



© 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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM BENTUK *PROMOTION CAMPAIGN* UNTUK MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS* KOMONSIRKEL



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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Disusun Oleh:
Muhammad Fadhlurrahman
(1906421020)

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK
2023



LEMBAR PERSETUJUAN PROPOSAL TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Dalam Bentuk
Promotion Campaign Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Komonsirkel

Penulis : Muhammad Fadhlurrahman

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

Penulisan proposal tugas akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti ujian sidang tugas akhir.

Depok, 18 Juli 2023

Menyetujui,

Dosen Pembimbing 1

Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si.

NIP. 520000000000000263

Dosen Pembimbing 2

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

NIP. 197209021995122001

Hak Cipta :

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



© H

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 Media Promosi Dalam Bentuk *Promotion Campaign* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Komonsirkel

Oleh:

Muhammad Fadhlurrahman

1906421020

Dosen Penguji 1

Nabila Fajrina, M.Si.

NIP. 199509212022032014

Dosen Penguji 2

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.

NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



M. M. M. M. M.

NIP. 196407191997022001

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya 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 Media Promosi Dalam Bentuk *Promotion Campaign* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Komonsirkel

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 18 Juli 2023

Yang menyatakan,



Muhammad Fadhlurrahman

1906421020



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

PRAKATA

Puji serta syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberi rahmat dan hidayah-Nya, sehingga proses Tugas Akhir “Perancangan Media Promosi Dalam Bentuk *Promotion Campaign* Untuk Meningkatkan *Brand Awareness* Komonsirkel” terselesaikan laporan dengan baik. Laporan Tugas Akhir ini merupakan syarat kelulusan mahasiswa Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.

Pelaksanaan Tugas Akhir ini penuh dengan tantangan, karena itu tidak lupa penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada orang tua atas semangat serta doa dan bantuan yang terus diberikan sehingga penyusunan Laporan Tugas Akhir dapat terselesaikan.

Dalam proses penyusunan laporan praktek kerja lapangan ini banyak pihak yang telah membantu. Oleh karena itu, tidak lupa penulis mengucapkan terimakasih pada:

1. Dr.sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing, HTL., M.T selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dra. Wiwi Prastiwinarti, S.Si, M.M selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Anggi Anggarini, M.Ds, selaku Ketua Program Studi Teknik Grafika dan Penerbitan.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds., M.Ds. selaku Pembimbing Akademik Kelas DG 8A.
5. Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si. selaku dosen pembimbing I atas arahan dan bimbingannya yang telah membantu dalam proses pembuatan Tugas Akhir.
6. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku dosen pembimbing II atas arahnya dalam penulisan Laporan Tugas Akhir.
7. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan bantuan dalam bentuk apapun sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir.



Hak Cipta :

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

8. Rifka Dhea Saffanah yang selalu mendampingi proses penulisan Laporan Tugas Akhir dan memberikan banyak masukan dan arahan yang membantu penulis menyelesaikan Tugas Akhir dengan baik.
9. Oky Prayoga selaku pendiri Komonsirkel yang telah mempersilahkan penulis untuk menggunakan *brand* Komonsirkel sebagai Tugas Akhir.
10. Gilang Attariq, Aisyah Fitri Alya, Adinda Allyssa, Adzkie Asakiinah, Gina Alya Nabilah, Leuwi Yuanita Utami, Nabilla Nita Dewani, Dwi Aji Nugroho, Muhammad Firmansyah, dan sahabat-sahabat dekat saya yang senantiasa menemani dan memberikan semangat satu sama lain dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini.
11. Seluruh dosen pengampu semester tujuh program studi desain grafis yang telah memberikan ilmunya selama praktek kerja lapangan.
12. Teman-teman Politeknik Negeri Jakarta, khususnya rekan desain grafis yang telah memberi semangat moral selama pelaksanaan praktek kerja lapangan.

Penulis berharap agar laporan ini bisa bermanfaat bagi pembaca. Penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dan berpartisipasi dalam proses Laporan Tugas Akhir ini.

Depok, 1 Agustus 2023

Muhammad Fadhlurrahman
(1906421020)



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Brand Fashion lokal di Indonesia sangat berkembang pada periode akhir ini, Setiap harinya banyak *brand* baru bermunculan dengan berbagai konsep yang dibawanya. Komonsirkel sebagai *brand fashion* dengan konsep yang bercerita tentang keresahan hingga budaya disekitar. Bagi sebuah *brand* pakaian penting melakukan promosi dalam bentuk *promotion campaign* agar orang lain mengetahui produk yang sedang dijual dan meningkatkan *brand awareness*. Komonsirkel sebagai *brand fashion* lokal belum melakukan sebuah *promotion campaign* sehingga belum terbangunnya *brand awareness* dari konsumen. Sehingga dibutuhkannya promosi untuk meningkatkan *brand awareness* sesuai dengan citra Komonsirkel. Dalam hal ini promosi dilakukan pada media mobil truk yang memiliki mobilitas tinggi di jalan, promosi mengangkat cerita yang sesuai dengan citra Komonsirkel. Metode yang digunakan pada perancangan media promosi adalah campuran antara kualitatif dan kuantitatif yang melalui tahapan wawancara, kuesioner, observasi, dan studi literatur. Sumber data berupa jurnal, publikasi, situs, serta media sosial Komonsirkel. Hasil dari perancangan ini berupa *campaign* dari Komonsirkel berjudul “Namanya Juga Hidup” yang mengajak audiens untuk meluapkan resahannya lalu menghiburnya serta membangun *top of mind* di masyarakat bahwa Komonsirkel merupakan *brand fashion*. Promosi *campaign* menggunakan media stiker yang ditempelkan pada bagian *box* mobil truk dengan konsep cerita tentang keresahan. Media pendukung untuk menunjang promosi berupa konten Instagram *reels* dan *feeds*, serta *freebies* berupa stiker dan poster.

Kata Kunci: *Brand Awareness, Promotion Campaign, Komonsirkel*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Local fashion brands in Indonesia have developed very much in this recent period. Every day, many new brands are popping up with various concepts. Komonsirkel is a fashion brand with a concept that tells about anxiety and discusses culture. For a clothing brand, it is important to carry out a promotion campaign so that other people know about the product being sold and increase brand awareness. Komonsirkel as a local fashion brand has not carried out a promotion campaign so that brand awareness has not been built from consumers. So that promotion is needed to increase brand awareness in accordance with the image of Komonsirkel. In this case the promotion is carried out on the media of trucks that have high mobility on the road, the promotion raises a story that is in accordance with the image of the Komonsirkel. The method used in the design of promotional media is a mixture of qualitative and quantitative through the stages of interviews, questionnaires, observation, and literature studies. Sources of data are journals, publications, websites, and Komonsirkel's social media. The result of this design is a campaign from Komonsirkel entitled "Namanya Juga Hidup" which invites the audience to express their worries and then cheer them up and build a top of mind in society that Komonsirkel is a fashion brand. Campaign promotions use stickers as media affixed to the box section of the truck with the concept of a story about anxiety. Supporting media to support promotion in the form of Instagram reels and feeds, also freebies in the form of stickers and posters.

