



© 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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* AGUNG JAYA
PRIMA SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Oleh:
RADEN AYYASH FADILLAH
2006421052

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2024**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya
Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*
Penulis : Raden Ayyash Fadillah
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 19 Agustus 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Saeful Imam, S.T., M.T
NIP. 1986072020101210



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* AGUNG JAYA
PRIMA SEBAGAI UPAYA MEMBANGUN *BRAND AWARENESS*

Oleh:

RADEN AYYASH FADILLAH
2006421052

Disahkan:

Depok, 19 Agustus 2024
Penguji I

Susilawati, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 197209021995122001

Penguji II

Yoga Putra Pratama, S.T., M.T
NIP. 199209252022031009

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

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

Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*

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, 19 Agustus 2024
Yang menyatakan,

Raden Ayyash Fadillah
2006421052



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Fenomena sosial yang terjadi diakibatkan oleh globalisasi berpengaruh terhadap kehidupan sehari-hari masyarakat terutama terhadap gaya hidup yang serba cepat. Saat ini *frozen food* menjadi alternatif dalam memenuhi kebutuhan pangan masyarakat saat ini. *Frozen food* merupakan makanan olahan yang dikemas yang dapat disajikan kapan saja dikarenakan dapat diawetkan pada suhu rendah. Ditengah peluang usaha yang semakin besar pada sektor produk *frozen food*, Agung Jaya Prima hadir menjadi toko yang memiliki misi sebagai toko tujuan untuk mendapatkan produk olahan berkualitas dengan harga terjangkau. Tetapi, selama 1 (satu) tahun beroperasi Agung Jaya Prima tidak melakukan kegiatan promosi yang konsisten dan belum memiliki *key visual* komprehensif yang dapat menjadi identitas dan citra brand sehingga menyebabkan tingkat kesadaran merek rendah dan penurunan performa penjualan selama beberapa bulan belakangan. Pengumpulan data yang dilakukan pada perancangan ini adalah *mix method* yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi literatur untuk memperoleh informasi keperluan dalam perancangan. Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode *riset design thinking* yang terdiri dari *emphatize, define, ideate, prototype, dan test*. Tahap pertama menghasilkan informasi awal. Tahap kedua yaitu identifikasi masalah yang disusun dalam arahan kreatif dengan informasi lainnya. Setelah itu, proses kreatif pengembangan ide dengan cara *mindmapping* dan *moodboard* yang menghasilkan kata kunci *playful, flat design, maskot, dan mix media* yang dilanjutkan proses sketsa, digitalisasi desain komprehensif, dan final design. Kemudian ditampilkan dalam bentuk mockup sebagai *prototype* untuk tahap *testing* kepada pengguna. Diharapkan hasil rancangan desain *marketing collateral* berupa media promosi dapat dipergunakan untuk membangun *brand awareness* yang dapat mewakili citra dan identitas Agung Jaya Prima dan meningkatkan performa penjualan.

Kata Kunci: Desain grafis, Media Promosi, *Design Thinking*, Kesadaran Merek



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Social phenomena that occur due to globalization affect people's daily lives, especially the fast-paced lifestyle. Currently, frozen food has become an alternative in meeting the food needs of today's society. Frozen food is a packaged processed food that can be served at any time because it can be preserved at low temperatures. In the midst of increasing business opportunities in the frozen food product sector, Agung Jaya Prima is present as a store that has a mission as a destination store to get quality processed products at affordable prices. However, for 1 (one) year of operation Agung Jaya Prima has not carried out consistent promotional activities and does not have a comprehensive key visual that can become a brand identity and image, causing low brand awareness and decreased sales performance over the past few months. Data collection carried out in this design is a mix method consisting of qualitative and quantitative methods through interviews, questionnaires, observations, and literature studies to obtain information needed in design. The design is carried out using the design thinking research method which consists of empathize, define, ideate, prototype, and test. The first stage produces initial information. The second stage is problem identification which is organized in creative direction with other information. After that, the creative process of developing ideas by means of mindmapping and moodboard that produce playful keywords, flat design, mascot, and mix media followed by the sketching process, comprehensive design digitization, and final design. Then displayed in the form of a mockup as a prototype for the testing stage to users. It is expected that the results of marketing collateral design in the form of promotional media can be used to build brand awareness that can represent the image and identity of Agung Jaya Prima and improve sales performance.

