaian informasinya sehingga mampu saling melengkapi sebagai satu kesatuan *marketing collateral*, bukan berdiri sebagai media yang terpisah. Sebelum media diproduksi dan digunakan dalam jumlah yang lebih besar, proses *testing* kepada target audiens juga disarankan untuk tetap dilakukan. Pengujian tersebut dapat membantu mengidentifikasi aspek yang masih perlu disempurnakan, seperti keterbacaan informasi, kenyamanan visual, maupun penonjolan produk sebagai *focal point*, sehingga media promosi yang dihasilkan lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna.
2. Penelitian ini berfokus pada proses perancangan *marketing collateral*, sehingga penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian pada tahap evaluasi efektivitas media yang telah dirancang. Pengukuran dapat dilakukan terhadap pengaruh *marketing collateral* dalam meningkatkan *brand awareness*, *brand image*, minat beli, maupun keputusan pembelian konsumen setelah media diterapkan pada kegiatan promosi. Selain itu, penelitian selanjutnya juga dapat mengembangkan penerapan identitas visual pada media *marketing collateral* lainnya atau mengkaji strategi komunikasi visual yang lebih luas sehingga mampu mendukung pengembangan citra *brand* UMKM secara berkelanjutan.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR REFERENSI

Ammariah, H. (2023, March 8). Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar | SMK Kelas 10. *Belajar Gratis Di Rumah Kapan Pun! | Blog Ruangguru*. https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis

Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press. https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/22/

Arviana, G. N. (2021). Memahami Marketing Collateral, Produk yang Dukung Kegiatan Marketing dan Sales. *Glints TapLoker Blog*. https://glints.com/id/lowongan/marketing-collateral-adalah/

Assajjad, U. (2025). *Perancangan Katalog Produk Golok Cibatu Sukabumi Berbasis Augmented Reality (AR) Sebagai Upaya Promosi Budaya Lokal*.

Assidiq, M. Z. (2023, November 15). Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan. *Telkom University*. https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/

Azizah, A. R., Pambudi, A. T., Putra, A. L., Taufiqi, A., & Abimasar, A. (2025). *Strategi Branding UMKM melalui Pembuatan Katalog Produk Digital untuk Meningkatkan Daya Saing Kedai Tahu Bakso Mama Jo*. *3*(1).

Bangun, D. A. N. (2023). *Buku Dasar-dasar Desain Grafis 2023*. PNJ Press. https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#page=60

Buana, G. (2025, August 14). *Feed Instagram Adalah Pengertian Cara Membuat Feed IG Aesthetic Terbaik*.

© 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

https://mediaindonesia.com/teknologi/801008/feed-instagram-adalah-pengertian--cara-membuat-feed-ig-aesthetic-terbaik

Cahyaningrum, A. O., & Harsono, M. (2023). Historical Study Of Promotion Philosophy In Marketing Kajian Historis Filosofi Promosi Dalam Pemasaran. *ProBank*, *8*(1), 1–9. https://doi.org/10.36587/probank.v8i1.1447

Carsana, Y., & Kevin, D. (2020). Pengaruh Promosi, Persepsi Harga Dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Suzuki Di PT. Arista Suskes Abadi Tanjung Pinang. *Manajerial Dan Bisnis Tanjungpinang*, *3*(01), 1–13.

Chakti, A. G. (2019). *The Book of Digital Marketing: Buku Pemasaran Digital*. Celebes Media Perkasa. https://books.google.co.id/books?id=OQzBDwAAQBAJ&lpg=PP1&ots=we59J911jk&dq=marketing%20atau%20pemasaran&lr&hl=id&pg=PP3#v=onepage&q=marketing%20atau%20pemasaran&f=false

Dhifaldi, D., Annisa, K., Yati, W. A., Nada, A. F., Rizqullah, Z. W., & Hikmawati, M. (2025). Pembuatan Buku Katalog Sebagai Media Promosi UMKM Desa Pandanrejo. *Jurnal Abdimas Ilmiah Citra Bakti*, *6*(2), 515–530. https://doi.org/10.38048/jailcb.v6i2.4733

Djamaris, A. (2023). *Design Thinking: Menyelesaikan Masalah dengan Kreativitas*. https://repository.bakrie.ac.id/7760/1/Design%20Thinking-%20Menyelesaikan%20Masalah%20dengan%20Kreativitas.pdf

© 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

Faizaty, R. A. (2024, May 20). *Pahami Apa Itu Banner, Jenis dan Contohnya! - Sanggar Sarana Printing*. https://sanggarsaranaprinting.com/pahami-apa-itu-banner-jenis-dan-contohnya/

Fajar, Gafur, R., Muhatta, Jasmine, V. J., Zaki, H. I., & Riki F.I, T. (2023). Pemberdayaan Pelaku UMKM Kerajinan Anyaman Bambu. *Batara Wisnu Journal : Indonesian Journal of Community Services*, *3*.

Falah, D. D. N., Gunawan, A. I., & Najib, Moh. F. (2021). Perancangan Aktivitas Pemasaran Umkm Percetakan Melalui Media Katalog. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Fitriana, M. C., Hidayat, I., Nofiana, T., Septiani, R., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). *Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi Banner di Desa Jawilan*. *3*.

Fitriansyah, F. (2021). *Modul Panduan Pembuatan Media Kit Brosur*. https://repository.bsi.ac.id/repo/26414/Modul-Panduan-Pembuatan-Media-Kit-Brosur

Gradianto, R. A. (2022, September 21). *Pengertian Brosur, Pahami Fungsi dan Cara Membuatnya*. bola.com. https://www.bola.com/ragam/read/5074631/pengertian-brosur-pahami-fungsi-dan-cara-membuatnya

Greatnusa. (2023). *Collateral Definition Marketing: Pengertian, Jenis dan Fungsinya*. GreatNusa. https://www.greatnusa.com/article/collateral-definition-marketing

© 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

Haidar, A. Z. (2024). The Role of Visual Design in Building Brand Image to Increase Consumer Loyalty in the Digital Era. *SIDE: Scientifict Development Journal*, *1*(1).

Hamidah, J., & Syakir, A. (2020). Penanaman Nilai Karakter kepada Siswa melalui Media Visual Banner di SMP Islam Sabilal Muhtadin Banjarmasin. *Silampari Bisa: Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia, Daerah, dan Asing*, *3*(2), 136–149. https://doi.org/10.31540/silamparibisa.v3i2.977

Hananto, B. A. (2020). *TINJAUAN TIPOGRAFI DALAM KONTEKS INDUSTRI 4.0*. https://eprosiding.idbbali.ac.id/index.php/senada/article/view/278/192

Harris. (2022). *Pengertian Gambar Ilustrasi: Tujuan, Jenis, Fungsi dan Peran*. https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-gambar-ilustrasi/

Harsari, R. N., Wahidiyat, M. P., Permanasari, D. E., Negoro, A. T., Sutarwiyasa, I. K., Mustikadara, I. S., Basiroen, V. J., Putri, R. A., Suminto, M. A., Setiyoko, N., Renzina, Y. D., Afandi, H. R., Setiasih, N. W., Setiawan, I. K., Dewanto, T. H., & Judijanto, L. (2024). *Dasar-dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.

Hendratman, H. (2017). *Computer Graphic Design: Warna layout teks logo ilustrasi efek produksi WPAP*. Hendi Hendratman. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=sRlbDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=layout+dalam+desain+grafis&ots=ejoRlfN06f&sig=SrZj

© 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

Sxq3Qc-TgabMvNAzscpYVt8&redir_esc=y#v=onepage&q=layout%20dalam%20desain%20grafis&f=false

Hendratman, H. (2023). *Teori & Penerapan Warna Yang Harmonis: Jenis, Psikologi, Harmoni, Tips Warna*. Videa. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=4JC6EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA21&dq=buku+mengenai+warna&ots=Vl05ssCiKl&sig=fTgny-dSTSp129a0_CQ86gJ8ITk&redir_esc=y#v=onepage&q=buku%20mengenai%20warna&f=false

Hendrik. (2021). *Tujuan dan Fungsi Promosi: Fungsi, Jenis-Jenis, Manfaat – Gramedia Literasi*. https://www.gramedia.com/literasi/tujuan-dan-fungsi-promosi/#B_Fungsi_Promosi

Hendro, E. (2023, April 28). *Handcrafting Values*. Indonesia Design. https://indonesiadesign.com/story/handcrafting-values

Hussein, A. S. (2018). *Metode Design Thinking untuk Inovasi Bisnis*. Universitas Brawijaya Press. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=nNWFDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR5&dq=definisi+design+thinking&ots=F9VSFugFwO&sig=LPEWoyYLj_8SApYn7T2ovXoD3ng&redir_esc=y#v=onepage&q=definisi%20design%20thinking&f=false

Hutchison, I. O. (2025, June 1). *Design Thinking untuk UMKM, Bagaimana Penerapannya?*

© 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

https://ide.ioh.co.id/articles/design-thinking-untuk-umkm-bagaimana-penerapannya

Isdianti, H. (2024, May 29). Pengertian Customer Insight & Cara Mendapatkannya. *Barantum Blog*. https://www.barantum.com/blog/customer-insight/

Ismail, I., & Aji, B. (2024, July 24). *Pengertian Marketing, Jenis, dan Fungsinya*. https://bliss.id/blog/marketing/pengertian-marketing/

Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, *23*(2), 123–129. https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129

IxDF, T. I. D. F. (2024, January 19). *What is Color Harmony? — Updated 2025*. The Interaction Design Foundation. https://www.interaction-design.org/literature/topics/color-harmony

Januaji, D. (2022, July 21). *Marketing Collateral dan Manfaatnya Bagi Bisnis*. https://accurate.id/marketing-manajemen/marketing-collateral/

Karyadi, B. (2017). *FOTOGRAFI: Belajar Fotografi*. NahlMedia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=pKeqDgAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA2&dq=fotografi+adalah&ots=JK5FRw-l1Z&sig=zk5wY0LHe4tuFzqVO3bvFjRsIlE&redir_esc=y#v=onepage&q=fotografi%20adalah&f=false

Kesuma, M. el-Khaeri, & Saputra, R. H. (2024). *Design Thinking UI/UX: Teori dan Praktik* (Vol. 1). PT. Mifandi Mandiri Digital. https://jurnal.mifandimandiri.com/index.php/penerbitmmd/article/view/149

© 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

Laucereno, S. F. (2025). *UMKM Bisa Perkuat Ekosistem Ekonomi Nasional, Begini Caranya*. https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-8149371/umkm-bisa-perkuat-ekosistem-ekonomi-nasional-begini-caranya

Maharsi, I. (2016). *Ilustrasi*. Badan Penerbit ISI Yogyakarta. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AH58DwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PR1&dq=apa+itu+ilustrasi&ots=-bp-bvNtdv&sig=aPdZvkPm6iVQaFmP21hwpZ8GDwE&redir_esc=y#v=onepage&q=apa%20itu%20ilustrasi&f=false

Mamis, S., Putra, I. N. A. S., Yusa, I. M. M., Aryanto, D., Yasa, N. P. D., Wahidiyat, M. P., Novitasari, D., Jayanegara, I. N., Mutiarani, R. A., Sutarwiyasa, I. K., Yasa, I. W. A. P., Putra, P. S. U., Setiawan, I. K., Anggara, I. G. A. S., Setiawan, I. N. A. F., & Carollina, D. (2023). *DASAR-DASAR DESAIN KOMUNIKASI VISUAL (DKV): Panduan Lengkap Untuk Memasuki Dunia Kreatif Visual*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=70rPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA23&dq=dasar-dasar+desain&ots=_2vPmcgQYa&sig=8bUTfdYgDu96G9AX1lgBoRPd6U0&redir_esc=y#v=onepage&q=dasar-dasar%20desain&f=false

Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi. (2019). *Pengaruh Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Penjualan di Cv. Jaya Perkasa Motor Rancaekek Kabupaten Bandung*. *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

Moonik, N., & Pomantow, W. G. (2023). *Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop*. *5*.

Musyaffa, M. R., Lukitasari, E. H., & Yulianto, A. (2023). Fotografi Produk Sebagai Media Promosi Banyumili Store. *JURNAL KEMADHA*, *13*(1), 27–50. https://doi.org/10.47942/ke.v13i1.1322

Negoro, A. T., Murni, E. S., Saptaputra, E. H., Setiyoko, N., Yusa, I. M. M., Nurhadi, N., Siska, S., & Sutarwiyasa, I. K. (2024). *Buku Ajar Desain Grafis*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=-5ktEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA9&dq=prinsip+desain+grafis&ots=9-I3PuPepH&sig=QYiqidBmEI0gB7f4DGuaLBLe2s8&redir_esc=y#v=onepage&q=prinsip%20desain%20grafis&f=false

Nurdiansyah, D. (2024). *Desain Grafis Gen Z*. wawasan Ilmu. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=YO4CEQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA38&dq=layout+dalam+desain+grafis&ots=KNqZotO0Ky&sig=xdDGVpr763sSs-zSajdtUF-cQc4&redir_esc=y#v=onepage&q=layout%20dalam%20desain%20grafis&f=false

Oktaviani, A. (2020, November 27). *Mengenal Lebih Dalam "Gambar" Pada Desain Grafis*. Gamelab.id. https://www.gamelab.id/news/342-mengenal-lebih-dalam-gambar-pada-desain-grafis

© 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

Otero, E. R., & Smietana, P. (2025, February 8). *13 Principles of Design: A Visual Guide From Superside (2025)*. Superside. https://www.superside.com/blog/principles-of-design-guide

Patria, R. (2023, January 3). *Pengertian Feed Instagram dan Cara Membuatnya*. https://www.domainesia.com/tips/feed-instagram/

Prastyorini, J., & Fauziyyah, H. B. (2024). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Scopindo Media Pustaka. https://books.google.co.id/books?id=dh4QEQAAQBAJ&lpg=PA2&ots=jHPp5BZC0W&dq=fungsi%20marketing%20atau%20pemasaran&lr&hl=id&pg=PR2#v=onepage&q=fungsi%20marketing%20atau%20pemasaran&f=false

Qothrunnada, K. (2021). *7 Prinsip Dasar Desain Grafis Lengkap dengan Unsur-Unsurnya*. detikedu. https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-5838921/7-prinsip-dasar-desain-grafis-lengkap-dengan-unsur-unsurnya

Ranti, S. (2024, November 28). *Apa Itu Feed Instagram? Ini Dia Fungsi dan Berbagai Macam Ukurannya*. KOMPAS.com. https://tekno.kompas.com/read/2024/11/29/03350097/apa-itu-feed-instagram-ini-dia-fungsi-dan-berbagai-macam-ukurannya-

Rebordinos, A. M. (2025, January 20). Colour psychology in graphic design and its impact. *DDigitals*. https://ddigitals.net/en/blog/digital-marketing/psychology-of-colour-in-graphic-design-and-its-impact/