Keywords: Brand Awareness, Promotion Campaign, Komonsirkel

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	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
PRAKATA	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan	3
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penyusunan	4
BAB II	6
2.1 <i>Brand Awareness</i>	6
2.2 Promosi dan Pemasaran pada Brand	7
2.2.1 Strategi Promosi	8
2.2.2 Pemasaran	9
2.2.3 <i>Copywriting</i>	10
2.2.4 Kampanye	11



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

2.3 Media Promosi	12
2.3.1 <i>Hybrid Advertising</i>	12
2.3.2 <i>Transit Ads</i>	13
2.4 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	13
2.4.1 <i>Segmentation</i>	14
2.4.2 <i>Targeting</i>	14
2.4.3 <i>Positioning</i>	14
2.5 Teori Daya Tarik Visual	15
2.5.1 <i>Desain Komunikasi Visual</i>	15
2.5.2 <i>Ilustrasi</i>	25
2.6 <i>Design Thinking</i>	26
BAB III	27
3.1 Metode Riset Desain	27
3.2 Metode Pengumpulan Data	28
3.3 Data dan Analisis	30
3.3.1 <i>Komonsirkel</i>	30
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	31
3.3.3 <i>Kompetitor</i>	32
3.3.4 <i>Consumer Insight</i>	33
3.3.5 <i>SWOT Matrix</i>	36
3.3.6 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	37
3.4 Arahana Kreatif	39
BAB IV	43
4.1 Konsep Visual	43
4.1.1 <i>Mindmap</i>	44
4.1.2 <i>Moodboard</i>	45
4.1.3 <i>Campaign</i>	47



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

4.2 Proses Desain	48
4.2.1 Sketsa Kasar	48
4.2.2 Sketsa Digital	51
4.2.3 Desain Komprehensif	55
4.2.4 Desain Terpilih	58
4.2.5 <i>Prototype (Mockup)</i>	61
4.2.6 Tahap Tes	62
4.3 Media Pendukung	67
4.4 Pertimbangan Produksi	71
BAB V	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN	77

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR GAMBAR

2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i>	7
2.2 Bagan bauran promosi	8
2.3 Iklan Pada Truk	13
2.4 Contoh peta persepsi	15
2.5 Garis	16
2.6 Bentuk Geometris	17
2.7 Bentuk Natural	17
2.8 Bentuk Abstrak	18
2.9 Tekstur	18
2.10 Gelap Terang/Kontras	19
2.11 Ukuran	20
2.12 Warna	20
2.13 Simetris	21
2.14 Asimetris	22
2.15 Irama	22
2.16 Penekanan	23
2.17 Tipografi	24
2.18 Layout	24
2.19 Ilustrasi	25
3.1 <i>Design Thinking</i>	26
3.2 <i>Profile</i> Instagram Komonsirkel	29
3.3 <i>Profile</i> Instagram Kamengski	31
3.4 <i>Profile</i> Instagram Kuruu.co	31
3.5 <i>Profile</i> Instagram Sukasukaaja.co	32
4.1 <i>Mindmap</i>	43



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

4.2 <i>Moodboard</i> Konsep	44
4.3 <i>Moodboard</i> Media Truk	45
4.4 Sketsa Kasar 1 Sisi Samping	48
4.5 Sketsa Kasar 2 Sisi Samping	48
4.6 Sketsa Kasar 1 Sisi Belakang	49
4.7 Sketsa Kasar 2 Sisi Belakang	49
4.8 Sketsa 1 Macet Jalanan	50
4.9 Sketsa 2 <i>Simple Aee</i>	51
4.10 Sketsa 3 Tetangga	52
4.11 Sketsa 3 Sketsa Sisi Belakang	53
4.12 Desain Komprehensif 1 Macet Jalanan	54
4.13 Desain Komprehensif 2 <i>Simple Aee</i>	55
4.14 Desain Komprehensif 3 Tetangga	56
4.15 Desain Komprehensif Sisi Belakang	57
4.16 Desain Terpilih Sisi Kiri	58
4.17 Desain Terpilih Sisi Kanan	59
4.18 Desain Terpilih Sisi Belakang	60
4.19 <i>Mockup</i> Truk	61
4.20 Pemotongan Stiker dan Pemasangan Pada Media Truk	62
4.21 Sisi Kanan Truk	63
4.22 Sisi Kiri Truk	64
4.23 Sisi Belakang Truk	64
4.24 <i>Instagram Feeds</i>	66
4.25 <i>Instagram Reels</i>	67
4.26 <i>Freebies</i> Stiker	68
4.27 <i>Freebies</i> Poster	68



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks Analisis SWOT	39
Tabel 3.2 <i>Segmentation, Targeting, Positioning</i>	41
Tabel 3.3 <i>Creative Brief</i>	42
Tabel 4.1 <i>Mindmap</i>	47





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan	77
Lampiran 2. Transkrip Wawancara	78
Lampiran 3. Hasil Survey Kuesioner	81
Lampiran 4. <i>Insight</i> Instagram Komonsirkel	88
Lampiran 5. Survey <i>Feedback</i> Audiens	89
Lampiran 6. Hasil Cek Plagiarisme	91
Lampiran 7. <i>Curriculum Vitae</i>	92



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Brand fashion lokal Indonesia saat ini persaingannya sudah sangat ketat dengan banyaknya yang menjual berbagai tawaran produk pakaian yang menarik. Banyak juga dari penjual yang menawarkan produk yang kekinian dan mengikuti perkembangan *trend* pakaian yang ada saat ini (Putri dkk., 2022). Dalam (Harfiansyah & Djuwita, 2021) pada tahun 2019, dilansir dari CNBC Indonesia data perkembangan industri di bidang *fashion* berkontribusi sebesar 18% atau setara Rp.118 Triliun Rupiah. Hal tersebut didukung oleh BEKRAF (Badan Ekonomi Kreatif) yang mendukung pertumbuhan pada sektor *fashion*.

Bagi *brand fashion* lokal, pentingnya membangun sebuah *brand awareness* yang menurut (Pramadyanto, 2022) adalah bentuk atensi dari *brand* ke konsumen untuk mengenali sebuah identitas produk tertentu. *Brand awareness* dapat menerangkan sebuah merek tanpa harus menjelaskannya, karena sudah tertanam di benak konsumen. Untuk mengikat konsumen lewat sebuah cerita yang dibangun, pentingnya pembeda yang ditawarkan dalam sebuah produk yang dihasilkan. (Megadini & Anggapuspa, 2021) *unique selling point* adalah ciri khas keunikan sebuah *brand* yang memiliki perbedaan dari lainnya.

Promosi merupakan usaha awal yang dilakukan penjual untuk membangun informasi dan persuasi dengan tujuan menjual barang dan jasa (Morissan, 2015). Untuk memasarkan sebuah produk, promosi dibutuhkan untuk memperkenalkan barang yang dijual ke khalayak. Namun, tidak semua *brand* mampu menjalankan promosi yang tepat sesuai dengan target pasar. Salah satu *brand* yang kurang mengaplikasikan promosi pada produknya ialah Komonsirkel.