Keywords: *Graphic design, Promotional media, Design thinking, Brand awareness*



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kepada kehadiran Allah SWT, yang dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain Media Promosi Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*” yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta dengan gelar sarjana terapan desain grafis. Proses penulisan Tugas Akhir ini tidak dapat dipisahkan dari bantuan berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Ibu Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing I dan Bapak Saeful Imam, S.T., M.T selaku dosen pembimbing II atas bimbingan, kritik, dan saran yang diberikan selama proses penulisan Tugas Akhir.
5. Bapak/Ibu dosen dan staf Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Program Studi Desain Grafis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas ilmu, pengetahuan, pelajaran serta dukungan selama saya menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Bapak Hendro Widodo selaku manajer operasional toko Agung Jaya Prima yang bersedia menjadi klien dan senantiasa memberikan informasi untuk mendukung penulisan Tugas Akhir.
7. Orang tua penulis, papa dan mama yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan selama penulisan.
8. Berliana Putri dengan kehadirannya yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, selalu menemani, mendoakan, dan mendengarkan segala keluh kesah selama penulisan Tugas Akhir.

9. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa desain grafis yang selalu memberikan semangat, berbagai ilmu, dan motivasi selama menjalankan perkuliahan serta penyusunan Tugas Akhir ini.

Depok, 30 Juli 2024



Raden Ayyash Fadillah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkannya 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 KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat	5
1.4.1 Tujuan	5
1.4.2 Manfaat	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Marketing Collateral	8
2.2 Promosi	8
2.1.1 Fungsi Promosi.....	9
2.1.2 Tujuan Promosi.....	10
2.1.3 Bauran Promosi.....	11
2.3 Media Promosi	12
2.2.1 Jenis-jenis media promosi.....	14
2.4 Brand awareness.....	20
2.5 Desain grafis.....	21
2.4.1 Elemen desain grafis	22
2.4.2 Prinsip desain grafis	36
2.6 Metode Riset Desain	38
BAB III METODE PERANCANGAN.....	40
3.1 Metode Riset Desain	40
3.2 Metode Pengumpulan Data	42
3.3 Data dan Analisis	43
3.3.1 Profil Klien.....	43



Hak Cipta :

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

3.3.2 Product Knowledge.....	45
3.3.3 Kompetitor	47
3.3.4 Hasil Wawancara Klien.....	49
3.3.5 Consumer Insight	51
3.3.6 Positioning.....	53
3.3.7 Hasil Analisis Data.....	53
3.4 Arahana Kreatif.....	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	58
4.1 Konsep Visual	58
4.1.1 Mindmap	58
4.1.2 Moodboard	60
4.2 Proses Desain	61
4.2.1 Sketsa Kasar	61
4.2.2 Sketsa Halus	62
4.2.3 Desain Komprehensif.....	65
4.2.4 Desain Terpilih.....	68
4.2.5 Testing.....	73
4.3 Media Pendukung.....	75
4.4 Pertimbangan Produksi	82
BAB V PENUTUP.....	84
5.1 Simpulan	84
5.2 Saran.....	87
DAFTAR REFERENSI	88
LAMPIRAN.....	99