© 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

Rosari, N. A. (2023). *5 Contoh Brosur Lengkap dengan Pengertian, Ciri, dan Jenis-Jenisnya*. detikedu. https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-7006115/5-contoh-brosur-lengkap-dengan-pengertian-ciri-dan-jenis-jenisnya

Salim. (2023a). *Feed Instagram Adalah Halaman Profil, Ini Tips Membuat Feed IG Menarik*. liputan6.com. https://www.liputan6.com/hot/read/5440370/feed-instagram-adalah-halaman-profil-ini-tips-membuat-feed-ig-menarik

Salim. (2023b). *Gambar Adalah Representasi Visual, Pahami Fungsi dan Jenis-jenisnya*. liputan6.com. https://www.liputan6.com/hot/read/5445458/gambar-adalah-representasi-visual-pahami-fungsi-dan-jenis-jenisnya

Salim, & Siswanto, A. B. (2019). *Analisis SWOT Dengan Metode Kuesioner*. CV. Pilar Nusantara. https://books.google.co.id/books?id=ST8pEAAAQBAJ&lpg=PA13&ots=-C8CTmVMuW&dq=analisis%20swot&lr&hl=id&pg=PA1#v=onepage&q=analisis%20swot&f=false

Saragih, L., Banjarnahor, A. R., Anggraini, N., Sudarso, A., Muliatie, Y. E., Lie, D., Purnomo, Y. J., Purba, B., Sudarmanto, E., Kuswandi, S., & Prasetio, A. (2022). *Strategi Manajemen Pemasaran*. Yayasan Kita Menulis. http://repository.stiesultanagung.ac.id/917/1/FullBook%20Strategi%20Manajemen%20Pemasaran%20.pdf

© 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

Shaid, N. J. (2022, October 21). *Apa Itu Promosi: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan Fungsinya*. KOMPAS.com. https://money.kompas.com/read/2022/02/19/181905526/apa-itu-promosi-pengertian-tujuan-jenis-dan-fungsinya

Silvia, S. (2023). *Mengenal Marketing Collateral, Cara Efektif untuk Optimalkan Pemasaran Bisnis*. https://flip.id/id/business/blog/marketing-collateral-cara-efektif-untuk-optimalkan-pemasaran-bisnis

Subari, W. A. (2024, April 19). *Pengertian Warna, Makna, Jenis, dan Skemanya dalam Desain Grafis*. https://mediaindonesia.com/teknologi/524171/pengertian-warna-makna-jenis-dan-skemanya-dalam-desain-grafis

Sulaiman, A. M. (2023). *Tipografi: Dasar dan Penerapannya*. MITRA CENDEKIA.

Swashta, B. (2017). *MANAJEMEN PENJUALAN : Edisi 3*. BPFE Yogyakarta. https://perpustakaan.binadarma.ac.id/opac/detail-opac?id=2563

Unonongo, W., Warouw, D., & Tulung, L. (2015). *Fungsi Promosi Dalam Meningkatkan Daya Beli Gadget Samsung di Kota Manado*.

Valentino, D. E. (2019). Pengantar Tipografi. *TEMATIK*, *6*(2), 152–173. https://doi.org/10.38204/tematik.v6i2.254

Virgiawan, A. M. L., Abdullah, W., & Lutfi, M. (2025). Mixed Method Research. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(2), 24313–24320.

© 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

Yudi. (2024). Pengembangan Brosur sebagai Sumber Pengetahuan bagi Masyarakat tentang Jenis Tumbuhan Obat Tradisional. *Panthera : Jurnal Ilmiah Pendidikan Sains dan Terapan*, *4*(2), 62–70. https://doi.org/10.36312/panthera.v4i2.271

Yulius, Y., & Putra, M. E. P. (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

Zainudin, A. (2021a). *TIPOGRAFI*. https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312

Zainudin, A. (2021b, November 25). *Teori Warna dalam Desain*. https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/artikel/teori-warna-dalam-desain

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Tanggal : 2 September 2025

Topik : Informasi mengenai Yesya Frita Indonesia

Narasumber : Ibu Yeni Syafrita, SKM (*Owner* & *Founder* Yesya Frita Indonesia)

Bisakah ceritakan sedikit tentang brand Yesya Frita?

Jadi, Yesya Frita Indonesia ini adalah *brand* tas dan suvenir *handmade* yang saya dirikan sejak April 2017. Awalnya hanya dari hobi, lalu berkembang menjadi usaha yang lebih serius. Saat ini saya menjadi bagian dari UMKM binaan DISPERINDAGKOP Kota Tangerang, Bank Indonesia Banten, Angkasa Pura II, dan Sinar Mas Land. Saya juga sudah beberapa kali mengikuti *event* craft besar seperti INACRAFT, CRAFTINA di JCC, Trade Expo Indonesia di ICE BSD, pameran dinas, serta Karya Kreatif Banten dari tahun 2022 sampai 2025. Produk saya bahkan sudah sampai ke Malaysia untuk kategori tas mukena. Saya juga menyediakan berbagai jenis tas *handmade*, *ecoprint*, dan suvenir untuk personal maupun *corporate*. Bahannya juga beragam seperti kanvas, linen, goni, batik, tenun Baduy, sampai kulit *ecoprint*. Untuk penjualan bisa dilakukan secara *online* maupun *offline*, termasuk melalui Galeri UMKM Tangguh di Hotel Anara Terminal 3 Bandara Soetta dan galeri di Hotel Episode Gading Serpong. Saya juga rutin mengerjakan suvenir untuk BI Banten dan beberapa sekolah swasta besar di Jakarta. Selain itu, saya membuka *workshop* pembuatan tas dan *ecoprint*.

Produk atau layanan apa saja yang ditawarkan oleh Yesya Frita?

Produk saya cukup beragam. Ada *pouch*, *totebag*, *sling bag*, *backpack*, tas belanja, dompet, topi, tempat tisu, *frame bag*, *halfmoon bag*, dan berbagai suvenir *custom*. Selain produk, saya juga menyediakan *workshop* kursus pembuatan tas dan *ecoprint*.

Apakah visi dan misi yang dimiliki Yesya Frita?

Visi saya adalah menjadikan Yesya Frita sebagai perusahaan tas dan suvenir *handmade* etnik dan modis terbaik di Indonesia. Untuk misinya sendiri, saya

© 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

berfokus untuk menghasilkan produk berkualitas, menjaga harga tetap terjangkau, menghadirkan desain kreatif dan inovatif, memberikan pelayanan prima bagi pecinta produk *handmade*, dan menciptakan produk yang unik.

Siapa target audience atau sasaran utama dari Yesya Frita?

Target saya cukup luas, mulai dari anak muda, ibu rumah tangga, pekerja kantoran, hingga *corporate* yang membutuhkan suvenir *custom*.

Siapa saja kompetitor Yesya Frita?

Kompetitor saya biasanya datang dari sesama *brand handmade*, atau produk-produk impor dari China.

Apa keunggulan atau keunikan Yesya Frita dibandingkan brand lain?

Keunggulan saya ada pada layanan *custom*. *Customer* bisa memilih model, warna, dan bahan sesuai keinginan. Saya juga menggunakan banyak wastra lokal seperti tenun Baduy yang menjadi ciri khas etnik dari *brand* ini. Semua produk dibuat *handmade* sehingga punya karakter dan nilai personal yang tidak dimiliki produk mass produksi.

Apa alasan utama Yesya Frita memerlukan desain media promosi?

Saya ingin memperkenalkan *brand* lebih luas, terutama untuk kebutuhan pameran dan bazar. Media promosi membantu saya menampilkan produk dengan lebih profesional, termasuk katalog yang sangat penting untuk meyakinkan *potential buyer*.

Media promosi seperti apa yang paling dibutuhkan?

Yang saya butuhkan saat ini adalah katalog, brosur, *banner*, dan konten *feed* Instagram.

Seperti apa citra brand yang ingin ditonjolkan?

Saya ingin *brand* ini memiliki citra yang elegan, etnik.

© 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

Selain logo, identitas brand apa yang wajib dicantumkan?

Saya rasa perlu mencantumkan juga *tagline*, warna yang elegan, akun sosial media, dan *marketplace*.

Boleh ceritakan sedikit tentang profil Ibu Yeni sebagai owner?

Saya, Yeni Syafrita, SKM, lahir di Jakarta pada 23 Januari 1986. Saya lulusan S1 Kesehatan Masyarakat Universitas Prof. Dr. Hamka. Sebelum membangun Yesya Frita, saya bekerja di perusahaan farmasi dan perbankan swasta. Pada akhirnya, saya memutuskan untuk fokus membangun *brand* ini sejak 2017.

Apakah ada rencana atau agenda Yesya Frita dalam waktu dekat?

Ada. Saya berencana mengikuti pameran INACRAFT pada Oktober 2025, acara penghargaan Etja Cipta Sinar Mas Land, serta FESYAR atau Festival Ekonomi Syariah se-Jawa di Surabaya pada Oktober sampai November 2025.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Tanggal : 26-27 Juni 2026

Topik : *Testing Marketing Collateral* kepada *Target Audience* (25-34 Tahun)

Data Narasumber :

1. Ikah Miftahul K. (30 Tahun), berprofesi sebagai Guru
2. Nur Indah P. (27 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan Swasta
3. Fissyilmi Kaaffah (27 Tahun), berprofesi sebagai Business Development
4. Yudiansyah (26 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan
5. Ana Nurul (34 Tahun), berprofesi sebagai Guru
6. Iinas Shidqi (25 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan
7. Vina Meliastuti (26 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan
8. Adib Zulfa (25 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan
9. Panca Dodi (31 Tahun), berprofesi sebagai Kontraktor
10. Della Beliana (25 Tahun), berprofesi sebagai Karyawan
11. Neng Intan N. (31 Tahun), berprofesi sebagai Guru dan Pedagang

No	Nama	Jawaban	Skala 1-4
Pertanyaan no 1: Penekanan Visual Saat pertama kali melihat media ini, bagian apa yang paling menarik perhatian kakak? Kenapa bagian itu yang paling menarik perhatian?			
1	Ikah	Baik dari media ini, yang paling menarik perhatian saya pertama kali itu di warnanya. Warnanya di situ warna merah, ada kuningnya, kemudian ada putih ada hitamnya juga, itu membuatnya menarik ya. Karena kontras, terlihat lebih jelas. Selain itu juga ada fotonya. Foto produknya, menurut saya jelas, rapi, besar-besar juga gambarnya, jadi bisa menarik perhatian. Jadi saya langsung tau gitu, bahwa oh media ini menampilkan…mempromosikan produk kerajinan gitu.	4
2	Indah	Kalo buat pertama kali ngeliat media ini, menurut aku yang paling menarik itu dari gambar produknya sih, produknya sendiri itu. Mungkin karena terlihat jelas, terus bikin orang penasaran. Jadinya kaya oke nih buat di apa namanya…dikepoin. Dari segi produknya aja itu, gambar produknya udah menarik nih buat aku.	4
3	Syilmi	Menurut saya itu bagian yang paling menarik perhatian itu keseluruhan dari visualnya terutama tuh warnanya yang	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		merah, tampilan produknya sama konsep motifnya. Karena ini dari awal itu sudah, menurut saya memberikan kesan yang kuat, unik, dan menunjukkan karakter dari produk *handmade* tersebut.	
4	Yudi	Menurut saya, hal yang paling menarik perhatian adalah tampilan visual secara keseluruhan, terutama perpaduan warna dan foto produk. Karena dari awal sudah terlihat memiliki konsep yang jelas dan memberikan kesan yang bernilai.	4
5	Ana	Yang menarik perhatian adalah warnanya. Karena warnanya terlihat sangat mencolok.	3
6	Inas	Bagian yang paling menarik perhatian ada di bagian gambar produknya. Karena gambar produk ini jadi *vocal point* banget, apalagi buat orang umum kaya aku, kalo ngeliat produk *handmade* pasti tertarik banget.	4
7	Vina	Bagian yang paling menarik itu keseluruhan identitas visualnya. Terutama kombinasi warna, motif, dan tampilan produknya. Karena sejak pertama kali melihat, sudah terasa bahwa desainnya memiliki konsep yang khas dan sesuai dengan produk *handmade*-nya.	4
8	Adib	Okey, saat pertama kali ngeliat. Bagian paling menarik buat aku itu ada di warna latar belakang dan tulisan katalog kamu. Menurut aku warna nya cocok, gak saling tabrakan dan gak lebay.	3
9	Panca	Mungkin kalo dari saya, hal yang paling menarik dari desainnya itu adalah warna yang berpadu dengan produknya.	3
10	Della	Yang paling menarik perhatian adalah tampilan keseluruhan desainnya, terutama kombinasi warna dan cara produk ditampilkan. Karena terlihat rapi dan membuat produk terasa lebih eksklusif.	4
11	Intan	Menurut saya yang paling menarik dari media yang baru saya liat tadi adalah perpaduan warnanya. Nah kenapa perpaduan warnanya? Menurut saya itu sudah bagus atau sesuai dengan yang akan dipromosikan, yaitu media etnik…bahan.	3
		Rata-rata	3,64
Pertanyaan no 2: Hierarki Visual Setelah melihat bagian pertama tadi, bagian apa lagi yang kakak lihat? (Urutkan sampai bagian yang paling kurang terlihat)			
1	Ikah	Dari pertama kali saya melihat media ini, yang menurut saya menarik perhatian saya itu, pertama warnanya ya. Karena warnanya itu lebih dominan merah. Kemudian, gambarnya saya suka, jadi itu produknya gambarnya besar-besar dan terlihat lebih jelas gitu. Kemudian, setelah gambarnya, saya juga melihat judulnya, keliatan bagus, rapi, dan jelas gitu ya,	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		dan baru setelah itu saya baca-baca, baca-baca produknya ini seperti apa gitu.	
2	Indah	Kalo disuruh ngurutin aku *prefer* pertama itu ngeliat dari gambar produknya, abis itu baru ke bagian informasi, bagian detail produk, harga, abis itu baru liat judul sih.	4
3	Syilmi	Jadi mungkin kalo diurutin itu, satu foto produknya, terus judul utamanya, terus yang ketiga itu motif dan elemen visual pendukungnya. Terus keempat itu informasi produknya, yang kelima kontak tambahan, menurut saya itu sih.	4
4	Yudi	Urutan yang saya perhatikan, yaitu foto dan tampilan produk, judul utama atau tagline, motif dan elemen dekorasi, informasi mengenai produk, kontak atau informasi pendukung.	4
5	Ana	Urutannya dari warna, bagian produk, baru deskripsinya.	3
6	Inas	Setelah melihat gambar, selanjutnya deskripsi produknya seperti apa (pake bahan apa, bagaimana prosesnya, terus *handmade*-nya itu seperti apa), terus nama produknya apa, kontaknya apakah ada yang bisa aku hubungi.	4
7	Vina	Pertama lihat itu, foto produk, nama *brand*, motif desain, kemudian informasi tambahan, produk yang paling menarik karena langsung menunjukan apa yang ditawarkan. Karena urutannya udah jelas, dan informasi lebih mudah diterima.	4
8	Adib	Setelah melihat bagian pertama yaitu perpaduan warna pada katalog kamu, aku sih langsung ngeliat judulnya. Karena *fonts* judul yang kamu gunain bagus, jadi menarik minat aku untuk ngeliat judul yang kamu buat. baru aku coba mencerna apa makna jadi judul itu. Terus setelahnya aku baru melihat gambar produk yang kamu tawarkan, dan yang terakhir aku baru baca *description* produk yang kamu buat deh.	3
9	Panca	Kalo bagian yang paling terlihat di awal adalah warna yang paling menonjol, itu ada warna merah, serta juga selanjutnya produk, dan yang ketiga adalah judulnya.	3
10	Della	Produk, nama brand, bagian informasi, dan elemen dekorasi seperti motif dan tekstur. Alur visualnya sudah membantu orang untuk memahami produk secara bertahap.	4
11	Intan	Bagian-bagian yang saya lihat, yang pertama dari kata-kata, untuk promosinya, terus kontennya isi promosinya apa saja. Ada gambarnya, kemudian ada medsosnya yang bisa dihubungi, atau yang bisa dilihat.	3
		Rata-rata	3,64

Pertanyaan no 3: Daya Tarik Visual
Menurut kakak, secara keseluruhan tampilan media promosi ini sudah menarik atau masih biasa saja?