Hak Cipta :

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

Komonsirkel merupakan *brand fashion* lokal yang bertemakan *street culture* yang diterapkan ke dalam pakaian dan memiliki beberapa artikel yang membahas fenomena-fenomena kehidupan masyarakat. Konten yang membahas tentang permasalahan dan cerita yang dikemas secara visual menjadi nilai jual tersendiri bagi Komonsirkel. Berdasarkan grafik *Insight* pada media sosial Komonsirkel terjadi penurunan *engagement* pada rentang bulan Januari-Mei, kurangnya promosi yang dilakukan *brand* Komonsirkel ternyata berdampak terhadap kesadaran akan *brand* dari audiens sehingga berpengaruh ke kuantitas dari penjualan produknya.

Oleh karena itu, dibutuhkan media promosi untuk Komonsirkel yang tepat dan sesuai target pasar yang dituju, salah satunya dalam bentuk *promotion campaign*. (Didy, 2021) *Promotion campaign* adalah tindakan yang direncanakan serta terorganisir yang dibuat untuk mencapai tujuan tertentu dan dikemas dalam berbagai cara yang kreatif serta bisa menggunakan beragam media untuk menyebarkannya. *Brand* Komonsirkel menggunakan *transit ad* (iklan pada kendaraan) sebagai media promosi. Pemilihan *transit ad* berdasarkan *Insight* akun sosial media *brand* Komonsirkel dengan target pasar usia produktif yaitu laki-laki dengan rentang usia 18-30 yang memiliki mobilitas tinggi di jalanan.

Komonsirkel memilih mobil truk untuk media promosi karena memiliki keterkaitan dengan konsep yang dimiliki Komonsirkel yaitu *street culture* yang mengangkat isu mengenai sosial dan budaya. Menurut (Sari, 2018) tujuan dari adanya tulisan serta gambar pada badan truk yaitu sebagai hiasan, ada pula yang menjadikannya sebagai media untuk promosi produk tertentu. Jalur perjalanan truk yang memiliki mobilitas tinggi memungkinkan gambar yang terpampang pada badan truk dibaca oleh ratusan bahkan ribuan orang yang melintas. Ketika truk berjalan sama saja dengan memamerkan sebuah karya untuk khalayak ramai di jalan (Wila Adi, 2019). Maka dari itu *promotion campaign* menggunakan media mobil truk bisa menjadi salah satu media untuk mengiklankan sebuah produk agar menciptakan *brand awareness* dari pengguna kendaraan di jalan yang melihat visual pada truk.

Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan dari latar belakang yang sudah terjabarkan, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam proyek Tugas Akhir yaitu “Bagaimana merancang media promosi dalam bentuk *promotion campaign* pada media truk untuk meningkatkan *brand awareness* Komonsirkel?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada penyusunan Tugas Akhir ini, ditentukan ruang lingkup pembahasannya sebagai berikut:

1. Proses perancangan *promotion campaign* stiker pada mobil truk sebagai media promosi utama Komonsirkel.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain grafis pada desain media promosi Komonsirkel.
3. Penerapan desain pada media utama dan media pendukung. Media pendukungnya antara lain *Freebies* dalam bentuk poster dan stiker, dan sosial media dalam bentuk *Instagram post (feeds dan story)*

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat yang dicapai dalam proses pengerjaan Tugas Akhir kali ini antara lain:

1.4.1 Tujuan

Tujuan dari pembahasan Tugas Akhir perancangan media promosi dalam bentuk *promotion campaign* Komonsirkel sebagai berikut:

1. Merancang *promotion campaign* dengan media stiker pada mobil truk untuk meningkatkan *brand awareness* Komonsirkel.
2. Menjelaskan penerapan teori yang digunakan dalam proses perancangan *promotion campaign* Komonsirkel.
3. Memaparkan proses pengaplikasian desain pada media stiker pada mobil truk dan turunan mediana sebagai media untuk promosi.

Hak Cipta :

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

Berikut manfaat dari pembahasan Tugas Akhir membuat *promotion campaign* untuk membangun *brand awareness* Komonsirkel:

1. Manfaat bagi akademis

Dengan adanya penelitian perancangan *promotion campaign* pada media stiker truk untuk *brand* Komonsirkel diharapkan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian di kemudian hari.

2. Manfaat bagi klien

Perancangan *promotion campaign* ini memiliki manfaat bagi klien untuk menjalankan strategi pemasaran untuk meningkatkan *brand awareness* sehingga orang memiliki persepsi terhadap Komonsirkel adalah *brand* yang mengangkat tema *street culture* dan meningkatkan kuantitas penjualan dari promosi yang digencarkan.

3. Manfaat praktis

Hasil akhir dari penelitian ini dapat menjadi referensi dalam membuat *promotion campaign* sebuah merek pakaian dan contoh bagaimana penerapannya terhadap media yang ditentukan dalam meningkatkan *brand awareness* dengan cara yang tepat dan sesuai target yang dituju.

1.5 Sistematika Penyusunan

Proses penyusunan Tugas Akhir ini dirunut secara sistematis dan rinci untuk mempermudah saat penulisan. Penyusunan dibagi menjadi lima sistematika yang tiap bagiannya saling terikat dalam proses pengerjaan Tugas Akhir ini. Sehingga mempermudah pembaca untuk memahami alur penelitiannya. Berikut sistematika penyusunannya:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang pembahasan permasalahan Komonsirkel sebagai bahan perancangan untuk dibuatkan promosi dalam bentuk *promotion campaign*. Lalu penjelasan tentang

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat dalam perancangan, serta sistematika penyusunan Tugas Akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi mengenai teori yang digunakan dalam proses pengerjaan Tugas Akhir. Teori dijabarkan sebagai landasan untuk menjelaskan tentang teori yang berhubungan dengan perancangan *promotion campaign* Komonsirkel. Teori yang digunakan dibuat mengerucut dari *brand awareness*, promosi dan pemasaran pada *brand*, media promosi, STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*), hingga teori daya tarik visual.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bagian metode perancangan ini memaparkan tentang metode dalam perancangan desain dan pengumpulan data guna menunjang penelitian. Analisis data riset yang dikumpulkan mengenai profil Komonsirkel, kompetitor, hingga riset yang dilakukan disimpulkan dalam bentuk matriks SWOT dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) guna untuk data pada arahan kreatif pengerjaan Tugas Akhir.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bagian ini berisi pemaparan penjelasan dari konsep desain yang dibuat untuk promosi yang akan dilakukan Komonsirkel pada media truk, proses pembuatan desain, pengaplikasian pada media yang dibuat dan media pendukungnya, serta pertimbangan produksi sesuai arahan dari konsep desain yang sudah ditentukan.