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Media promosi cetak	13
Gambar 2.2 Media promosi digital	13
Gambar 2.3 Media Promosi Poster	14
Gambar 2.4 Media Promosi Brosur	15
Gambar 2.5 Roll Up Banner.....	16
Gambar 2.6 Media Promosi Kartu Nama.....	16
Gambar 2.7 Maskot.....	17
Gambar 2.8 Bentuk Kemasan	18
Gambar 2.9 Media Promosi Digital (Media Sosial).....	19
Gambar 2.10 The Awareness Pyramid.....	20
Gambar 2.11 Warna Komplementer	23
Gambar 2.12 Warna Analogous	23
Gambar 2.13 Warna Triadic.....	24
Gambar 2.14 Warna Split Komplementer.....	24
Gambar 2.15 Warna Tetradic (rectangle).....	25
Gambar 2.16 Font serif	26
Gambar 2.17 Font Sans Serif	27
Gambar 2.18 Font Dekoratif	27
Gambar 2.19 Font Script.....	28
Gambar 2.20 Font Slab Serif.....	28
Gambar 2.21 Fotografi.....	29
Gambar 2.22 Ilustrasi	29
Gambar 2.23 Bentuk geometri dan organik	30
Gambar 2.24 Jenis-jenis Garis	31
Gambar 2.25 Penggunaan Tekstur Pada Karya Desain	31
Gambar 2.26 Contoh Layout.....	32
Gambar 2.27 Baseline Grid.....	34
Gambar 2.28 Column Grid.....	34
Gambar 2.29 Modular Grid.....	35
Gambar 2.30 Manuscript Grid	35
Gambar 2.31 Pixel Grid	36
Gambar 2.32 Hierarchical Grid.....	36
Gambar 2.33 Tahapan Design Thinking	39
Gambar 3.1 Logo Agung Jaya Prima.....	43
Gambar 3.2 Toko Agung Jaya Prima di Kawasan Cipayung Kota Depok	44
Gambar 3.3 Tampak Dalam Toko Agung Jaya Prima	45



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 3.4 Produk Frozen Food	45
Gambar 3.5 Produk Sembako	46
Gambar 3.6 Logo Prima Freshmart.....	47
Gambar 3.7 Website Prima Freshmart	48
Gambar 3.8 Logo dan Website Halalfroz	48
Gambar 3.9 Instagram Halalfroz.....	49
Gambar 3.10 Instagram Barokah Frozen Food	49
Gambar 4.1 Mind Mapping.....	59
Gambar 4.2 Moodboard	60
Gambar 4.3 Sketsa Media Promosi Brosur	61
Gambar 4.4 Sketsa Media Promosi Brosur	62
Gambar 4.5 Sketsa Halus Alternatif 1.....	63
Gambar 4.6 Sketsa Halus Alternatif 2.....	64
Gambar 4.7 Sketsa Halus Alternatif 3.....	65
Gambar 4.8 Desain Komprehensif 1	66
Gambar 4.9 Desain Komprehensif 2	67
Gambar 4.10 Desain Komprehensif 3	67
Gambar 4.11 Desain Terpilih	68
Gambar 4.12 Kode Warna Desain Terpilih.....	70
Gambar 4.13 Font Puffin Display	71
Gambar 4.14 Font Poppins.....	71
Gambar 4.15 Mockup Brosur Tampak Depan	72
Gambar 4.16 Mockup Brosur Tampak Belakang	72
Gambar 4.17 Mockup Brosur Lipat 1	73
Gambar 4.18 Mockup Brosur Lipat 2	73
Gambar 4.19 Tiga Karakter Maskot.....	76
Gambar 4.20 Karakter Maskot Fizzi.....	76
Gambar 4.21 Karakter Maskot Chiki	77
Gambar 4.22 Karakter Maskot Mowi	78
Gambar 4.23 Poster	78
Gambar 4.24 Banner	79
Gambar 4.25 X Banner	79
Gambar 4.26 Kartu Nama	80
Gambar 4.27 Desain Totebag.....	80
Gambar 4.28 Desain Instagram Feed.....	81
Gambar 4.29 Desain Instagram Story Twibbon.....	81



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Analisis Matriks SWOT.....	53
Tabel 3.2 Arahkan Kreatif.....	55
Tabel 4.1 Key Visual.....	59