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Bagian apa yang paling kakak suka dari tampilannya? Atau ada bagian yang menurut kakak masih kurang menarik?			
1	Ikah	Untuk secara keseluruhan tampilan media ini sudah sangat bagus ya, dan ini sudah menarik gitu ya.	4
2	Indah	Menurut aku tampilan untuk media promosinya ini menarik. Kalo aku sih karena anaknya visual banget, sejujurnya yang paling menarik itu dari segi gambarnya sih. Kalo misalkan ada katalog produk tuh aku pasti paling suka ngeliat dari gambarnya. Karena menurut aku, untuk sekarang, zaman sekarang ini pasti orang bakalan lebih tertarik kalo ngeliat gambarnya yang keliatan bukan bagus juga sih, kaya lucu gitukan kadang. Untuk aku pribadi sendiri, jadi aku lebih milih dari katalognya bagian produknya sih.	4
3	Syilmi	Menurut saya secara keseluruhan tampilannya sudah menarik dan memiliki ciri khas. Bagian yang paling saya suka itu perpaduan warnanya, komposisi produk, dan konsep visual yang membuat brand ini itu terlihat lebih eksklusif gitu.	4
4	Yudi	Menurut saya sudah menarik, karena desainnya memiliki karakter yang kuat dan tidak terlihat seperti promosi produk biasa. Yang paling saya suka adalah konsep visualnya yang terlihat premium dan tetap menunjukan unsur *handmade*.	4
5	Ana	Tampilannya cukup menarik, dan paling suka yang barang yang ditampilkan dalam produk tersebut.	3
6	Inas	Kalo misalkan lagi *scroll* instagram, kalo liat postingan Yesya Frita ini, ada produk *handmade*, itu tertarik banget. Apalagi aku pasti ngeliat dari gambar produknya dulu.	4
7	Vina	Sudah menarik, karena desainnya punya ciri khas dan tidak biasa. Saya suka perpaduan warna dan tampilan produknya, karena terlihat produk lebih bernilai. Desainnya sudah mampu membangun daya tarik dan memperkuat dari identitas produknya.	4
8	Adib	Menurut aku secara keseluruhan tampian media promosi ini sih sudah cukup menarik ya. Untuk bagian yang paling menarik buat aku itu ya tentunya seperti yang aku jelaskan barusan ya, permainan warna dari *background*, warna tulisan, dan *fonts* yang kamu gunain itu menarik banget. Tapi untuk bagian *description* produknya, karena tulisannya terlalu kecil aku jadi agak males bacanya. Ya bisa dibilang bagian itu kurang menarik buat aku.	3
9	Panca	Bagian yang saya suka dalam desain adalah untuk pitanya ini.	4
10	Della	Sudah menarik karena visualnya sudah memiliki konsep yang jelas. Produk yang ditampilkan juga terlihat premium dibandingkan hanya menampilkan informasi biasa.	4
11	Intan	Menurut saya sudah menarik. Tadi seperti yang sudah saya	3

© 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

		sampaikan, dari perpaduan warnanya, medianya juga sudah mendukung, kemudian ada medsosnya juga yang mendukung supaya konsumen bisa mudah mengakses.	
		Rata-rata	3,73
Pertanyaan no 4: *Layout* Menurut kakak, penempatan gambar, tulisan, dan elemen lainnya sudah nyaman dilihat belum? Apakah ada bagian yang terasa terlalu penuh atau justru terlalu kosong?			
1	Ikah	Untuk penempatan gambar, tulisan, dan elemen lainnya, menurut saya udah cocok ya, sudah sangat pas ya. Tidak terlalu penuh dan juga tidak terlalu kosong, jadi tidak terlalu berlebihan. Jadi pas-pas aja.	4
2	Indah	Untuk penempatan gambar dan tulisan menurut aku itu udah pas sih, ga terlalu rame ataupun ga terlalu padet. Karena dari segi gambar produk dan rincian harga atau information produknya menurut aku udah pas sih, ga terlalu kebanyakan dan sesuai. Menurut aku itu udah rinci, udah pas, enak dilihat kok, dan udah jadi ngga semerawut juga sih menurut aku. Enak untuk dipandang aja.	4
3	Syilmi	Menurut saya penempatan elemen ini udah terlihat teratur. Memiliki keseimbangan juga antar gambar, tulisan, dan dekorasinya. Dan menunujukan kalo setiap bagian ini memiliki fungsi, sehingga informasinya itu tetep mudah diterima.	4
4	Yudi	Kalo saya sudah nyaman dilihat, karena setiap elemen memiliki posisi yang jelas, gambar produk tetep menjadi fokus utama dari elemen pendukung membantu memperkuat tampilan desain.	4
5	Ana	Untuk penempatan, sudah nyaman untuk dilihat.	3
6	Inas	Dari keseluruhan bagian gambarnya lebih bertabrakan dengan *background*-nya. Karena dari si produknya sendiri sudah bermotif warna warni *colorful*. Kemudian karena *background*-nya ini lebih gelap, jadi lebih bertabrakan gitu. Mungkin untuk *cover/background*-nya dibuat lebih terang, jadi produknya itu tetep bisa jadi lebih *vocal point* gitu. Kalo untuk *font* dan lainnya itu udah cocok sekali, informatif sekali, variatif juga. Jadi kurang cocok aja di warna *background*-nya jadi keliatan lebih berantakan.	3
7	Vina	Sudah nyaman dilihat karena gambar, tulisan, dan elemen pendukungnya sudah tersusun cukup seimbang. Karena komposisi desain sudah terlihat rapi dan tidak mengganggu fokus utama.	4
8	Adib	Untuk penempatan gambar, judul, tulisan itu udah bagus sih menurut aku, cuma emang karna dibagian tulisan	3

© 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

		description-nya kekecilan. Mungkin kalo dibesarin sedikit lagi, masih ada *space* yang gak kepake dan seharusnya itu bisa kamu gunain.	
9	Panca	Secara keseluruhan desain sudah menarik.	3
10	Della	Sudah nyaman, karena bagian produk masih menjadi fokus utama, sementara elemen lainnya sudah mendukung tampilan.	4
11	Intan	Sudah penuh, karena kalo promosi itu biasanya yang paling bisa ditampilkan adalah gambarnya. Nah di media ini sudah…gambarnya sudah penuh.	3
		Rata-rata	3,54
Pertanyaan no 5: Kejelasan Informasi Menurut kakak, informasi yang disampaikan pada media ini sudah mudah dipahami belum? Apakah ada informasi yang masih membingungkan?			
1	Ikah	Menurut saya, informasi yang dijabarkan tersebut sudah sangat mudah dipahami ya, tulisannya terbaca dengan jelas. Kemudian, detail-detail dari produknya *handmade* seperti apa juga sudah dijabarkan secara detail.	4
2	Indah	Untuk informasi pada media ini, aku rasa cukup jelas ya. Sudah meringkas secara keseluruhan. Kaya informasi produk, harga, serta beberapa ukuran yang ada, ini udah cukup jelas dan sangat…menurut aku ringkas. Jadi untuk yang males baca atau untuk yang suka ngeskip bagian informasi, mungkin ini udah bagus ya, jadi lebih mudah dipahami juga.	4
3	Syilmi	Informasi yang disampaikan ini, menurut saya sudah cukup jelas. Membantu juga untuk memahami produknya yang ditawarkan ini. Penyampaian informasi juga didukung dengan visual yang menarik. Sehingga untuk kita itu jadi lebih mudah untuk dipahaminya.	4
4	Yudi	Informasi yang diberikan udah cukup lengkap dan mudah dipahami. Penggabungan antara visual dan teks membantu menjelaskan produk dengan lebih menarik.	4
5	Ana	Informasi yang disampaikan sudah mudah dan dapat dipahami.	3
6	Inas	Untuk informasi, sudah sangat lengkap,sangat informatif, dan sangat mudah dipahami sekali, tapi lebih suka kalo ada link yang bisa terhubung langsung ke kontak atau ke whatsapp-nya Yesya Frita, atau bisa dengan adanya *scan barcode*, ntah itu untuk produk, atau ntah untuk kontaknya aja. Jadi bisa dapet akses yang lebih instan untuk cari tau tentang produk Yesya Frita maupun tentang kontak-kontaknya.	3
7	Vina	Informasi sudah cukup jelas, karena sudah didukung gambar	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		produk yang membantu menjelaskan. Penyampaian pesan sudah berjalan dengan baik melalui kombinasi visual dan teksnya.	
8	Adib	Untuk informasi yang aku dapet dari media yang kamu buat sih udah jelas ya, aku bisa mudah memahami dari produk apa yang sedang kamu promosikan.	4
9	Panca	Kalo menurut saya, informasi yang sudah disampaikan dalam media ini, sudah cukup mudah dipahami.	4
10	Della	Sejauh ini sudah sangat cukup mudah dipahami karena informasi utama sudah didukung dengan visual yang menarik.	4
11	Intan	Mungkin dari segi bahasanya saja. Sebenernya sih bagus sudah ada bahasa Inggrisnya. Karenakan itu tujuannya untuk memikat para turis asing juga maksudnya, untuk bisa membeli barang tersebut. Namun, kalo yang orang-orang awam, mungkin kurang mengerti untuk bahasa yang digunakan.	3
		Rata-rata	3,73
Pertanyaan no 6: Keterbacaan Kalau dari segi tulisan, menurut kakak sudah nyaman dibaca atau masih ada bagian yang sulit dibaca?			
1	Ikah	Kalo untuk dari segi tulisan, menurut daya sudah pas ya. Jadi tidak terlalu berlebihan, nyaman dibacanya, dan ukuran *font*-nya juga sudah tepat.	4
2	Indah	Kalo dari segi tulisan sih menurut aku nyaman untuk dibaca. Cuman mungkin kalo untuk ukuran ibu-ibu atau bapak-bapak yang umurnya sekitar 60an, mungkin agak susah ya. Karena kalo katalognya juga ukurannya hanya sebesar itu, untuk sepantaran aku dan yang masih muda, menurut aku udah oke, nyaman dibaca juga, *font*-nya jelas.	3
3	Syilmi	Menurut saya tulisannya juga sudah sesuai sama konsep desain. Terus juga mendukung untuk kelihatan elegan serta *handmade*. Pemilihan gaya tulisannya juga membuat *brand* ini itu semakin terlihat.	4
4	Yudi	Tulisan sudah sesuai dengan tema desain, mendukung kesan elegan, memiliki *font* juga membantu desain terlihat lebih berkarakter.	4
5	Ana	Untuk tulisan, bisa diperbesar sedikit	2
6	Inas	Teksnya udah nyaman dibaca, bisa dimengerti. Karena kalo untuk orang umum kaya aku, lebih suka deskripsi yang detail namun tetap simpel, singkat gitu, dan mungkin detail itu bisa di dalam katalog, brosur, dan lain sebagainya. Terus *overall* semua dari *font*, informasi, itu udah bisa menyampaikan dan informatif sekali.	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

7	Vina	Sudah nyaman dibaca, dan gaya tulisannya sudah sesuai konsep desain yang dibuat. Pemilihan tulisan sudah mendukung tampilan dan karakter *brand*-nya.	4
8	Adib	Nah ini pertanyaan yang aku suka, seperti yang aku jelaskan barusan ya. Untuk tulisan description yang kamu buat itu menurut aku sih kekecilan ya, jadi agak butuh *effort* gitu buat bacanya. Tapi kalau untuk judul, dan yang lainnya aku rasa udah okey sih.	2
9	Panca	Menurut saya, untuk tulisan bisa diperbesar lagi agar bisa lebih menonjol juga, apa yang ingin disampaikan tulisan tersebut.	3
10	Della	Sudah nyaman dibaca karena tulisan sudah mengikuti konsep desain dan terlihat menyatu dengan tampilan keseluruhan. Gaya tulisan udah mendukung identitas visual *brand*.	4
11	Intan	Kalo dari segi tulisan sih ada yang mudah dibaca, ada yang agak susah juga.	3
		Rata-rata	3,36
Pertanyaan no 7: Warna Menurut kakak, bagaimana pemilihan warna pada desain ini? Apakah sudah nyaman dilihat?			
1	Ikah	Untuk pemilihan warna, menurut saya juga sudah tepat ya. Karena warna merah itukan warnanya kontras. Kemudian, judulnya warna kuning gitu ya. Jadi tidak bikin mata sakit gitu, menurut saya sudah pas, sudah cocok. Tidak terlalu berlebihan.	4
2	Indah	Aku udah nyaman sih, ga terlalu gelap dan ga terlalu terang juga. Karenakan menyesuaikan juga dari produknya jugakan warnanya seperti apa. Cuman menurut aku di bagian katalog itu ada 1 yang menurut aku warnanya hitam, cuman menurut aku terlalu polos dan kaya beda sendiri sih, jadinya agak kurang juga sih menurut aku.	3
3	Syilmi	Menurut saya pemilihan warnanya tuh udah sangat-sangat sesuai. Dominasi warna merah memberikan kesan produknya tuh berani, hangat, terus elegan, dan menurut saya memperkuat karakter dari produk *handmade* tersebut ya.	4
4	Yudi	Menurut saya pemilihan warna sudah sangat tepat, karena memberikan kesan hangat, elegan, dan memiliki identitas yang kuat. Warna yang digunakan juga membuat media lebih mudah dikenali.	4
5	Ana	Warna masih kurang nyaman, karena seperti produk dan warna seperti menyatu dalam desain.	2
6	Inas	Seperti yang disampaikan pada nomor 3, warnanya sedikit lebih gelap dan bertabrakan, karena produk Yesya Frita ini	3