BAB V PENUTUP

Pada bagian akhir ini berisi kesimpulan dari proses pembuatan promosi dalam bentuk *promotion campaign* untuk Komonsirkel serta saran untuk Komonsirkel dan peneliti berikutnya.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada proses perancangan media promosi dalam bentuk *promotion campaign* untuk brand *Komonsirkel* ini, dapat disimpulkan bahwa:

1. Perancangan *campaign* untuk mempromosikan sebuah *brand* menjadi hal penting untuk meningkatkan *awareness*. Selama proses penyebaran kampanye tersebut *Komonsirkel* menyadari hal tersebut dan membuat terobosan unik dan menghibur sesuai dengan identitas *brand* untuk meningkatkan *awareness* serta bisa membawa pergerakan tertentu untuk audiens yang lebih luas dengan kampanye yang diusung. Selama proses pengumpulan data, metode perancangan, hingga hasil yang sudah dilakukan bisa disimpulkan dari hasil penelitian bahwa menggunakan truk sebagai media mempromosikan *Komonsirkel* sesuai dengan citra yang saat ini ditampilkan melalui Instagram yang menampilkan konten yang menghibur serta bisa juga untuk mempromosikan produk yang sedang dijual.
2. Perancangan promosi yang inovatif sangat penting bagi sebuah *brand fashion* agar dalam penyampaian informasi dapat lebih kreatif sehingga menjadi diferensiasi dengan kompetitor sehingga bisa meningkatkan *awareness*. Perancangan promosi dengan stiker pada media truk masih terbilang jarang bagi sebuah *brand fashion* lokal. Dengan menampilkan konten yang menarik pada promosi di media truk bisa meningkatkan *brand awareness* serta menghibur pengguna jalan yang berada di sekitar truk.
3. Truk dengan mobilitas tinggi yang melewati tiga wilayah yang diantaranya Tangerang, Jakarta Barat, dan Jakarta Utara pada jam padat dari jam dua siang hingga subuh keesokan harinya dapat mendapatkan atensi pengendara yang ada di jalan terhadap *Komonsirkel*. Pemilihan truk sebagai media promosi sudah melewati pertimbangan sesuai dengan citra *Komonsirkel* dan sesuai target market *Komonsirkel*.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

5.2 Saran

Setelah semua perancangan promosi dalam bentuk *promotion campaign* untuk *brand* Komonsirkel, terdapat beberapa saran kepada Komonsirkel dan peneliti selanjutnya dengan proyek serupa:

1. Untuk Komonsirkel
 - a. Menggunakan kampanye untuk mengerucutkan cerita yang ingin disampaikan sesuai dengan konsep yang disusun sehingga sesuai dengan target yang dituju.
 - b. Memanfaatkan media promosi untuk menyebarluaskan produk yang sedang dijual sehingga orang lain mengetahui mengenai Komonsirkel adalah *brand fashion*.
2. Untuk peneliti selanjutnya
 - a. Perancangan media promosi saat ini sangat beragam, berbagai media bisa digunakan untuk melakukan promosi. Salah satu yang bisa digunakan adalah promosi pada media mobil truk, sehingga dapat bisa lebih eksplorasi ke media lainnya yang lebih menarik dan sesuai target market yang dituju.
 - b. Bagi sebuah *brand fashion* ada baiknya memiliki kampanye yang diusung sehingga membawa pergerakan dan berdampak lebih ke masyarakat dan audiens yang dituju.
 - c. Pastikan dalam memilih media untuk promosi sesuai dengan citra yang diusung *brand* sehingga orang yang melihat bisa lebih melihat keterkaitan antara promosi dengan *brand* yang mempromosikannya.
 - d. Eksplorasi lebih dalam klien yang sedang bekerja sama sehingga dapat memperdalam masalah yang ada hingga akhirnya mengetahui solusi yang cocok sesuai yang dibutuhkan.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR PUSTAKA

Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Panduan Untuk Pemula*. Penerbit Nuansa.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1147089>

Clow, K. E., & Baack, D. (2014). *Integrated advertising, promotion, and marketing communications*. Boston : Pearson.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=938623>

Didy, I. (2021, Oktober). Marketing Campaign: Kunci Keberhasilan Bisnis yang Wajib Kamu Tahu. *Marketing Campaign: Kunci Keberhasilan Bisnis yang Wajib Kamu Tahu*.

<https://glints.com/id/lowongan/marketing-campaign-adalah/>

Gunawan, S. (2020). Analisis Hybrid Advertising: Vhicle Branding, Brand Awareness dan Purchase Intention Tokopedia. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 7(2).

<https://publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-pemasaran/article/view/11353>

Harfiansyah, M. F., & Djuwita, D. A. (2021). Motif Penggunaan Brand Lokal di Kalangan Generasi Milenial. *eProceedings of Management*, 8(2), 1778.

Madyant, M. (2020). *Copywriting: Retorika, iklan dan storytelling, teori dan teknik menulis naskah iklan*. Yogyakarta : Gadjah Mada University Press.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1417461>

Magh'firoh, R. H., Noviadji, B. R., & Halim, Y. (2021). Perancangan Kampanye Sosial Untuk Meningkatkan Kesadaran Remaja Mengenai Rasisme di

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Indonesia. *Artika*, 5(2), 92–108. <https://doi.org/10.34148/artika.v5i2.436>

Maulana, H., & Soepatini. (2021). *Segmenting Targeting Positioning: Mengapa, Apa, dan Bagaimana*. Muhammadiyah University Press.

<https://books.google.co.id/books?id=NbgzEAAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Megadini, R., & Anggapuspa, M. L. (2021). Perancangan Feed Instagram Sebagai Media Promosi Tape Ketan Surabaya. *Barik Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 2(1).

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42446>

Morissan, M. A. (2015). *Periklanan, Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Kencana.

<https://books.google.co.id/books?id=U9xDDwAAQBAJ&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Mukhtaromin. (2022, November 20). Mengenal Design Thinking [Kementerian Keuangan: Badan Pendidikan dan Pelatihan Keuangan]. *Mengenal Design Thinking*.

<https://bppk.kemenkeu.go.id/balai-diklat-keuangan-pontianak/artikel/mengenal-design-thinking-278789#:~:text=Pengertian%20design%20thinking%20menurut%20%E2%80%9CInteraction,ulang%20permasalahan%2C%20serta%20menciptakan%20solusi>

Nurhayati, D. (2018). Fenomena Tansjakarta Sebagai Media Beriklan di Jakarta.

ATRAT: Jurnal Seni Rupa, 6(1). <http://dx.doi.org/10.26742/atrat.v6i1>

Pramadyanto, M. R. (2022). Pemanfaatan Digital Marketing Dalam Membangun

Brand Awareness Brand Fashion Streetwear Urbain Inc. *Komuniti: Jurnal*

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Komunikasi dan Teknologi Informasi, 14(1).

<https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i1.16841>

Putri, R. F., Fitriani, E. W., & Sartika, S. H. (2022). Analisis Strategi Pemasaran Erigo Store Brand Fashion Lokal Indonesia Yang Mendunia.

Transekonomika: Akuntansi, Bisnis dan Keuangan, 2(5).

<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.185>

Saputri, S. D. (2021). Faktor Pengaruh Daya Tarik Visual Brand Oganicup Terhadap Brand Awareness Mahasiswa Universitas Katolik

Soegijapranata. *TUTURRUPA*, 3(2), 20.

<https://doi.org/10.24167/tr.v3i2.3139>

Sari, D. P. (2018). Studi Persepsi Masyarakat terhadap Wacana Simbolik yang Terpampang pada Tubuh Truk Antarkota di Wilayah Jawa Timur (Kajian Sosiolinguistik). *Seminar Nasional Struktural 2018*, 86–97.

<https://doi.org/10.33810/274164>

Shintarani, E. D. (2018). Pengaruh Promosi Produk Seafoodking terhadap Brand Awareness Produk. *Nyimak (Journal of Communication)*, 1(2).

<https://doi.org/10.31000/nyimak.v1i2.484>

Tjiptono, F. (2015). *Strategi pemasaran*. Yogyakarta : Andi.