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Bimbingan Tugas Akhir
- Lampiran 2 Cek Plagiarisme
- Lampiran 3 Hasil Survei Kuesioner (Consumer Insight)
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara
- Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Toko
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Testing
- Lampiran 7 Kuesioner Testing
- Lampiran 8 Penempatan Media Promosi pada Toko
- Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Globalisasi menjadi fenomena sosial yang dirasakan masyarakat pada kehidupan sehari-hari. Pengaruh globalisasi meluas secara cepat dan memberikan dampak besar terhadap gaya hidup masyarakat saat ini yang menjadi semakin instan seiring dengan perkembangan era digital dan teknologi. Dilansir dari kompasiana.com, gaya hidup instan adalah gaya hidup di mana orang-orang menginginkan segalanya serba cepat dan serba mudah serta efisien dengan cara-cara yang instan. Fenomena sosial ini mempengaruhi berbagai aspek kehidupan, salah satunya sektor makanan. Dengan tingkat mobilitas yang tinggi, sebagian masyarakat memilih mengonsumsi makanan yang mudah untuk disajikan (Fadhluurrahman, 2024).

Frozen food menjadi salah satu alternatif makanan yang dapat menjadi solusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dengan fenomena sosial yang terjadi saat ini. Menurut Sinuraya et al., (2023), *frozen food* merupakan produk makanan dalam kemasan yang memiliki proses pengolahan dan penyajian yang siap dikonsumsi kapan saja dikarenakan dapat diawetkan pada suhu rendah dalam lemari pendingin. Berdasarkan data dari Mordorintelligence, pasar makanan beku diperkirakan akan tumbuh dari USD 1,93 miliar pada tahun 2023 menjadi USD 2,78 miliar pada tahun 2028, dengan CAGR sebesar 7,50% selama periode tersebut (2023-2028) dikarenakan peningkatan aktivitas bekerja dan gaya hidup yang instan yang lebih memilih konsumsi makanan cepat saji dan sehat sehingga mengubah pola makan konsumen. Kondisi ini membuat toko ritel produk *frozen food* yang praktis dan mudah dimasak mengalami peningkatan penjualan. Menurut Kristiandi et al., (2022) masyarakat saat ini berusaha melengkapinya ditengah gaya hidup yang semakin adaptif dikarenakan tuntutan pekerjaan yang meningkat menjadikan makanan *frozen food* mengalami kemajuan dari tahun ke tahun.



Hak Cipta :

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

Peluang usaha makanan *frozen food* mengalami peningkatan yang berarti disertai tantangan sistem produksi dan distribusi di Indonesia setelah masa pandemi (Napitupulu et al., 2023). *Frozen food* diminati masyarakat dikarenakan memiliki keunggulan yaitu praktis, tahan lama, higienis, serta harga yang terjangkau menjadikan makanan *frozen food* menjadi sektor usaha yang menjanjikan di era *new normal* (Sinuraya et al., 2023). Seiring peningkatan peluang usaha, banyaknya alternatif toko retail *frozen food* di Indonesia mengharuskan sebuah toko retail memiliki keunggulan yang lebih menonjol dibandingkan dengan pesaingnya. Agung Jaya Prima hadir sebagai toko retail *frozen food* di tengah perkembangan sektor usaha *frozen food* di Indonesia, berdiri pada 1 Maret 2023 di kawasan Cipayung, Depok dan merupakan bagian dari Koperasi Konsumsi Agung Jaya Prima (KKAJP). Agung Jaya Prima memiliki segmentasi pasar menengah ke bawah. Fokus penjualan toko Agung Jaya Prima adalah makanan olahan ayam, daging, ikan beku dan sembako. Melalui kemitraan dengan berbagai agen distributor *brand* makanan beku ternama di Indonesia, Agung Jaya Prima menyediakan berbagai pilihan varian makanan beku, sembako, dan jajanan ringan yang tersedia di toko. Persaingan bisnis di bidang sejenis khususnya *frozen food* yang ketat saat ini membuat Agung Jaya Prima harus membangun usahanya serta mempromosikan produknya kepada konsumen.