© 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

		bermotif, jadi terlalu gelap untuk dipakai *background*-nya yang berwarna merah maroon. Jadi bisa dibuat lebih terang agar produknya ini bisa terlihat *vocal point*, jadi lebih gampang menarik perhatian.	
7	Vina	Warnanya sudah cocok, dan memberikan kesan elegan, hangat, dan menarik perhatian. Karena warna yang digunakan sudah mendukung konsep etnik dan *handmade*.	4
8	Adib	Wah.. untuk warna aku suka banget sih, perpaduan setiap warna yang kamu gunain menurut aku sudah cocok benget. Bagus kalau untuk perpaduan warnanya.	4
9	Panca	Untuk warna saya cukup tertarik dan cukup bagus.	4
10	Della	Pemilihan warnanya menarik, karena memberikan kesan elegan dan cukup berani, warnanya juga membuat desain buat mudah dikenali.	4
11	Intan	Menurut saya masih nyaman dilihat, selagi saya matanya belum mines atau masih belum ada gangguan.	3
		Rata-rata	3,54
Pertanyaan no 8: Foto Produk Menurut kakak, apakah penggunaan foto atau gambar pada media ini sudah membantu menjelaskan produk yang ditawarkan?			
1	Ikah	Ya jadi, penampilan gambar yang ditampilkan itu sudah jelas ya, sudah terlihat bagus. Fotonya juga hd ya, jadi kita bisa melihat dengan baik gitu.	4
2	Indah	Menurut aku, penggunaan foto atau gambar pada medianya udah membantu. Terus untuk ngejelasin itu produk apa dan sudah jelas juga sih menurut aku.	4
3	Syilmi	Untuk penggunaan foto atau gambar ini menurut saya itu sudah sangat membantu. Karena foto yang ditampilkan ini juga jelas. Sehingga, konsumen ini dapat memahami dari bentuknya, detailnya, serta, keunikan dari produk tersebut.	4
4	Yudi	Sudah membantu karena foto produk ditampilkan sebagai fokus utama, sehingga konsumen dapat langsung melihat bentuk dan keunggulan produk.	4
5	Ana	Untuk gambar atau foto, sudah menjelaskan produk yang sedang diinformasikan.	4
6	Inas	Penggunaan foto produknya sudah sangat membantu dan sangat baik sekali.	4
7	Vina	Sudah membantu karena foto produk terlihat jelas yang membuat orang lebih mudah memahami produk yang ditawarkan. Visual produk sudah menjadi pendukung utama dari penyampaian informasi.	4
8	Adib	Penggunaan foto dan gambar yang kamu gunain sudah cukup	3

© 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

		menjelaskan *description* dari fungsi produk yang kamu pasarkan. Karena aku juga kebetulan sudah tau fungsi dari beberapa produk yang kamu pasarkan ini dari pengalaman pengalaman aku.	
9	Panca	Mungkin kalo menurut saya adalah gambar dari produknya, mungkin bisa lebih ditonjolkan.	3
10	Della	Sudah membantu, karena foto produk membuat orang bisa langsung melihat detail dan bentuk produk tanpa harus membaca terlalu banyak.	4
11	Intan	Foto atau gambarnya sudah mendukung.	3
		Rata-rata	3,73
Pertanyaan no 9: Tekstur dan Motif Bagaimana pendapat kakak mengenai penggunaan tekstur atau motif pada desain ini? Menurut kakak, penggunaan tekstur atau motif tersebut membuat desain menjadi lebih menarik atau justru mengganggu?			
1	Ikah	Menurut saya, penggunaan tekstur dan motifnya sudah tepat ya, karenakan itu sebagai penambah elemen gitu ya, supaya menarik. Jadi tidak kosong dan tidak mengganggu fokus-fokus yang lainnya.	4
2	Indah	*Honestly* menurut aku untuk teksturnya itu menurut aku gaperlu sih ya. Mungkin dibeberapa bagian aja kaya *the original* foto. Ntah itu untuk kaya salah satu yang aku liat itu di gambar orang lagi mau menjahit, atau lagi ngerapihin bagian ntah benang atau apa, menurut aku sih sebenernya penggunaan tekstur itu oke-oke aja, tapi untuk *the original* produk, aku pikir itu ga perlu. Karena keknya orang itu bakalan pengen ngeliat asli dari, maksud aku *original* dari produknya itu sendiri sih. Jadi kalo mengganggu atau ngga, mungkin di beberapa bagian cukup mengganggu menurut aku. Untuk motif tersendiri, menurut aku desainnya gapapa sih, itu juga menurut aku cukup menarik sih.	3
3	Syilmi	Untuk penggunaan tekstur atau motif ya, menurut saya itu sangat mendukung konsep. Karena memperkuat kesan etnik dan produk kerajinan tangan dari produk tersebut. Dengan elemen tersebut juga, membuat desainnya lebih menarik. Lebih memiliki karakter, dan tidak terlihat biasa aja. Saya sangat nyaman dengan tekstur dan motifnya ini.	4
4	Yudi	Menurut saya penggunaan motif dan tekstur menjadi nilai tambahan, karena memperkuat konsep budaya dan *handmade*, desain menjadi lebih unik dan memiliki ciri khas tersendiri.	4
5	Ana	Penggunaan tekstur dalam desain ini cukup menarik, sehingga tidak ada masalah.	3
6	Inas	Penggunaan motif dan teksturnya sangat cocok dan sangat suka, terus nyaman juga ngeliatnya, karena memang	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		membantu elemen dari produknya itu sendiri yang bermotif.	
7	Vina	Motif dan teksturnya membuat desain menjadi lebih menarik dan memiliki karakter. Elemen dekorasi berhasil memperkuat kesan *handmade* tanpa menghilangkan fungsi desainnya.	4
8	Adib	Menurut aku penggunaan tekstur ataupun motif yang kamu gunain pada desain ini justru sangat membantu untuk menambah daya tarik aku buat lebih pengen tau produk kamu itu tentang apa gitu. Jadi menurut aku bagus banget sih kalo kamu tambahin hal itu.	4
9	Panca	Kalo menurut saya cukup menarik, namun lebih ke arah *gothic*, tapi menarik.	3
10	Della	Motifnya menjadi bagian yang menarik karena membuat desain terasa lebih khas dan tidak terlalu sederhana.	4
11	Intan	Penggunaan tekstur atau motif pada desain sudah menarik.	3
		Rata-rata	3,64
Pertanyaan no 10: Kesan Visual Kalau melihat desain ini secara keseluruhan, nuansa atau kesan apa yang paling terasa menurut kakak? Kalau tujuan desain ini ingin memberikan kesan etnik, elegan, dan profesional, menurut kakak apakah kesan tersebut sudah terasa? Kalau iya, kesan mana yang paling berasa?			
1	Ikah	Secara keseluruhan, desain ini memberikan nuansa etnik yang lebih menonjol. Karena motifnya itu kain tenun, terus dibuat *handmade*, warnanya juga merah kecoklatan gitu ya. Jadi lebih kuat ke nuansa etnik ya, karena yang menjadi ciri khasnya gitu.	4
2	Indah	Menurut aku udah terasa sih kaya *look*-nya udah memancarkan dari ketiga hal itu. udah tersampaikan aja sih untuk ke para *buyers*. Untuk aku sendiri sih yang paling berasa itu, tujuan didesain ini lebih ke etnik sih. Lebih terpancar tentang etniknya itu sendiri dari bagian produknya itu sendiri.	4
3	Syilmi	Kalo melihat desain ini secara keseluruhan, kesan yang paling terasa itu menurut saya itu etnik dan elegan. Karena desain ini tuh udah berhasil menunjukkan sisi *handmade* dari produk ini yang bernilai, namun tetap profesional.	4
4	Yudi	Kesan yang paling terasa adalah elegan dan etnik, desain sudah mampu menunjukkan produk *handmade*, yang memiliki nilai seni tapi tetep terlihat profesional.	4
5	Ana	Yang saya lihat pertama adalah tentang *handcraft* atau tradisional. Kesannya sudah terasa, dan yang pertama dilihat adalah kesan etniknya.	4
6	Inas	Dari desain dan gambar yang sudah disampaikan, kesan	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		etniknya sudah terasa sekali, nuansanya itu bener-bener menyatu juga dibantu dengan elemen-elemen lainnya dan ga memberikan kesan yang monoton juga. Jadi ini bener-bener desain yang profesional banget. Dan kesan yang paling berasa itu ada elemen kain, itu sudah sangat membantu produknya sekali, menjelaskan kalo ini memang kain asli *handmade* gitu.	
7	Vina	Kesan yang paling kerasa, elegan dan etnik. Unsur handmadenya udah cukup terlihat. Desainnya udah berhasil menyampaikan suasana yang sesuai dengan tujuan *brand*.	4
8	Adib	Kesan yang aku dapet pertama kali itu, aku langsung berpikiran "wah elegan, klasik, etnik, dan mewah sih" keren. Kesan etnik, profesional, klasik, dan mewah itu udah kerasa banget ya. Aku bahkan sampe berpikiran "lucu kali ya kalo produk-produk kaya gini bisa dijadiin suvenir di acara-acara kantor gedung-gedung itu".	4
9	Panca	Kalo menurut saya, untuk elegan dan etniknya sudah dapat dan secara profesional pun sudah dapet, namun ada beberapa hal yang menurut saya arah dari warna tersebut ke arah *gothic* ya.	3
10	Della	Kesan yang paling berasa adalah elegan dan berkelas. Unsur etniknya juga cukkup terlihat dipenggunaan motif dan elemen visualnya.	4
11	Intan	Kesan etniknya sih sudah terasa, terlihat dari gambar yang ingin dipromosikan, itu sudah berbau etnik. Kemudian, keeleganannya itu dilihat dari warnanya.	3
		Rata-rata	3,82
Pertanyaan no 11: Konsistensi Setelah melihat seluruh media promosi ini, menurut kakak apakah tampilannya sudah terasa saling berkaitan dan konsisten?			
1	Ikah	Iya menurut saya, ini sudah berkaitan satu sama lain dan sudah pas, dari tampilan, tulisan, dan lain sebagainya.	4
2	Indah	*Overall* menurut aku untuk seluruh media promosi ini udah saling berkaitan sih dan konsisten juga. Udah aman sih menurut aku.	4
3	Syilmi	Ya menurut saya tuh udah sangat menyatu dan konsisten ya. Karena setiap media ini memiliki elemen visual yang sama, seperti warnanya, motif, terus gaya desainnya. Sehingga, untuk sayakan mudah dikenali sebagai satu *brand* gitu.	4
4	Yudi	Menurut saya sudah terlihat konsisten, karena semua media menggunakan konsep visual yang sama, sehingga *brand* terlihat lebih kuat dan mudah dikenal.	4
5	Ana	Tampilannya sudah saling berkaitan dan konsisten.	4
6	Inas	Untuk kekonsistenan desain yang disampaikan dari awal	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		sampe akhir itu sangat baik sekali, sangat konsisten, dan tidak ada yang jomplang yah. Cuma mungkin aku tadi ngerasa gelap aja vibesnya, jadi kurang *vocal point*. Dari sisi kekonsistenannya di sini sudah sangat baik sekali.	
7	Vina	Sudah kerasa konsisten, karena penggunaan warna, motif, dan gaya desainnya sama.	4
8	Adib	Setelah melihat keseluruhan media promosi yang kamu buat sih, aku merasa ini udah bagus ya. Menyatu di setiap komponennya, namun ya balik lagi ada beberapa hal yang mungkin harus diperbaiki. Contohnya kaya *fonts description* yang kamu gunain menurut aku masih kekecilan.	3
9	Panca	Kalo menurut saya sudah cukup konsisten.	4
10	Della	Iya sudah terasa konsisten, karena setiap media memiliki gaya visual yang sama sehingga terlihat seperti satu kesatuan. Konsistensi desain membuat brand terlihat lebih profesional.	4
11	Intan	Sudah konsisten keseluruhan.	3
		Rata-rata	3,82
Pertanyaan no 12: Identitas *Brand* Menurut kakak, apakah desain media promosi ini sudah sesuai dengan karakter *brand* dan produk *handmade* yang ditawarkan?			
1	Ikah	Menurut saya, media promosi ini sudah sesuai dengan brand dan produk handmade yang ditawarkan. Sudah memberikan kesan tradisional gitu ya, nuansa etnik ya. Jadi menurut saya sudah pas gitu.	4
2	Indah	Menurut aku, media promosinya udah sesuai sih ya, sama karakter brand dan produk handmade. Dari segi konsepnya juga baik. Maksud aku dari segi konsepnya pun sudah menggambarkan ciri khas brand dan produknya itu sendiri sih.	4
3	Syilmi	Ya menurut saya ini sudah sangat sesuai. Karena desain ini mampu menunjukkan nilai kreatifitas, nilai keunikan, serta kualitas dari produk handmade yang ditawarkan ini.	4
4	Yudi	Sudah sesuai karena desain mampu menggambarkan karakter produk yang dibuat secara kreatif, detail, dan memiliki nilai khusus.	4
5	Ana	Desain media promosi ini sudah sesuai dengan karakter *brand* dan produk *handmade* yang ditawarkan.	4
6	Inas	Sudah sangat berkarakter dengan *brand* Yesya Frita, dan produknya kan bukan produk biasa gitu ya, dari produknya memang *colorful* dan bermotif, dan ada etniknya. Jadi sangat-sangat identik dan Yesya Frita banget kebantu dengan elemen-elemen yang dipilih untuk desainnya sendiri bener-bener mendukung, bahwa *brand handmade* banget,	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		apalagi ada detail kain yang disampaikan dalam desain ini.	
7	Vina	Sudah sesuai, karena desainnya menunjukkan produk yang unik dan memiliki nilai seni. Karakter produknya sudah tersampaikan melalui elemen visual yang digunakan.	4
8	Adib	Desain media promosi yang kamu buat ini sih menurut aku udah cocok ya buat menunjukan karakter dari *brand* kamu yang etnik dan mewah ini.Menurut aku perencanaan desainnya bagus ya, mulai dari perpaduan warna yang gak lebay, mewah, dan elegan. Terus untuk *fonts* judul yang kamu gunain juga juga membantu mendeskripsikan kalo ini itu *brand* etnik tapi gak kampungan gitu.	3
9	Panca	Kalo menurut saya sudah cukup cocok.	3
10	Della	Desain sudah sesuai dengan kesan yang ingin dibangun oleh *brand*.	4
11	Intan	Sudah sesuai karena gambarnya juga sudah sesuai dengan yang akan dipromosikan.	3
		Rata-rata	3,73
Pertanyaan no 13: Ketertarikan Produk Setelah melihat media promosi ini, apakah kakak jadi tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut atau membeli produknya? Media mana yang paling membuat kakak penasaran terhadap produknya?			
1	Ikah	Iya tentu ya, saya jadi tertarik melihat lebih jelas lagi bagaimana sih detail-detail produknya. Saya juga tertarik untuk melihat bagaimana sih aslinya wujudnya itu seperti apa gitu ya. Apakah sesuai dengan media promosi yang ditawarkan…gitu.	4
2	Indah	Aku tertarik sih buat cari tau lagi lebih lanjut tentang si produk ini, dan aku sih lebih tertarik sama media di *feed* ig sama ke brosur sih.	4
3	Syilmi	Ya menurut saya, desain ini tuh sangat menarik perhatian ya. Terus membuat penasaran akan produk ini gitu, dan menurut saya yang paling menarik itu dari katalog dan *feed* instagramnya. Karena memberikan informasi produknya itu secara lebih lengkap. Untuk saya sendiri, ini cukup sangat menarik perhatian saya ya.	4
4	Yudi	Ya karena tampilan visualnya lebih menarik dan membuat produk terlihat lebih memiliki nilai. Media yang paling menarik perhatiannya adalah katalog, karena memberikan gambar produk secara lebih lengkap.	4
5	Ana	Tertarik dan mencoba untuk mencari tau tentang produknya. Saya akan mencari tau dari *feed* instagramnya.	4
6	Inas	Seperti yang disampaikan sebelumnya, kalo suka pasti akan dicari tau lagi, di-*scroll-scroll*, di-*stalk-stalk*, dan cek	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		katalognya ada apa aja. Kalo perempuan itu biasanya tertarik sama yang namanya tas ya. Suka dengan pemilihan, konsep satu konten satu produk itu lebih detail sekali, sangat-sangat informatif sekali dari media yang sudah dipakai dan dipilih oleh Yesya Frita.	
7	Vina	Iya, karena desainnya membuat produk terlihat lebih menarik, dan saya lebih tertarik pada katalog, karena informasinya lebih lengkap. Karena media promosinya sudah mampu membangun rasa ingin tahu terhadap produknya.	4
8	Adib	Ya tentunya aku tertarik sih kalo desainnya bagus begini, bahkan aku juga jadi pengen ngebeli *Eyelet Tote Bag* yang kamu promosiin buat hadiah pacar aku. Dari keempat media itu, yang paling ngebuat aku penasaran dan bagus itu yang pertama *Feed* Instagram, terus yang kedua Katalog Produk.	3
9	Panca	Ya saya cukup tertarik untuk melihat produk-produk yang telah ditawarkan.	4
10	Della	Ya, karena tampilannya membuat produk terlihat menarik dan lebih meyakinkan. Saya paling tertarik dengan media yang menampilkan produk secara lengkap.	4
11	Intan	Lebih penasaran ke diskonnya sih. Karena rata-rata perempuan itu lebih suka didiskon, barang-barang yang diskon.	3
		Rata-rata	3,82
Pertanyaan no 14: Efektivitas Media Promosi Menurut kakak, apakah media promosi ini sudah cocok digunakan untuk mendukung kegiatan promosi saat pameran atau *event*? Kalo misalkan media ini dipasang di sebuah pameran atau *event* UMKM, menurut kakak apakah sudah cukup membantu menarik perhatian kakaknya sebagai pengunjung?			
1	Ikah	Menurut saya, media promosi tersebut sudah cocok, sudah bagus kalo mau digunakan buat promosi atau *event* atau pameran gitu ya. Apalagi tadi saya melihat *banner*-nya itu ya, sudah menarik perhatian saya gitu ya dari depan, itu sudah bagus.	4
2	Indah	Media promosi ini menurut aku sudah cocok ya dan udah mendukung juga buat kegiatan di pameran atau *event-event* yang diselenggarakan.	4
3	Syilmi	Oke, menurut saya ini udah sangat cocok untuk digunakan atau dipamerkan di suatu pameran-pameran karena tampilannya ini jadi daya tarik yang kuat, terus apalagi terlebih tadi dari warna merahnya yang mencolok karakternya yang keliatannya bikin orang penasaran pengen berkunjung gitu.	4
4	Yudi	Sudah cocok karena desainnya cukup menonjol untuk menarik perhatian pengunjung. Konsep visual yang kuat	4