<https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1176974>

Wila Adi, N. (2019). Perkembangan Visual Seni Lukis Pada Truk. *Jurnal Seni*

Nasional Cikini, 5(1), 41–58. <https://doi.org/10.52969/jsnc.v5i1.76>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Bimbingan

NAMA MAHASISWA	Muhammad Fadhlurrahman
NAMA PEMBIMBING	Drs. Sujendro Hery Nugroho, <u>M.Si.</u>
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Media Promosi Dalam Bentuk <i>Promotion Campaign</i> Untuk Meningkatkan <i>Brand Awareness</i> Komonsirkel
KETERANGAN:	
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa	
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing	
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang	

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	26-03-2023	Brief persiapan penyusunan laporan tugas akhir	Menyusun BAB 1
2	16-04-2023	Mempertajam latar belakang mengenai fenomena fashion lokal	Revisi BAB 1 menambahkan fenomena
3	04-05-2023	Mencari fenomena mengenai media truk	Mencari jurnal yang berkaitan
4	14-05-2023	Menambahkan teori pada BAB 2 mengenai promosi pada kendaraan	Mencari jurnal mengenai beriklan pada kendaraan
5	06-06-2023	Melanjutkan BAB 3 dan merapihkan penyusunan latar belakang di BAB 1	Membuat kerangka penulisan metode perancangan serta menyebar kuesioner
6	08-06-2023	Melanjutkan BAB 4 dan merampungkan kreatif brief yang sesuai dengan data yang sudah	melanjutkan penyusunan BAB 4
7	23-06-2023	Sesuaikan konsep yang sudah dipilih lewat mindmap serta moodboard dari creative brief	revisi mindmap dan moodboard
8	16-07-2023	menceritakan setiap gambar yang disisipkan	menambahkan penjelasan tentang konsep dan gambar yang sudah disisipkan

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

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

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Transkrip Wawancara

Hari, Tanggal : Senin, 1 Mei 2023

Waktu : 19:30

Narasumber : Oky Prayoga (Pencetus Komonsirkel)

Tempat : Jalan Lodan Dalam, Ancol, Jakarta Utara (Tatap Muka)

1. Awal *brand* Komonsirkel dibangun dengan alasan apa?

Awalnya dibuat Komonsirel sih atas keinginan saya untuk membangun sebuah *brand* pakaian, sudah dari lama saya ingin membangun *brand* pakaian *sendiri*. Dimulai dari saat saya kuliah saya menjual pakaian *band* yang saya dapat dari toko pakaian bekas hingga pakaian polos. Setelah berjalannya waktu, setelah lulus kuliah saya akhirnya memutuskan bikin *brand* yang bercerita tentang kehidupan dan budaya yang ada disekitar, ide tersebut berawal dari saya melihat gambar di jalanan dan cerita yang tertulis di tembok. Akhirnya terpikirkan membangun Komonsirkel dengan cerita tentang kehidupan yang ada disekitar kita. Menurut saya cerita unik dan menarik yang ada disekitar yang bisa dijadikan pakaian.

2. Bagaimana Komonsirkel ini bertumbuh sampai saat ini?

Perkembangan signifikan sampai saat hanya melalui sosial media khususnya di Instagram. Sebelum Komonsirkel seperti sekarang, akun Komonsirkel dulu adalah hanya akun untuk menyebarkan gambar yang saya dapat di internet. Gambar yang saya upload seperti coretan pada tembok, mobil, atau dimanapun itu mengenai cuitan dan keresahan yang tertulis. Sebelum benar-benar menjadi sebuah *brand*, dari hanya *upload* gambar yang saya dapat dari internet membuat Komonsirkel bertumbuh pesat *followers* nya. Setelah dipikir lagi, kenapa tidak membuat karya yang orisinil sehingga bisa menjual produk dari gambar sendiri. Akhirnya tahun 2020 memutuskan untuk membuat karya orisinil di akun Komonsirkel yang sudah memiliki *followers* yang banyak dari hasil sebelumnya menyebar gambar yang saya dapat dari internet.

Hak Cipta :

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

3. Apa yang ingin disampaikan Komonsirkel?

Dari awal terbentuk, Komonsirkel ingin menyampaikan cerita yang dekat dengan sekitar sih, khususnya pada saat kita nongkrong dengan teman. Saat berkumpul, banyak sekali cerita atau celetukan yang lucu dan bisa diangkat oleh Komonsirkel. Kalau cerita yang diangkat mendapat respon bagus, akhirnya saya memutuskan mengaplikasikan ke kaos dan menjualnya. Jadi Komonsirkel ingin membagikan cerita tentang keresahan bahkan cerita yang pernah saya rasa dan membagikannya lewat Instagram.

4. Siapa saja kompetitor dan apa kelebihan dari yang lainnya?

Kompetitor.... Salah satu kompetitor yang menurut saya aneh (artian positif) yaitu Kamengski. Kamengski memiliki konsep unik yang membuat plesetan dari *brand* atau bahkan tokoh yang sudah terkenal saat ini. Seperti contoh *brand* “Reebok” menjadi “Robeek” kan seperti itu jadi unik banget. Kelebihan Komonsirkel yaitu mengangkat cerita dari teman-teman berkumpul yang saya poles dengan ilustrasi tentang permasalahan lalu celetukan yang sering kita dengar. Hal tersebut yang membuat Komonsirkel unik.

5. Produk yang dijual apa saja?

Saat ini Komonsirkel hanya menjual kaos yang dijual. Komonsirkel hanya sedang fokus ke situ. Kalau memang sudah berjalan dengan baik saya pasti akan mencoba untuk membuat produk lain selain kaos sih. Pasti dibuat dengan ciri khas Komonsirkel.

6. Kendala apa saja yang sedang dihadapi oleh Komonsirkel?

Kendala yang saat ini dialami sama Komonsirkel yah orang banyak tidak tahu kalau Komonsirkel menjual kaos, karena yang terlihat saat ini masih menyebar gambar saja dan masih fokus untuk menjual kaos yang sudah kita produksi. Karena orang lain cuma tau Komonsirkel cuman membuat

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

gambar yang bercerita tentang sekitar, akhirnya berpengaruh pada penjualan yang landai. Kebanyakan yang membeli dari teman dekat. Ada beberapa orang yang saya tidak kenal membeli lewat Shopee juga, Sudah dicantumkan juga *link* ke Shopeenya. Hal itu sih yang menjadi kendala Komonsirkel saat ini.

7. Pernah mempromosikan produknya sebelumnya?

Sebelumnya belum pernah mempromosikan produk Komonsirkel selain lewat Instagram aja. Karena baju yang Komonsirkel jual hanya diunggah di akun Instagram Komonsirkel dan sisanya mengunggah cerita dengan gambar saja. Selama ini tidak melakukan promosi apapun untuk produk yang kita jual. Mungkin karena itu orang tidak banyak tahu Komonsirkel juga jual Kaos yang desainnya dari cerita yang udah ikat buat.