Menurut Fadillah Rezky et al. (2023) pada dasarnya, komunikasi antara pelaku usaha dan konsumen terbentuk dari adanya promosi yang dilakukan. Promosi menjadi faktor penting untuk meraih kesuksesan dalam berbisnis. Dengan menguasai strategi promosi, memiliki kualitas produk yang terjamin dan terus berinovasi, pelaku usaha *frozen food* akan meraih kesuksesan dalam membangun usahanya (Sinuraya et al., 2023). Selama kurang lebih 1 (satu) tahun beroperasi toko retail *frozen food* Agung Jaya Prima tidak melakukan kegiatan promosi secara konsisten dan hanya mengandalkan promosi dari mulut ke mulut di kalangan konsumen yang menyebabkan rendahnya tingkat *brand awareness* Agung Jaya Prima sehingga target konsumen yang ingin dicapai tidak dapat mengenali produk yang ditawarkan oleh toko. Hal tersebut mengakibatkan Agung Jaya Prima



© 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

mengalami penurunan performa penjualan selama beberapa bulan belakangan. Tercatat dalam laporan penjualan Agung Jaya Prima setelah beroperasi selama 14 bulan, 7 (tujuh) pertama Agung Jaya Prima beroperasi angka jumlah transaksi sebanyak 1999 (seribu sembilan ratus sembilan puluh sembilan) kali. Sedangkan, setelah 7 (tujuh) bulan terakhir terdapat penurunan jumlah transaksi yang hanya sebanyak 580 (lima ratus delapan puluh) kali. Kegiatan promosi yang tidak berjalan mempengaruhi kurangnya *brand awareness* dan daya tarik yang mendorong konsumen untuk berbelanja di toko mengakibatkan dampak negatif pada performa penjualan. Menurut (Rahmadhani et al., 2021), *Brand Awareness* adalah salah satu hal yang mampu membangun sebuah usaha karena menjadi faktor konsumen dalam memilih dan membeli sebuah produk, dikarenakan menjadi hal yang diingat terlebih dahulu dalam pikiran konsumen. Sagita & Siswahyudianto (2022) mendefinisikan *Brand Awareness* adalah kemampuan seberapa mudah nama merek untuk muncul dalam ingatan saat konsumen sedang memikirkan suatu produk. Salah satu upaya untuk membangun *brand awareness* adalah dengan menggunakan maskot sebagai media komunikasi pendekatan terhadap target konsumen (Aimmatus Solikhah & Bayu Setiawan, 2023). Menurut (Aliya & Kartono, 2024) sebagai media yang dapat membantu dalam membangun sebuah *brand*, penggunaan maskot efektif membangun *brand awareness*, kepuasan serta loyalitas konsumen.

Selain itu, Agung Jaya Prima tidak memiliki *key visual* yang dapat menjadi identitas perusahaan sebagai pembeda dari pesaingnya. *Key visual* memiliki peran penting dalam keberlangsungan kegiatan promosi. *Key visual* mewakili pesan promosi yang ingin disampaikan dengan konsisten kepada target konsumen secara visual (Saptamaji, 2021). *Key visual* tersebut diterapkan melalui perancangan *marketing collateral*. Menurut (Li et al., 2022) *marketing collateral* memiliki peran yang sangat penting dalam mempromosikan produk serta membangun citra dan identitas suatu *brand* dengan menjangkau konsumen yang luas dengan menggunakan berbagai media promosi cetak maupun digital. Menggunakan media desain cetak dalam kegiatan promosi menjadi pilihan yang tepat dapat dilakukan kapanpun dan dimanapun dengan jumlah pengeluaran yang sedikit untuk



Hak Cipta :