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		dapat membantu *brand* lebih mudah dikenali saat berada di area pameran.	
5	Ana	Media ini cocok untuk digunakan mendukung kegiatan promosi saat pameran atau *event*. Menurut saya, saat dipasang pameran *event* UMKM, media ini sangat menarik perhatian dan saya akan mengunjungi *stand* tersebut.	4
6	Inas	Pastinya sudah sangat menarik perhatian sekali. Karena produknya *handmade*, media promosi yang dipakai Yesya Frita ini sudah sangat informatif sekali, apalagi untuk ditampilkan pada *event* pameran ataupun *event* UMKM, ini pasti sangat menarik perhatian sekali.	4
7	Vina	Sudah cocok, karena tampilannya cukup menarik perhatian dan sesuai dengan pengenalan produk. Karena desain tersebut sudah memiliki daya tarik visual yang mendukung kegiatan promosi.	4
8	Adib	Menurut aku, media promosi yang kamu buat itu udah cocok buat mendukung kegiatan promosi disaat pameran atau *event*. Karena emang dari setiap media yang dibutuhkan kamu ada semua. Mulai dari *banner*, brosur, *feed* instagram, bahkan sampai katalog Produk. Aku rasa cukup ya. Karena emang seperti yang sudah aku jelaskan di atas. Kamu punya semua elemen yang dibutuhkan untuk menarik perhatian orang biar bisa penasaran sama produk kamu.	4
9	Panca	Menurut saya sudah cukup cocok dan media ini bisa tetep dijalankan untuk produk yang telah diterbitkan tersebut.	3
10	Della	Sudah sangat cocok, karena desainnya sudah cukup menonjol dan bisa membantu menarik perhatian pengunjung.	4
11	Intan	Sudah cocok. Karena medianya itu atau desainnya itu sudah sesuai dengan era-era jaman sekarang. Yang elegan warnanya, suka-suka yang elegan. Kemudian gambarnya juga sudah cocok.	3
		Rata-rata	3,82
Saran, masukkan, ataupun kritik			
1	Ikah	Baik ya, terimakasih kembali…menurut saya sudah tidak ada sih yang dikoreksi. Sudah bagus secara keseluruhan, dari warna, gambar, *font* tulisan, sudah baik dan sudah bisa diberikan ke publik gitu ya.	
2	Indah	Menurut aku untuk media promosi ini udah cukup kreatif, inovatif, menarik juga sebagai pengunjung. Jadi ada minat untuk mengetahui lebih dalam tentang produk tersebut. Mungkin untuk sarannya, buat warnanya juga di bagian katalog sih, menurut aku ada satu warna menurut aku…warna item itu terlalu monoton aja sih. Jadi kaya item, tulisan, sedangkan yang lain itu menurut aku udah oke sih.	
3	Syilmi	Oke, terimakasih kembali hanif, mungkin saran sedikit dari saya. Kalo	

© 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

		untuk desain warna dan lain sebagainya, itu menurut saya udah sangat-sangat baik ya. Mungkin di beberapa bagian informasinya aja, mungkin di ukurannya itu tulisannya lebih diperbesar, supaya kita makin nyaman untuk dibaca, apalagi kalo diliat dari jarak tertentu saat pameran. Gitu aja sih, kalo yang lainnya itu aku udah oke banget, udah suka banget.
4	Yudi	Sama-sama mas Hanif. Sedikit saran dari saya, desain ini sudah berhasil menyampaikan identitas brand dengan baik melalui visual yang menarik dan konsisten. Saran yang dapat diberikan hanya pengembangan minor, seperti eksplorasi variasi tata letak, atau penyederhanaan beberapa elemen agar tampilan semakin lebih fleksibel untuk berbagai kebutuhan promosi.
5	Ana	Barang yang ingin dipamerkan lebih ditonjolkan dan warna dari desainnya bisa dibuat agar tidak kontras dengan barang-barang yang akan ditampilkan pada produknya
6	Inas	Overall menurut aku desainnya udah bagus banget, konsepnya juga kuat dan udah sangat menggambarkan karakter Yesya Frita. Media promosinya juga informatif dan menarik buat orang yang baru pertama kali lihat. Mungkin kalau ada sedikit masukan, bagian *background* di beberapa media bisa dibuat sedikit lebih terang supaya produknya lebih jadi *focal point* dan nggak terlalu bertabrakan sama motif produknya yang memang udah *colorful*. Terus mungkin bisa ditambah *QR Code* atau *barcode* yang langsung terhubung ke WhatsApp, Instagram, atau katalog digital, jadi orang bisa lebih gampang dan instan cari tahu informasi atau langsung menghubungi Yesya Frita. Tapi *overall* menurut aku semuanya udah sangat baik dan layak digunakan untuk promosi.
7	Vina	Desain ini sudah memiliki konsep yang kuat dan sesuai dengan karakter produknya, namun ada sedikit masukkan, ke depannya mungkin bisa dikembangkan lagi variasi penyajiannya agar lebih fleksibel digunakan pada berbagai media promosi.
8	Adib	Aku Cuma mau kritik terkait ukuran *fonts description* yang kamu gunain. Apalagi di *feed* instagram, katalog, dan brosur. Menurut aku ukuran *font*-nya agak kekecilan, saran aku sih lebih baik sedikit dibesarkan biar orang yg ngeliat gak sudah buat bacanya dan ngga butuh *effort* lebih bisa ngebaca *description* produk kamu, untuk keseluruhan sudah bagus banget sih menurut aku.
9	Panca	Menurut saya cukup menarik dan sudah menarik dari segala desain yang telah dicurahkan tersebut. Mungkin saran dari saya untuk warna, ataupun produk itu bisa lebih ditonjolkan lagi. Warnanya bisa lebih ke arah cerah dan tulisan bisa lebih diperbesar dikit. Baik mungkin itu saja dari saya.
10	Della	Desain ini sudah memiliki identitas yang kuat dan berhasil memberikan kesan produk yang bernilai. Sedikit masukkan sebagai pengembangan berikutnya, mungkin bisa lebih eksplorasi variasi penyajian konten agar tetap menarik ketika digunakan berbagai

		kebutuhan promosi.
11	Intan	Untuk keseluruhan sudah cukup baik. Semangat.

© 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

LAMPIRAN 2

HASIL KUESIONER

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Tanggal : 27 November 2025 hingga 4 Desember 2025

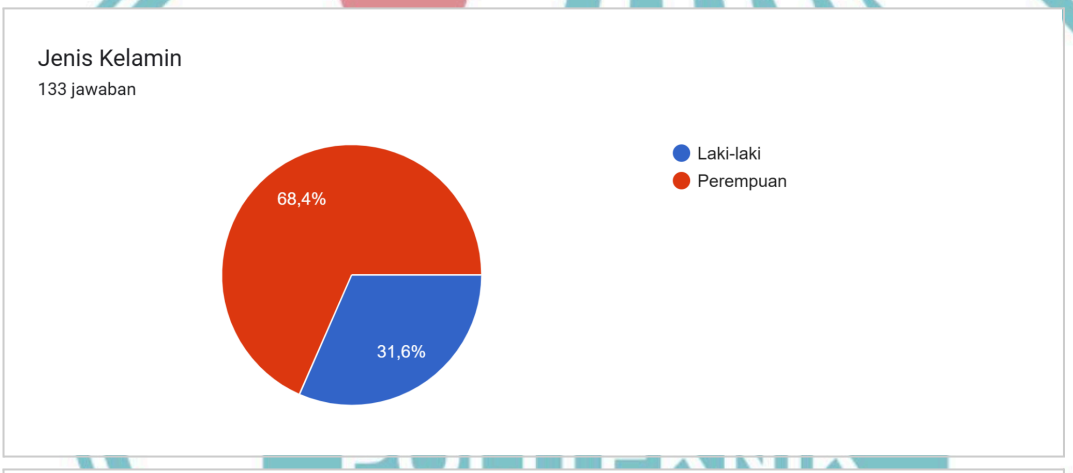
Usia : 18-45 tahun ke atas

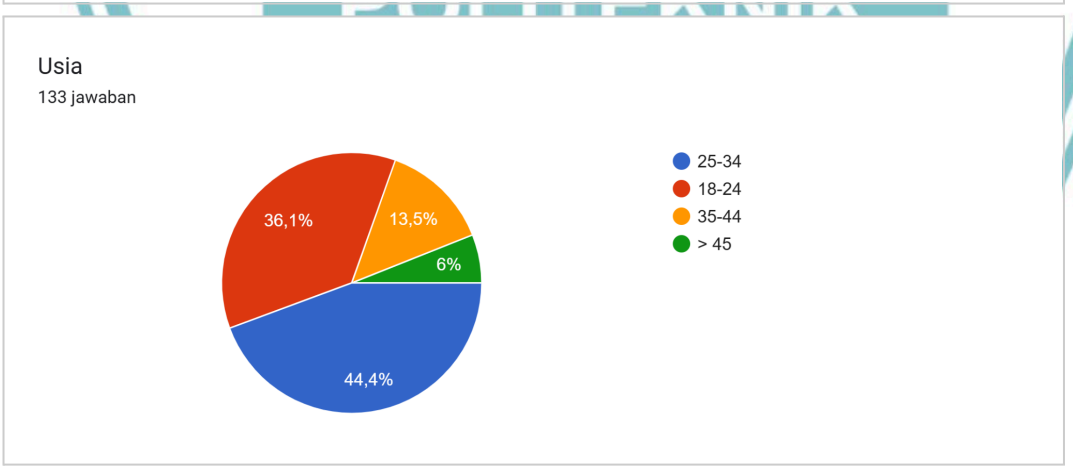
Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa, pengajar, karyawan, pengusaha, *freelance*, dan lain sebagainya