8. Apa yang diharapkan untuk Komonsirkel?

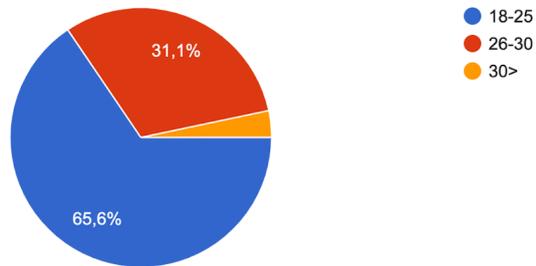
Yang saya harapkan untuk Komonsirkel itu, minimal orang tahu dulu tentang Komonsirkel dan tahu Komonsirkel juga sedang menjual kaos. Karena saat ini hanya menggunakan Instagram saja untuk mengunggah apa yang kita jual. Kalau untuk promosi mungkin butuh hal yang sesuai dengan konsep Komonsirkel sih, apalagi mau dibuatkan promosi kan. Sesuaikan aja sama konsep yang sudah ada.

Lampiran 3. Hasil Survey Kuesioner

Data Responden

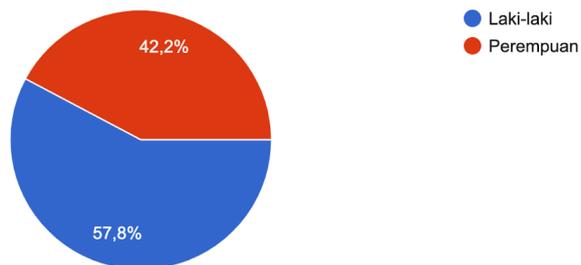
Usia

90 jawaban



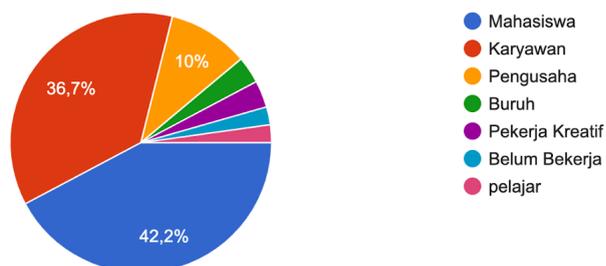
Jenis Kelamin

90 jawaban



Pekerjaan

90 jawaban



Riset Promosi Komonsirkel

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

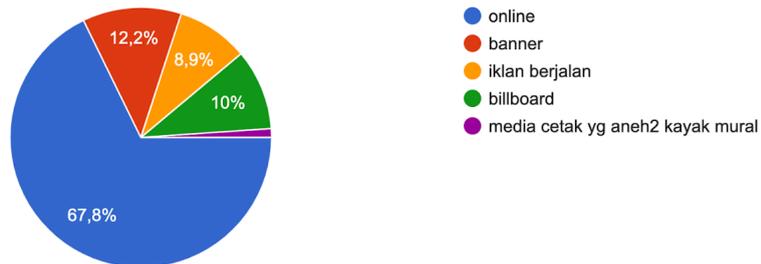
tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

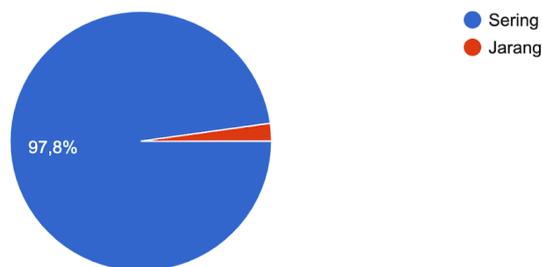
Lebih suka melihat iklan atau promosi melalui media apa?

90 jawaban



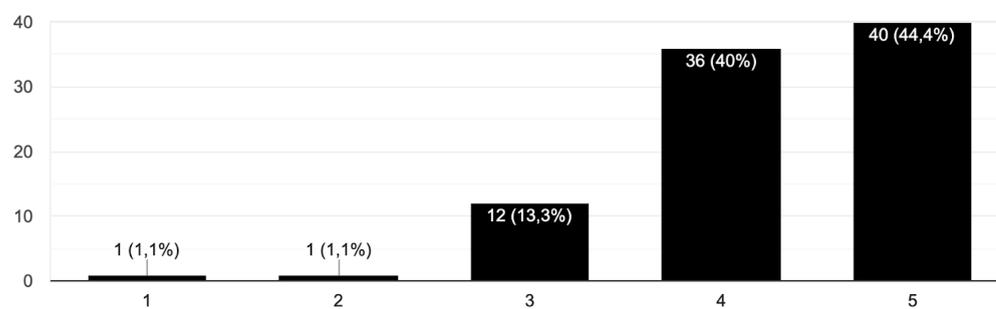
Sering melihat gambar visual pada truk seperti digambar ini?

90 jawaban



Seberapa menarik perhatian jika melihat gambar pada truk?

90 jawaban

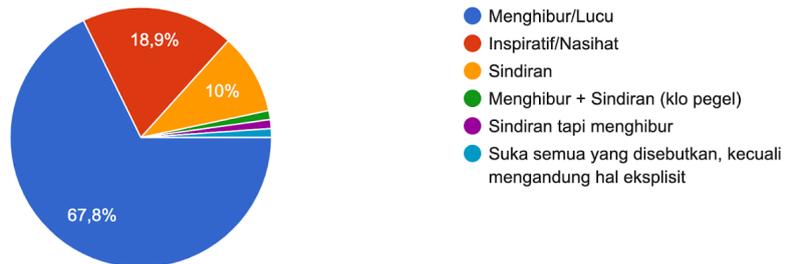


Hak Cipta :

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

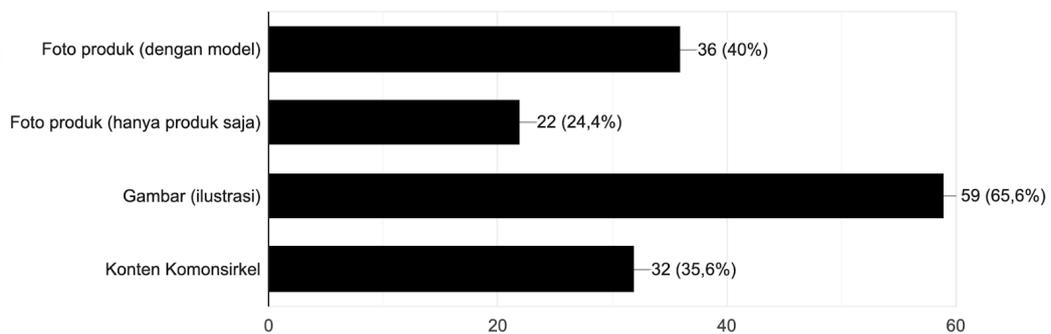
Pada gambar truk, konten apa yang anda sukai?

90 jawaban



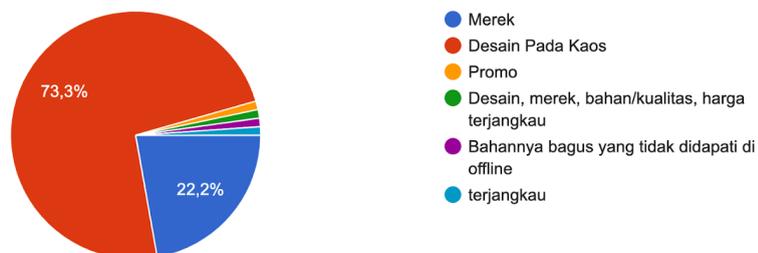
Untuk mempromosikan produk pada truk, apa saja yang perlu ditampilkan

90 jawaban

**Riset Promosi Produk**

Alasan membeli kaos di marketplace?