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

menyampaikan informasi kepada konsumen (Maulan et al., 2021). Untuk mengembangkan informasi atau promosi dalam proses penyampaian kepada konsumen agar lebih mudah tersampaikan, penggunaan desain grafis dilakukan dengan cara mengolah informasi yang semula berupa teks menjadi hasil karya seperti brosur, banner, poster, maskot, kemasan, kartu nama, dan digital berupa media sosial instagram sehingga menjadi lebih menarik bagi konsumen (Putra et al., 2023). Brosur merupakan media pemasaran yang sudah diakui yang merupakan sebuah strategi promosi dan membangun *brand* yang efektif, meskipun di tengah perkembangan digital saat ini. Menyampaikan informasi yang jelas dan menarik dengan menggunakan desain komprehensif yang menampilkan identitas visual atau citra dari suatu *brand* menjadikan brosur dapat menarik perhatian target konsumen dan membangun *brand awareness* (Yudi, 2024). Secara umum, brosur adalah media promosi yang berisi informasi atau pesan yang menyeluruh dari suatu produk yang ditawarkan yang bersifat informatif, persuasif, dan nyata (Erliana & Unggul, 2021). Oleh karena itu, perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima sebagai upaya membangun *brand awareness* dengan membuat *key visual* yang komprehensif sebagai identitas dan citra perusahaan diharapkan dapat membangun *brand awareness* dan membangun merek, serta meningkatkan performa penjualan toko Agung Jaya Prima melalui berbagai media promosi cetak maupun digital agar dapat bersaing di tengah perkembangan yang pesat sektor usaha *frozen food* di Indonesia.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah yang akan dibahas pada proyek tugas akhir ini adalah “Bagaimana merancang desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima sebagai upaya untuk membangun *brand awareness*?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan proyek tugas akhir ini, agar terfokus pada tujuan yang diinginkan. Maka ditentukan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Menjelaskan proses perancangan desain promosi brosur pada toko Agung Jaya Prima sebagai media promosi utama.
2. Bagaimana penerapan prinsip dan elemen desain grafis dalam perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima.
3. Bagaimana penerapan desain pada media utama serta media turunan yang akan digunakan dalam perancangan *marketing collateral* Agung Jaya Prima.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan Manfaat yang diperoleh dalam proses pengerjaan proyek Tugas Akhir ini antara lain:

1.4.1 Tujuan

Tujuan pembahasan proyek Tugas Akhir Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima ini antara lain:

1. Menjabarkan proses perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima sebagai upaya meningkat *brand awareness*.
2. Penerapan teori yang digunakan dalam proses perancangan desain *key visual* untuk diterapkan pada *marketing collateral* Agung Jaya Prima.
3. Penerapan desain *marketing collateral* pada media promosi utama yaitu brosur serta media turunan lainnya untuk menjalankan kegiatan promosi.

1.4.2 Manfaat

Berikut manfaat yang diperoleh dalam pembahasan proyek Tugas Akhir Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima:

1. Manfaat Teoritis

Penulisan proyek Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*” secara teoritis, Dengan adanya perancangan media promosi sebagai dokumen keilmuan yang diharapkan dapat digunakan sebagai sarana informasi dan referensi untuk penelitian selanjutnya yang serupa bagi mahasiswa atau pelajar di kemudian waktu.



Hak Cipta :

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

Penulisan proyek Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*” secara praktis, hasil rancangan desain *marketing collateral* berupa media promosi dapat dipergunakan untuk membangun *brand awareness* Agung Jaya Prima dengan kegiatan promosi yang dilakukan. Sedangkan bagi masyarakat dengan adanya media promosi ini diharapkan dapat memudahkan dalam memperoleh informasi untuk memenuhi kebutuhan konsumsi keluarga yang memiliki mobilitas kegiatan yang tinggi.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, pembahasan akan disampaikan secara sistematis untuk mempermudah saat penulisan. Sehingga dapat mudah dipahami dan terarah. Adapun sistematika penulisan “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*” sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan latar belakang pembahasan permasalahan Agung Jaya Prima sebagai bahan perancangan untuk dibuatkan *marketing collateral* melalui desain media promosi. Lalu penjelasan tentang rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat dalam perancangan, serta sistematika penulisan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.