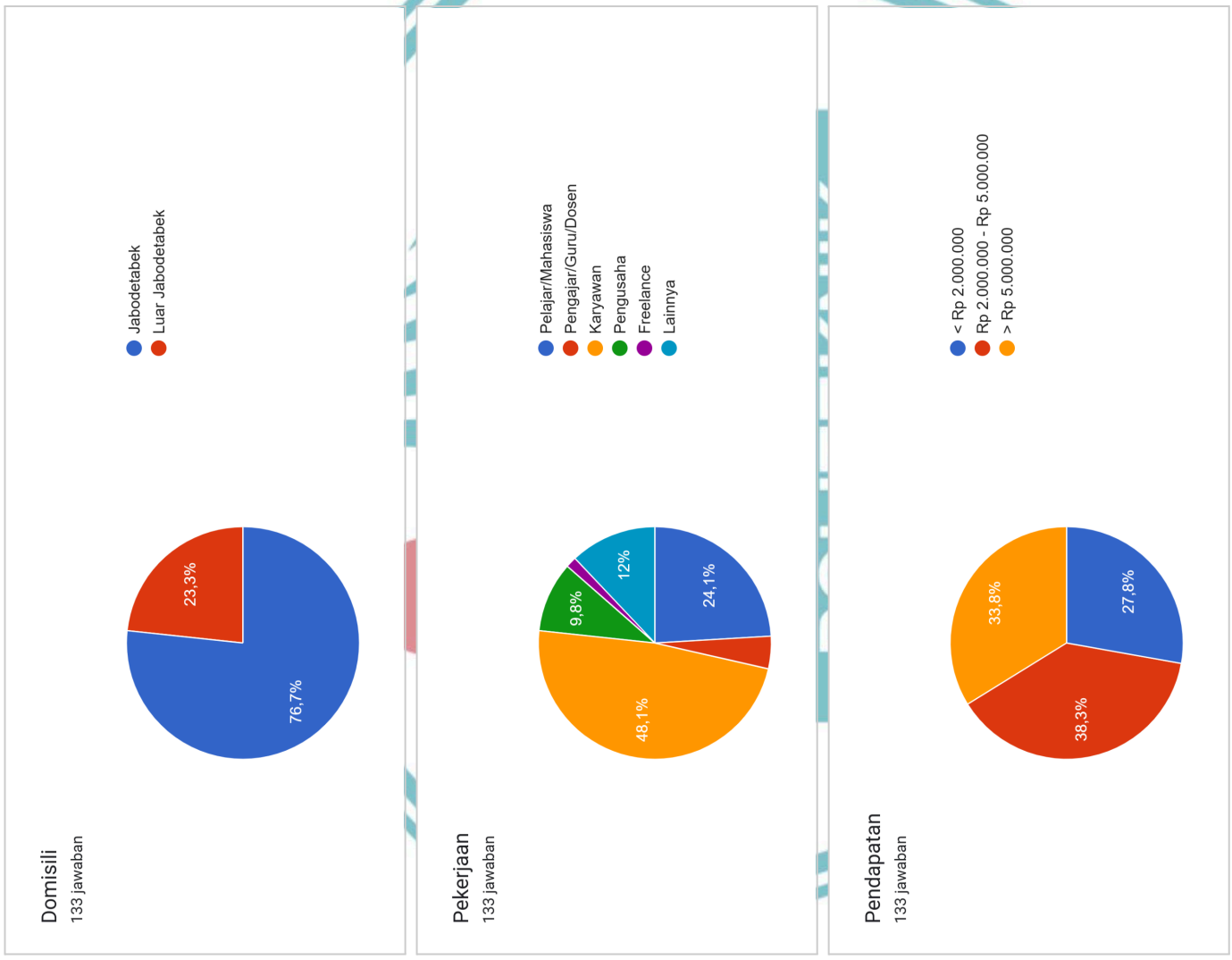
Responden : 133 Orang

Segmentasi : Data Responden, Pengetahuan pada Produk, Penggunaan Media Promosi Cetak dan Digital, serta Preferensi Desain

Data Responden







© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

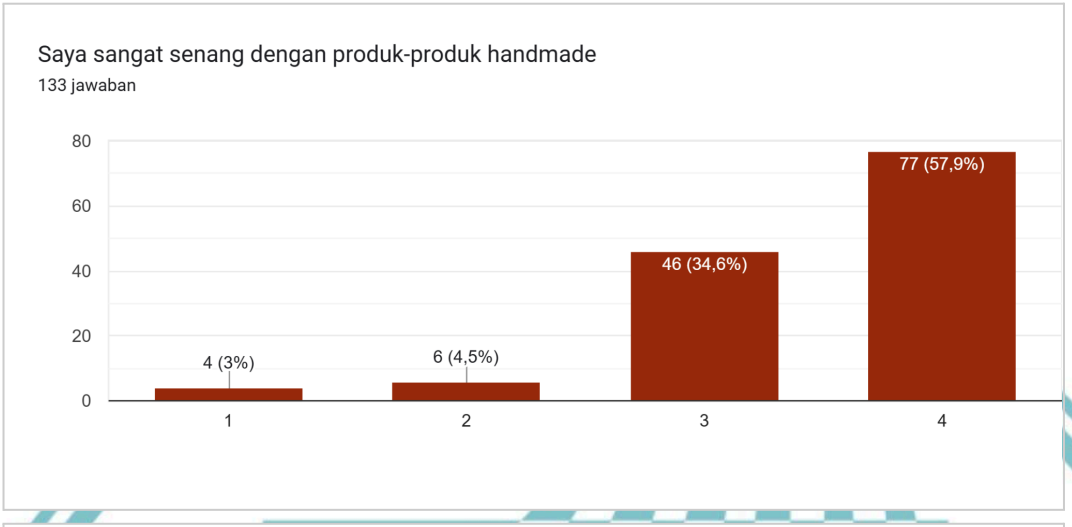
Hak Cipta :

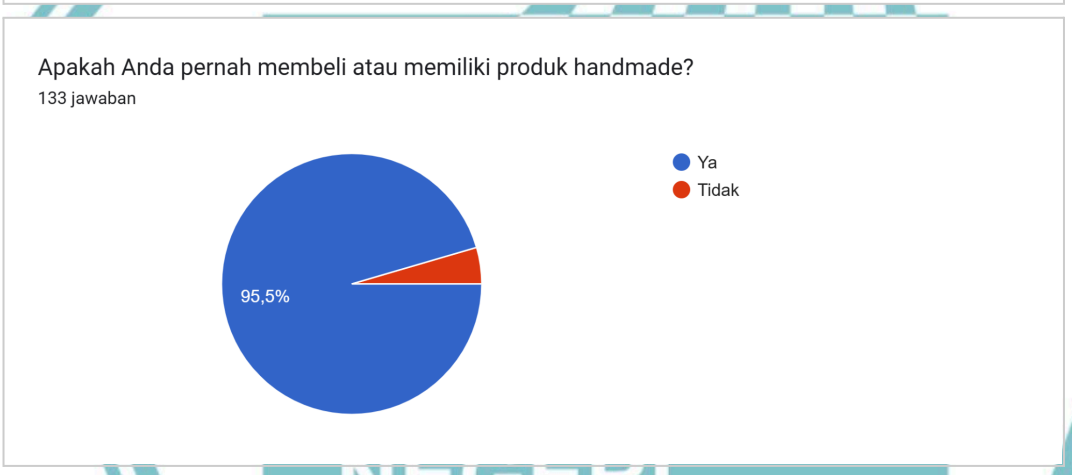
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
   a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
   b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Pengetahuan pada Produk





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

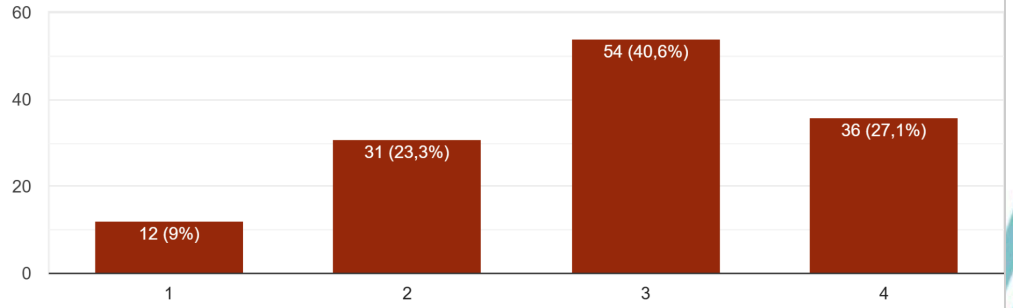
Apa alasan utama Anda mengunjungi event/pameran/workshop produk handmade tersebut? (Jika jawaban sebelumnya Tidak, lewati pertanyaan ini)

97 jawaban

Media Promosi (Cetak & Digital)

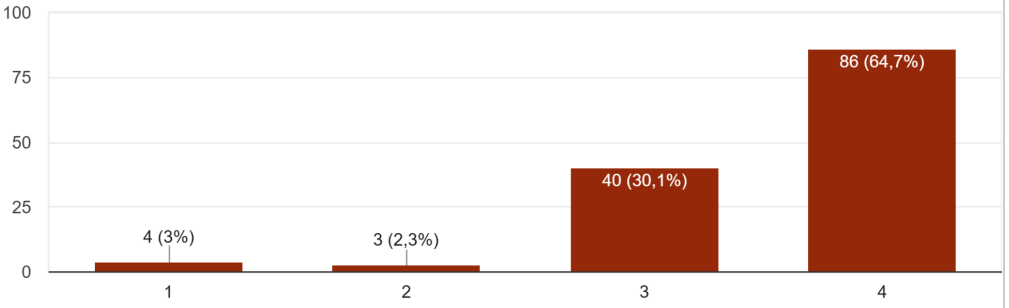
Media promosi brand handmade yang pernah saya lihat biasanya belum memberikan informasi yang lengkap

133 jawaban



Menurut saya, media promosi seperti katalog produk, brosur, dan banner sangat membantu memenuhi kebutuhan informasi pengunjung tentang brand di event atau pameran handmade

133 jawaban

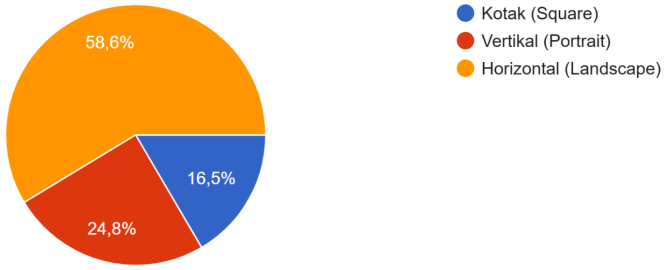


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

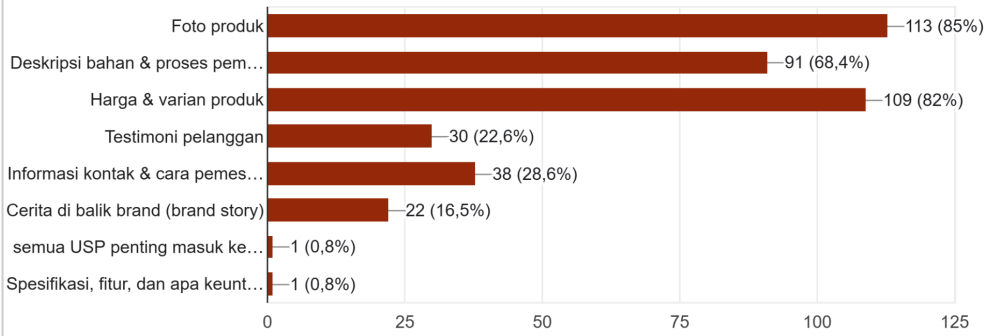
Bentuk katalog seperti apakah yang menurut Anda paling nyaman digunakan?

133 jawaban



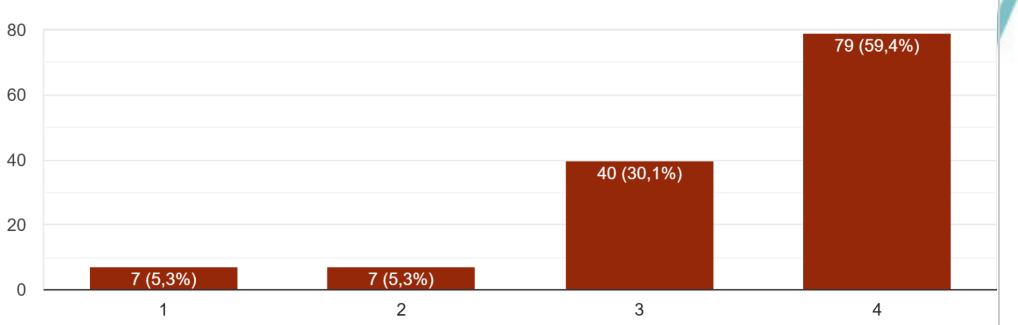
Informasi apa yang paling Anda butuhkan ketika membaca katalog produk? (Pilih maksimal 3)

133 jawaban



Saya lebih suka menerima brosur ringkas yang mudah disimpan dan dibawa

133 jawaban



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Jika desain brosurnya menarik, saya akan menyimpan atau memfoto lalu membagikannya

133 jawaban

Jenis lipatan brosur apa yang paling Anda sukai?

133 jawaban

Informasi apa saja yang menurut Anda harus ada di brosur? (Pilih maksimal 3)

133 jawaban

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Saya lebih mudah mengenali dan tertarik pada booth yang menggunakan banner dengan foto produk besar dan jelas

133 jawaban

Jenis banner seperti apa yang paling menarik perhatian Anda?

133 jawaban

Seberapa sering Anda menggunakan media sosial, khususnya Instagram?

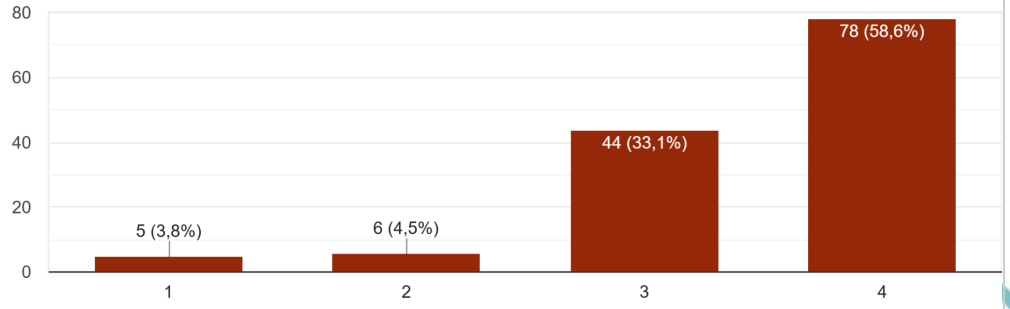
133 jawaban

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

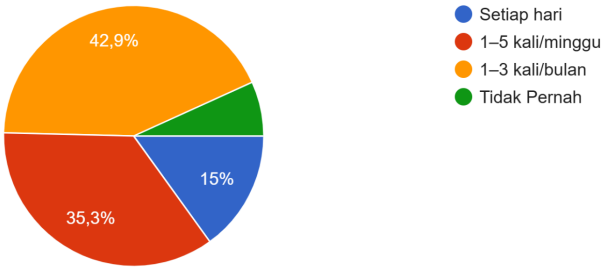
Menurut saya, penting untuk mengetahui berbagai informasi mengenai produk atau kegiatan brand melalui Instagram

133 jawaban



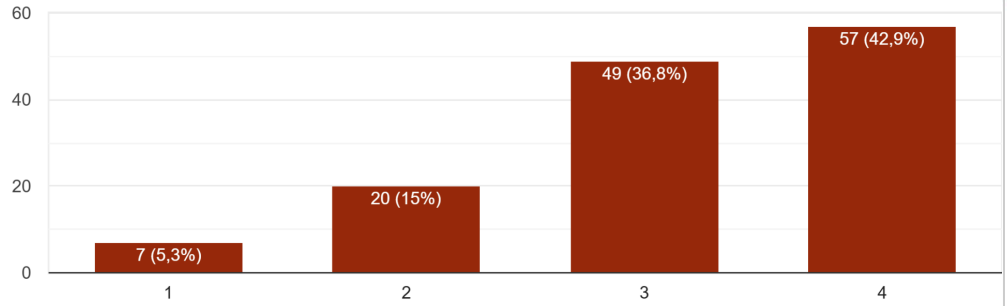
Seberapa sering Anda melihat konten dari brand handmade di Instagram?