90 jawaban

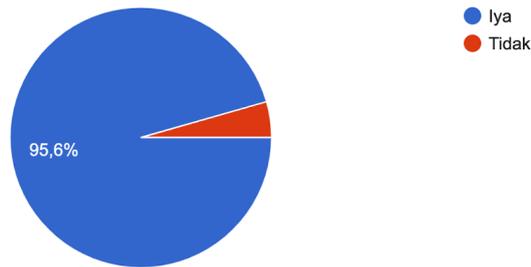


Hak Cipta :

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

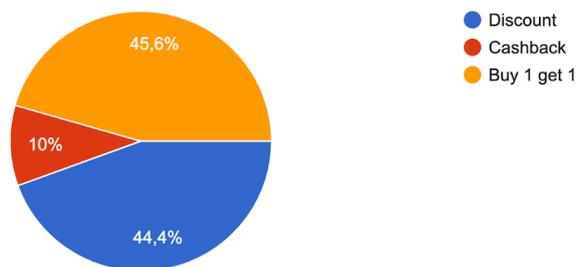
Bonus dari pembelian penting tidak bagi sebuah brand?

90 jawaban



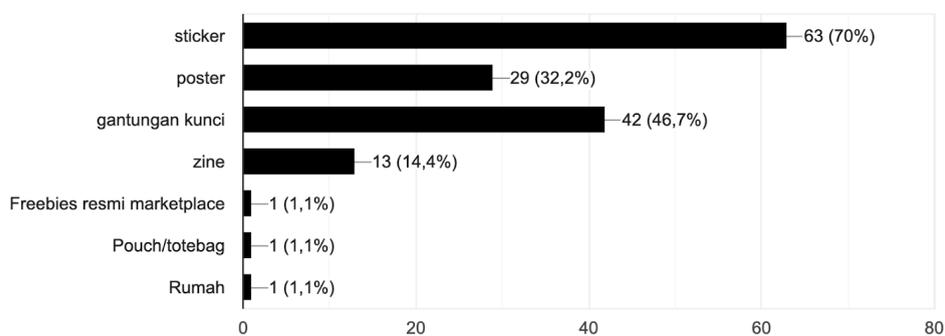
pada produk Komonsirkel lebih suka promosi seperti apa?

90 jawaban



Lebih suka bonus dari pembelian seperti apa?

90 jawaban



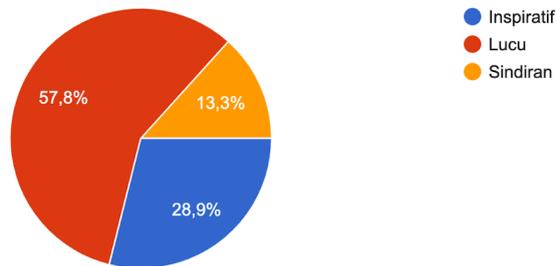
Hak Cipta :

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

Riset Komonsirkel

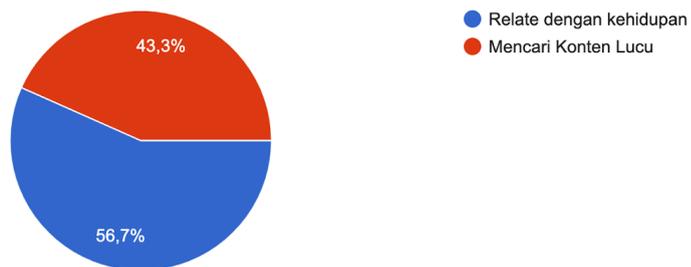
Sebagai penikmat konten komonsirkel, lebih suka konten yang seperti apa?

90 jawaban



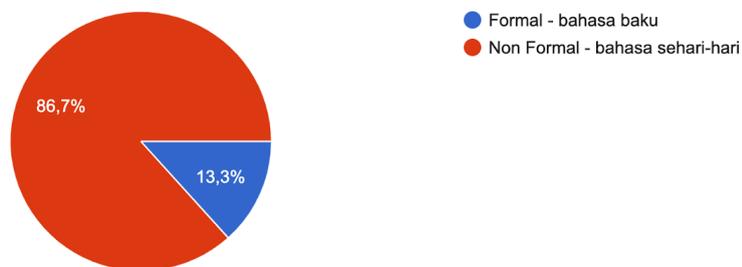
Apa yang membuat anda menikmati konten komonsirkel ?

90 jawaban



Lebih suka penyajian bahasa dari komonsirkel yang seperti apa?

90 jawaban

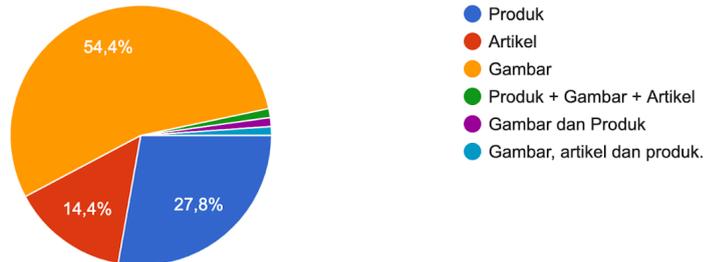


Hak Cipta :

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

pada postingan komonsirkel, lebih suka ditampilkan postingan apa ?

90 jawaban



Apa yang membuat komonsirkel berbeda dengan yang lain?

91 jawaban

- Tampilannya yang unik
- desain yg unik dan lucu
- kocak
- Menghibur dan relate dengan kehidupan
- karna relatable dengan kehidupan sehari-hari
- desainnya unik
- Tulisan dan art
- Gaya komunikasinya
- Gambarnya punya ciri khas, eh, Shiri Chas

JAKARTA

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

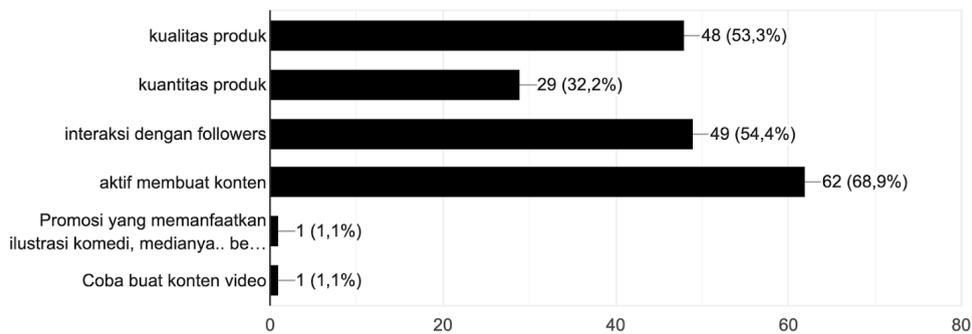
Hak Cipta :

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

Gambar/ilustrasinya punya ciri tersendiri
desainnya
Relate dengan kehidupan jadi mudah diterima
Tidak takut untuk menyuarakan pendapat
karena isi kontennya
Desainnya ilustrasi banget, jadi menarik
Ilustrasi sehari-hari dan tongkrongan banget
lebih unik
design yang berbeda

Apa yang perlu lebih ditingkatkan untuk komonsirkel?