133 jawaban



Saya lebih tertarik mengikuti akun Instagram brand handmade yang posting secara konsisten

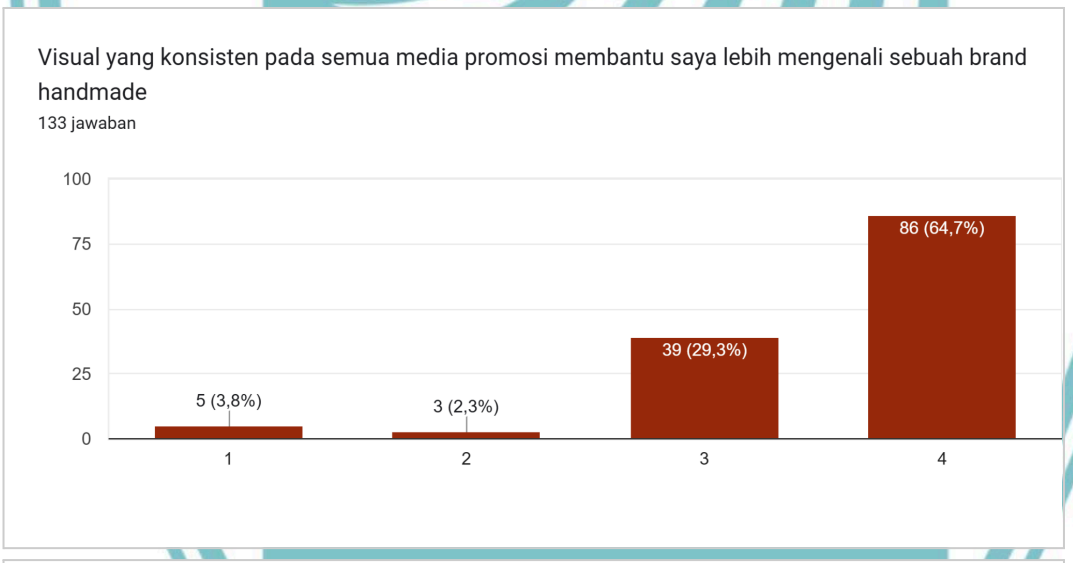
133 jawaban

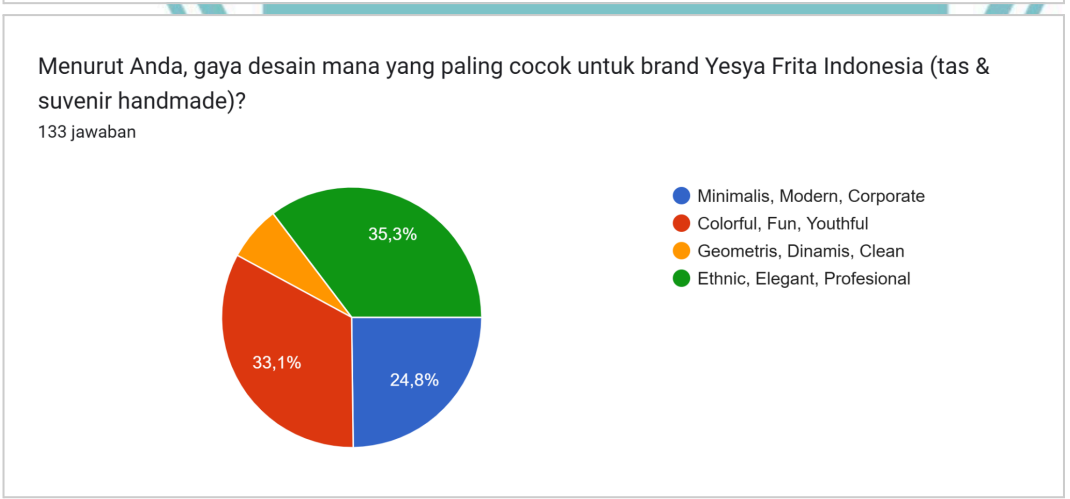


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Preferensi Desain





© 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

Menurut Anda, penyajian visual mana yang paling cocok dan selaras dengan gaya desain yang Anda pilih sebelumnya

133 jawaban

Jika Anda membaca teks panjang (deskripsi produk, cerita brand, dll.), jenis font mana yang menurut Anda paling nyaman dibaca dan terlihat paling jelas?

133 jawaban

NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI RISET

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

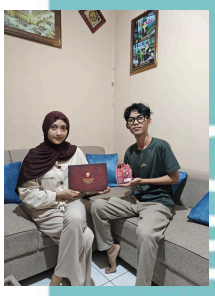
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

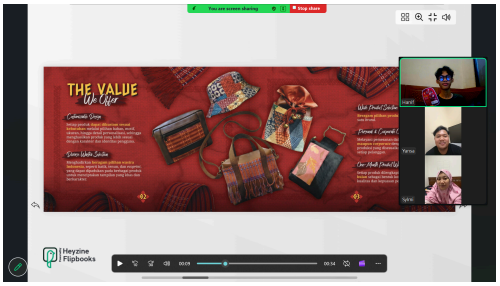
Hak Cipta :

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

Dokumentasi bersama Klien

Dokumentasi bersama Narasumber *Testing*





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

LAMPIRAN 4

LOGBOOK BIMBINGAN TA

© 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

Link Notion Logbook Bimbingan:

https://app.notion.com/p/Logbook-Laporan-Tugas-Akhir-2ced9cb09e7d81668186c7c282556032

ke	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Tgl	Catatan Pembimbing	
1	Bab 1	Arahan Penyusunan 1.1 Latar Belakang	24/09/2025	1	Menetapkan judul penelitian berdasarkan *outline* yang telah disusun sebelumnya.
				2	Pembahasan untuk melakukan penyusunan Bab 1 Pendahuluan bagian Latar Belakang. Dari hasil pertemuan ini, diarahkan terkait dengan alur penyusunan latar belakang seperti berikut: Fenomena Sosial > Data Pendukung (Data Statistik/Infografis) dari sumber yang kredibel > Urgensi Permasalahan > Konsep Teoritis/Penelitian Terdahulu > *State of The Art* (Keterbaharuan Penelitian Anda). **Note: Sebaiknya hidari argumen pribadi (harus ada landasan)*
2	Bab 1	Review 1.1 Latar Belakang	7/10/2025	1	Revisi kalimat pembuka biar langsung mengarah ke *creative industry* atau pelaku UMKM. Ini ttp dari umum ke khusus, tapi tidak terlalu jauh dari konteks penelitian kamu.
				2	Pertahankan data dari jurnal, tapi fokus ke konteks besarnya (kerajinan tangan secara umum), bukan detail produk kayu/rotan.
				3	Buat bagian urgensi berdasarkan data klien, lalu perkuat dengan referensi teori pendukung.
				4	Pastikan alur dari umum ke khusus (fenomena > konteks industri > kasus Yesya Frita > urgensi).
				5	Tambahkan *state of the art*, tunjukkan posisi penelitian ini dibanding penelitian atau referensi sebelumnya. Jelaskan apa yang *new or different* dari penelitian ini (misalnya: fokus ke strategi promosi visual untuk brand lokal skala kecil, yang belum banyak dibahas di penelitian lain).
3	Bab 1	Arahan Penyusunan 1.2 Rumusan	22/10/2025	Pada pertemuan ini, pembahasan diarahkan pada penyusunan rumusan masalah yang bersumber dari latar belakang penelitian.	

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

		Masalah, 1.3 Ruang Lingkup, 1.4 Tujuan dan Manfaat, 1.5 Sistematika Penulisan		Ruang lingkup ditetapkan untuk membatasi fokus pembahasan agar tetap sesuai dengan tujuan penelitian. Selanjutnya, tujuan dirumuskan sebagai jawaban dari rumusan masalah yang telah disusun. Adapun sistematika penulisan menjelaskan gambaran isi dan alur pembahasan yang akan dibahas pada setiap bab.	
4	Bab 1	Review Bab 1 Pendahuluan	3/11/ 2025	1	Untuk Rumusan Masalah, Ruang Lingkup, dan Tujuan: poin nomor 1 *better* tidak lagi pakai kalimat "sebagai media promosi", karena judul sekarang arahnya ke membangun citra *brand*. Jadi ubah aja jadi: "perancangan *marketing collateral* untuk membangun citra *brand* Yesya Frita Indonesia." Selaras sama judul yang sekarang.
				2	Teori atau jurnal yang sudah lebih dari 5-10 tahun tetep boleh dipakai, selama teorinya masih relevan. *Foundational theories* itu memang biasanya long lasting, jadi aman.
				3	Format sitasi "sebagaimana dikutip dalam…" juga boleh digunakan. Itu normal dipakai kalau tidak bisa akses sumber aslinya.
				4	Kalau buku aslinya tidak bisa diakses, tapi datanya lengkap, tetap boleh memakai sitasi tidak langsung. Di daftar pustaka cukup tulis sumber sekundernya
				5	Sumber web atau blog boleh kamu pakai, tapi secukupnya saja ya. Pilih yang kredibel dan jangan dijadikan teori inti.
5	Bab 2	Review keseluruhan Bab 1 dan Bab 2 Landasan Perancangan	19/11 /2025	1	Bagian *novelty* sebenernya udah ada arahnya, tapi masih terlalu umum. *You have to state* kalau yang baru dari penelitian ini bukan "membangun citra *brand*"-nya, tapi apa yang berbeda dibanding penelitian-penelitian sebelumnya. Jadi fokusnya ke - Objek UMKM *handmade* tas & suvenir (bukan kuliner), - Perancangan *marketing collateral* terintegrasi antara cetak dan digital - Penggunaan *key visual* yang konsisten sebagai pembeda dari penelitian terdahulu

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

				2	Format penulisannya: 1.4.1 Tujuan, 1.4.2 Manfaat, baru setelah itu 1., 2., 3.
				3	Pada bagian teori makro, tambahkan teori *marketing* sebelum masuk ke bagian promosi.
				4	Bagian lain sudah oke, namun pada bagian teori *design thinking*, perjelas menggunakan teori dari Stanford d. School atau Tim Brown. Hutchison (2025) itu bukan sumber teori *design thinking*, jadi ngga bisa dijadikan acuan utama. Sebelumnya harus tentuin dulu mau pakai *framework* yang mana; Hasso Plattner Institute (d.school, 2010) atau Tim Brown dari IDEO (2008).
				5	Untuk bagian gambarnya diganti dan sebaiknya dibuat sendiri aja.
6	Bab 3	Review Bab 3 Metode Perancangan mengenai Profil Klien, *Product Knowledge*, *Target Audience*, Riset Kompetitor, dan Pertanyaan/ Pernyataan Kuesioner	3/12/ 2025	1	Untuk bagian profil klien, *product knowledge*, sama *target audience* udah oke. Tapi untuk riset kompetitor, kalo emang ada media promosi lain selain dari Instagramnya aja, bisa ditambahkan.
				2	*Maybe*, supaya data yang didapat nanti lebih *useful* untuk mendukung *brand building* Yesya Frita Indonesia, bisa tambahkan beberapa pertanyaan yang fokus ke bagaimana audiens melihat *branding handmade* dan gimana mereka menilai media promosi yang pernah mereka lihat sebelumnya. Tambahin juga *at least one open-ended question* supaya bisa *explore* opini spontan dari responden, biar hasilnya lebih kaya untuk tahap *Define* dan juga *Ideate*. Contohnya: - Identitas visual yang konsisten pada semua media promosi membantu saya lebih mengenali sebuah *brand handmade*. (Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju) - Media promosi *brand handmade* yang pernah saya lihat biasanya belum memberikan informasi yang lengkap. (Sangat Tidak Setuju - Sangat Setuju) - Menurut Anda, media promosi seperti apa yang paling ideal untuk *brand* tas dan suvenir *handmade*? Jelaskan alasannya. (*Open answer*)
				3	Untuk gambarnya, langsung aja ke

© 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

					penerapannya. Biar jelas gambarnya, karena audiensnya kan awam.
7	Bab 3	Review Analisis SWOT	12/12 /2025	1	Untuk poin-poin yang ada di S-W-O-T saja, sudah oke, namun tambahkan lagi pada poin W dan T-nya.
				2	Untuk bagian penggabungannya, secara keseluruhan masih belum *on point* terhadap apa yang akan dirancang. Langsung aja gunakan kata-kata kaya misalnya merancang, mendesain, menyusun, dsbnya. Terus juga, sebutkan aja medianya.
8	*Final Review* & Persetujuan Akhir	Pemeriksaan total proposal dan penandatanganan Lembar Bimbingan (Bukti 6x pertemuan)	18/12 /2025	1	*Overall* sudah oke semua, namun pada salah satu penggabungan, tekankan penyebutan terkait merancang *marketing collateral*.
				2	Pada bagian arahan kreatif, poin *mandatory elements*-nya, sebutkan yang paling dibutuhkan dalam penyajian visualnya.
9	Bab 1 dan 3	Judul, Latar Belakang, Rumusan Masalah, SWOT	19/02 /2026	1	Yang perlu dipastikan adalah alurnya runtut dari kondisi > dampak > konsekuensi terhadap citra *brand*. Masalahnya bukan sekedar gak adanya *collateral*, tapi: Informasi produk tidak tersampaikan maksimal, identitas visual tidak konsisten, *brand* kurang *stand out* saat *event*, citra *brand* belum terbentuk kuat di benak *potential buyer*.
				2	Kalau memang citra brandnya berdasarkan visi, wawancara, dan hasil kuesioner adalah etnik dan elegan, itu boleh dan sebaiknya dimasukin ke latar belakang dan rumusan masalah. Tapi ingat, itu tidak boleh hanya jadi kata-kata. Kalo memang ingin menetapkan citra *brand* sebagai "etnik dan elegan", maka nanti visualnya semua harus mengarah ke situ. Jadi silahkan masukkan, tapi pastikan itu jadi benang merah dari awal sampai arahan kreatif. Boleh juga dimasukkan di *product knowledge* di Bab 3.
				3	Revisi judul, kalau mengacu ke pedoman penulisan proposal, judul sebaiknya tetap dibuat singkat, jelas, dan mengikuti struktur [kata kerja] - [media] - [klien] - [tujuan/fungsi], jadi ga perlu terlalu panjang atau naratif. Saya sarankan judulnya cukup dibuat ini saja: "Perancangan *Marketing*