90 jawaban

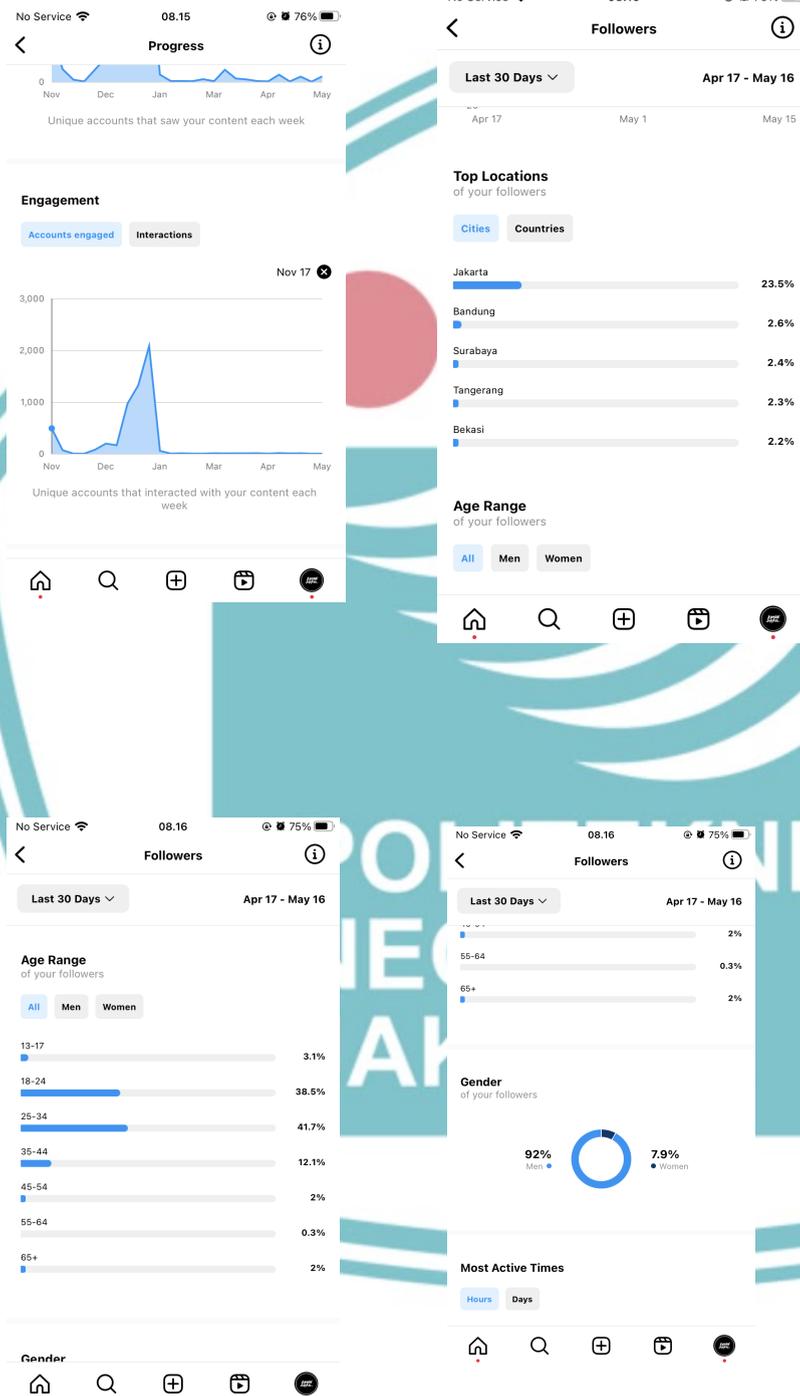


JAKARTA

Lampiran 4. *Insight* Instagram Komonsirkel

Hak Cipta :

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





Lampiran 5. Survey *Feedback* Audiens

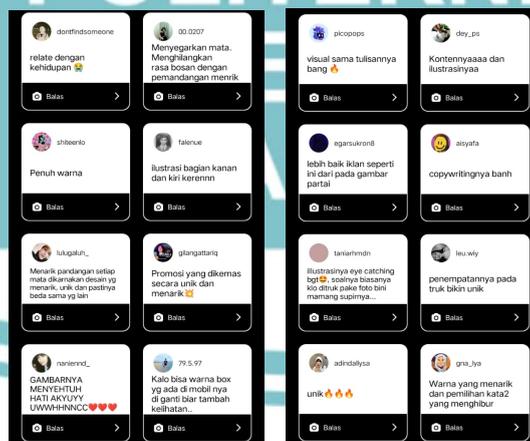
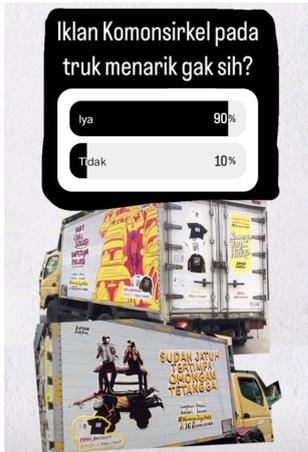
Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



POLITEKNIK

© 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 6. Hasil Cek Plagiarisme

Muhammad Fadhlurrahman_DG

ORIGINALITY REPORT

25%	24%	5%	11%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	2%
2	repository.pnj.ac.id Internet Source	2%
3	www.scribd.com Internet Source	2%
4	repository.iainbengkulu.ac.id Internet Source	2%
5	jurnal.umt.ac.id Internet Source	1%
6	repository.unpas.ac.id Internet Source	1%
7	fr.slideshare.net Internet Source	1%
8	jurnal.isbi.ac.id Internet Source	1%
9	kc.umn.ac.id Internet Source	1%

Hak Cipta :

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

Lampiran 7. Curriculum Vitae

Hak Cipta :

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



**Ini Saya
Saya Ini**



*Muhammad
Fadhlurrahman*
JAKARTA 09/03/2000

Hai, saya **Muhammad Fadhlurrahman**. Panggilan saya **Fuad**. Berdomisili di Jakarta Utara. Saya seorang mahasiswa Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.

Desain grafis dan ilustrasi adalah sesuatu yang akan membuat saya merasa seperti hidup. saya akan sangat bergairah tentang itu.

KONTAK
No HP - 0857 1859 5413
Email - mfadhlurrahman48@gmail.com
Instagram - fuadlucky

PENDIDIKAN
SMKN 56 JAKARTA | 2015 - 2018
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
DESAIN GRAFIS | 2019-2023

**KETERAMPILAN
TEKNIS**
PHOTOSHOP, ILLUSTRATOR,
INDESIGN, PROCREATE

PENGALAMAN

FREELANCE DESAINER GRAFIS & ILLUSTRASI	2019 - SEKARANG
DESAINER GRAFIS KAFE AMERTA AMOUR	SEP 2021 - NOV 2021
DESAINER GRAFIS PROYEK EBOOK KEMENPERIN	MEI 2021 - JULI 2021
TIM DESAIN ACARA APATIS	MAR 2022 - JUNI 2022
TIM MEDIA WAC (WIBI ANDRINO CENTER)	NOV 2021 - JUNI 2022
DESAINER GRAFIS KAIA PROJECT	SEP 2022 - MAR 2023

KETERAMPILAN
ILUSTRASI, DESAIN MERCHANDISE,
PERANCANG GRAFIS