					Collateral Brand Yesya Frita Indonesia sebagai Media Promosi", *thats it*. Komentar penguji soal "membangun citra *brand*" bukan berarti konsepnya dihilangkan, tapi cukup ditempatkan sebagai tujuan dan arahan perancangan di dalam isi proposal. Sedangkan pertanyaan tentang citra *brand* apa yang ingin disampaikan bisa dijawab dan pertegas di latar belakang, rumusan masalah, serta arahan kreatif, misalnya mengarah pada citra etnik dan elegan.
				4	Untuk bagian strength prinsipnya cukup pertahankan poin yang memang terpakai dan relevan dengan strategi SWOT, jadi kalau dicek hanya poin 5 yang tidak terpakai, cukup hapus poin itu aja tanpa mengurangi yang lain. Untuk bagian kesimpulan SWOT, arahnya sudah benar tapi masih terlalu panjang. Sesuai pedoman, sebaiknya diringkas jadi 1-2 kalimat yang langsung menyoroti strategi utama yang dihasilkan.
10	Bab 4	Konsep Visual (Mind Map)	19/03 /2026	1	Eksplorasi mindmap sebenernya sudah oke. Tapi ada beberapa *consideration for a better improvement* *Keyword* masih di level elemen, belum sampai ke level konsep. Kata seperti wastra, *stack*, dan ornament itu masih menjelaskan "pakai apa" (material, bentuk, teknik), bukan "mau jadi apa". Dalam *visual concept*, yang dibutuhkan itu bukan sekadar elemen, tapi big idea yang bisa jadi benang merah dari semuanya.
				2	*Keyword*-nya masih belum saling nyambung jadi satau arah. *For now*, masih terasa berdiri sendiri-sendiri, belum kebentuk satu konsep yang jelas. Jadi belum kebayang ini mau dibawa ke arah visual seperti apa secara keseluruhan. *Ideally*, 3 keyword itu harus saling support dan mengarah ke satu konsep yang sama.
				3	Masih terlalu fokus ke bentuk, belum ke makna atau "rasa". Tapi coba ditarik lagi, ini semua mau nyampein apa? *Brand* ini mau terasa seperti apa? Karena dari proposal, *tone & manner* etnik dan elegan, tapi *keyword* belum benar-benar *capture "feeling"* itu.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

				4	Satu hal penting, *visual concept* itu tidak harus selalu *product-based*. Jadi ga perlu selalu merepresentasikan produk secara harfiah. *Try to think beyond that*.
11	Bab 4	Konsep Visual (Mind Map)	30/03 /2026	1	*Keyword* yang Ornametal sudah oke, namun untuk *keyword heritage*/warisan dan *keyword vintage* masih bisa dieksplor lagi. Jadi coba eksplor kembali.
12	Bab 4	Konsep Visual (Mind Map)	07/04 /2026	1	*Keyword* yang sekarang udah jauh lebih terkonsep dan saling terhubung dan saling mendukung satu sama lain. Bisa langsung lanjut buat *moodboard*.
13	Bab 4	Konsep Visual (Moodboard)	22/04 /2026	1	Visualnya udah kebentuk dan udah keliatan nih. Revisi minor aja buat tipografi, masukin contoh-contohnya aja, gaperlu dimasukin langsung *font* yang akan dipakai. Karena tahap ini jugakan masih sekedar tahap eksplorasi. Ga perlu pake yang udah pasti dipake juga.
14	Bab 4	Proses Desain (Sketsa Thumbnail)	06/05 /2026	1	Sketsa *thumbnail*-nya jangan dibuat seperti ini, gaperlu langsung bentuk kainnya, atau bordernya. Ini tuh bentuk-bentuk yang disederhanakan, kaya contohnya di sini ada corak/motif, nah ambil bagian tertentunya aja.
15	Bab 4	Proses Desain (Desain Komprehensif)	13/05 /2026	1	Bagian sketsa ini, dibuat berdasarkan tema/konsep. Jadi nanti ada 5 konsep yang berbeda, baru dari situ nanti dipilih 3 untuk lanjut ke tahap desain komprehensif.
16	Bab 4	Proses Desain (Desain Komprehensif)	28/05 /2026	1	Lanjutkan dulu progressnya.
17	Bab 4	Proses Desain (Desain Terpilih)	11/06 /2026	1	Desain terpilih ini ngebahas alasan dari terpilihnya dari 1 desain tersebut. Ini bisa dijelaskan berdasarkan dari desainnya yang mungkin secara konsep lebih cocok dan lebih dekat dari yang sudah dibangun dari awal penyusunan konsep visualnya.
18	Bab 4	Proses Desain (Testing)	18/06 /2026	1	Pertanyaannya sudah oke. Tapi ada beberapa masukan ya. Tambahin satu pertanyaan soal warna, taruh sebelum pertanyaan tekstur/motif.
				2	Potong bagian “ada yang perlu diperbaiki” dipertanyaan nomor 2. Itu udah otomatis ditanya di bagian penutup.

				3	Tambahin sedikit soal “alur mata”/*rythm* dipertanyaan nomor 4. Sisanya udah oke sih.
19	Semnas Tetamekraf 2026		22/06/2026	1	Ini *layout*-nya udah oke, tapi *somehow* hasil desain terpilihnya kurang “menonjol”. Yang hasil dan pembahasan itu dikasih nomor deh biar ga bingung arah bacanya, karena tadi bacanya dari kiri atas ke bawah baru ke kanan.
20	Bab 4 dan 5	Proses Desain dan Penutup (Simpulan, Saran)	30/06/2026	1	*Overall*, semuanya udah oke, tinggal tambahin aja gambar pendukung untuk bagian yang ngebahasa prinsipnya ini. Udah bisa langsung cek plagiarismenya.

© 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

LAMPIRAN 5

HASIL CEK TURNITIN

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

PAPER NAME

DG8C_Hanif Hidayatullah_Perancangan Marketing Collateral Brand Yesya Frita In donesia sebagai Media Promosi (1).pdf

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
17287 Words	114169 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
87 Pages	13.1MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 2, 2026 9:23 AM GMT+7	Jul 2, 2026 9:28 AM GMT+7

8% Overall Similarity

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

- 7% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

8% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 3% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.pnj.ac.id Internet	1%
2	press.pnj.ac.id Internet	<1%
3	docplayer.info Internet	<1%
4	putrimiia.wordpress.com Internet	<1%
5	123dok.com Internet	<1%
6	repository.uin-suska.ac.id Internet	<1%
7	alumni.kalbis.ac.id Internet	<1%
8	kc.umn.ac.id Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

9	repository.umsu.ac.id Internet	<1%
10	e-journal.rosma.ac.id Internet	<1%
11	text-id.123dok.com Internet	<1%
12	republikseo.net Internet	<1%
13	sefidvash.net Internet	<1%
14	Lianny Pangesa, Olivia, Andreas Gregorius Winarta, Muhamad Farkha... Crossref	<1%
15	Rendy Gibson Sambora, Setyawan Wibisono. "Pengembangan Ulang W... Crossref	<1%
16	docobook.com Internet	<1%
17	library.binus.ac.id Internet	<1%
18	Nur Alifah, Muhammad Nasrun, Firman Syah. "Pengaruh Likuiditas, Sol... Crossref	<1%
19	id.123dok.com Internet	<1%
20	repo.darmajaya.ac.id Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

21	Fadhilatun Niswah, I Made Saryana, I Made Bayu Pramana. "Pengenala... Crossref	<1%
22	catatanteknologipangan.blogspot.com Internet	<1%
23	etd.umy.ac.id Internet	<1%
24	repository.uksw.edu Internet	<1%
25	coursehero.com Internet	<1%
26	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet	<1%
27	ojs.uph.edu Internet	<1%
28	Alvine Candra, Pristi Sukmasetya, Purwono Hendradi. "Perancangan UI... Crossref	<1%
29	Octarian Rudy Husin Husin, Ahmad Farisi. "Evaluasi dan Perancangan ... Crossref	<1%
30	es.scribd.com Internet	<1%
31	journalcenter.org Internet	<1%
32	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

33	bizznet.my.id Internet	<1%
34	Putu Ema Lioni Putri, Ketut Agustini. "Analisis Kelayakan Multimedia In... Crossref	<1%
35	bronceslubas.blogspot.com Internet	<1%
36	journal.maranatha.edu Internet	<1%
37	journals.gesociety.org Internet	<1%
38	publication.petra.ac.id Internet	<1%
39	repository.ubb.ac.id Internet	<1%
40	repository.unmul.ac.id Internet	<1%
41	ryanputra94.wordpress.com Internet	<1%
42	takterlihat.com Internet	<1%
43	idalamat.com Internet	<1%
44	prosiding-old.pnj.ac.id Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

45	repository.polimedia.ac.id Internet	<1%
46	eprints.polsri.ac.id Internet	<1%
47	jurnaluniv45sby.ac.id Internet	<1%
48	repository.radenintan.ac.id Internet	<1%
49	repository.unas.ac.id Internet	<1%
50	"RE-DESIGN UI/UX APLIKASI PNM DIGI KARYAWAN DENGAN METODE... Crossref	<1%
51	Effi Juliana Br Tambun1, Hela Azzahra, Bella Triandini, Deny Solihin, En... Crossref	<1%
52	Nurbaiti, Amalia. "Habituasi Literasi di Keluarga dan ra Rumah Kreatif ... Publication	<1%
53	ayousaha.co.id Internet	<1%
54	core.ac.uk Internet	<1%
55	digilib.uin-suka.ac.id Internet	<1%
56	ejournal.polraf.ac.id Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

57	garuda.kemdikbud.go.id Internet	<1%
58	imadeputrawan.wordpress.com Internet	<1%
59	journal.unhas.ac.id Internet	<1%
60	pusdikra-publishing.com Internet	<1%
61	tekno.kompas.com Internet	<1%
62	togoreveil.com Internet	<1%
63	indocement.co.id Internet	<1%
64	Neng Kasmiati, Herniwanti Herniwanti. "Evaluasi SIMRS Dengan Metod... Crossref	<1%
65	Rekolina Siahaan, Holmes Rajagukguk, Boy M Sianturi, Sisri Y. Sihombi... Crossref	<1%
66	Widaningsih Widaningsih. "Implementasi Kebijakan Pengembangan Ko... Crossref	<1%
67	abditekper.uho.ac.id Internet	<1%
68	effykulla.blogspot.com Internet	<1%

Sources overview

© 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

iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144714940

69	ejournal.unsrat.ac.id Internet	<1%
70	id.scribd.com Internet	<1%
71	journal.ipm2kpe.or.id Internet	<1%
72	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet	<1%
73	repository.uinsi.ac.id Internet	<1%
74	specialpengetahuan.blogspot.com Internet	<1%
75	researchgate.net Internet	<1%
76	Efni, Gita Mulyasari, Lathifah Khairani, Yopi Saleh. "VILLAGE POTENTI... Crossref	<1%
77	Susiati Susiati. "POLITENESS OF CHILDREN IN INDONESIAN LANGUA... Publication	<1%
78	Yuni Misra Hayu, Buyung Romadhoni, Samsul Rizal. "Pengaruh Promos... Crossref	<1%

Sources overview

LAMPIRAN 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

© Hak Cipta 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

HANIF HIDAYATULLAH

Graphic Design Student

PROFILE

I am an undergraduate student in the Applied Bachelor's Program in Graphic Design at the Department of Graphic Engineering and Publishing, State Polytechnic of Jakarta. I have a strong interest in graphic design, particularly in creating visual solutions that are communicative, functional, and aesthetically engaging. Throughout my academic journey, I have continuously developed my skills through project-based learning, organizational activities, and professional internship experience in the creative industry. I am a disciplined individual who enjoys collaborating in teams and is committed to continuously improving both my technical and creative abilities to produce effective design solutions.

EDUCATION

State Polytechnic of Jakarta
Applied Bachelor's Degree in Graphic Design
Department of Graphic Engineering and Publishing
2022-Present

SMA Negeri 14 Bekasi
Natural Sciences Program
2019-2022

EXPERIENCE

Graphic Design Student - Project-Based Learning (PBL)
State Polytechnic of Jakarta
2022-Present
Participated in various design projects as part of the Project-Based Learning (PBL) program, including:

1. Merchandise Design Project: Served as an illustrator, layout designer, and mockup designer in the development of merchandise design.
2. Label Design Project (Kuracang): Contributed as an illustrator, layout designer, and mockup designer in designing product labels for the food and beverage brand Kuracang.
3. Box Packaging Design Project (Ulayya): Worked as an illustrator, layout designer, mockup designer, and photographer in developing product packaging for the fashion brand Ulayya.
4. Brand Profile Book Project (La Suntu Tastio): Served as an illustrator, layout designer, mockup designer, and photographer in designing a brand profile book.
5. Branding Project (Sob!te): Contributed as an illustrator, layout designer, and mockup designer in developing the visual identity for the food and beverage brand Sob!te.

Marketing Division Volunteer
Polytechnic English Club (PEC)
2023-2024

1. Designed and managed Instagram feed and story content to support the organization's promotional activities.

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

2. Collaborated with the marketing team in producing visual content for social media communication.

Graphic Design Intern
PT Media Putra Nusantara (IDN) - IDN Event
2025 (6-Month Internship)

1. Worked as a Graphic Design Intern focusing on social media content design.
2. Designed Instagram feed posts, carousel posts, and stories for promotional campaigns.
3. Produced visual assets for three major events: BeautyFest Asia 2025, Indonesia Summit 2025, and Yummy Expo 2025, based on creative briefs provided by the Social Media Associate Event.
4. Collaborated with the team to ensure visual consistency across multiple event campaigns and deliver engaging promotional materials.

SOFTWARE SKILLS

Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Figma, Canva, Affinity

SKILLS

Hard Skills
Layout Design, Branding Design, Social Media Design, Illustration, Mockup Design

Soft Skills
Teamwork, Adaptability, Time Management