Hak Cipta :

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

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi mengenai teori yang digunakan dalam proses perancangan desain media promosi. Teori dijabarkan sebagai landasan untuk menjelaskan tentang teori yang berhubungan dengan perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini berisi mengenai metode dalam perancangan desain serta pengumpulan data yang digunakan untuk memperkuat penelitian. Analisis data riset yang dikumpulkan berkaitan tentang profil Agung Jaya Prima, kompetitor, hingga riset yang dilakukan disimpulkan dalam bentuk matriks SWOT dan STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) untuk dijadikan data pada arahan kreatif perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima sebagai Tugas Akhir.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi proses perancangan desain *marketing collateral* Agung Jaya Prima. Dimulai dari tahap pengembangan ide dengan menggunakan *mindmap* dan *moodboard* lalu tahap pembuatan sketsa manual, sketsa digital, desain komprehensif, desain terpilih, dan media turunan yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*.



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan proses Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*, berikut kesimpulan yang diperoleh selama proses berlangsung:

1. Metode riset desain yang digunakan pada perancangan ini adalah *Design Thinking* yang memiliki beberapa tahapan yaitu *Empathize* yang merupakan proses pengumpulan data yang dilakukan dengan cara metode kombinasi (*mix method*) yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif yang diperoleh dari hasil wawancara bersama klien, penyebaran kuesioner kepada konsumen melalui *platform* Google Form, Observasi lingkungan toko dan sekitarnya serta persaingan bersama kompetitor, dan studi literatur melalui buku, jurnal, artikel, perancangan, serta penelitian yang relevan sebelumnya. Selanjutnya, *define* yang merupakan proses identifikasi latar belakang permasalahan melalui penyusunan data yang diperoleh menjadi bentuk *creative brief* yang memiliki fungsi sebagai acuan dalam segala proses desain yang dilakukan agar menghasilkan desain sesuai dengan kebutuhan. Salah satunya isi arahan kreatif yang penting dalam proses perancangan adalah *tone and manner* yaitu *fun*, *happy*, dan *clean* yang merupakan citra yang ingin diperlihatkan oleh toko Agung Jaya Prima. Dengan data yang diperoleh dan terbentuk menjadi *creative*, tahap selanjutnya adalah membuat strategi promosi dengan analisis matriks SWOT. Kemudian, *Ideate* yang merupakan proses kreatif pengembangan ide dengan cara *mindmapping* yang menghasilkan kata kunci visual yaitu *playful*, maskot, *flat design*, dan *mixed media* yang dikembangkan kembali menjadi bentuk *moodboard* yaitu suatu kumpulan gambar, tekstur, warna, dan tipografi sebagai bentuk visualisasi. Selanjutnya, tahap *prototype* yaitu pembuatan sketsa, digitalisasi, desain komprehensif, dan desain terpilih



Hak Cipta :

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

yang menggunakan media utama brosur. Hasil desain kemudian dirancang menjadi bentuk *mockup* sebagai visualisasi saat hasil desain sudah melalui proses cetak. *Testing* yang dilakukan dengan cara wawancara bersama manajer toko Agung Jaya Prima serta penyebaran kuesioner kepada konsumen untuk yang memberikan penilaian apakah hasil desain sudah sesuai dengan kebutuhan dan dapat menjadi solusi permasalahan.

2. Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness* menerapkan prinsip dan elemen grafis yang digunakan dalam desain media promosi. Pada desain media promosi brosur menggunakan prinsip keseimbangan simetris dengan tata letak setiap elemen grafis yang seimbang sehingga desain dapat mudah dipahami dan menarik. Seluruh elemen grafis membentuk kesatuan dengan gaya *flat design* yang konsisten. Prinsip penekanan diterapkan pada logo dan *headline* “Cuci Gudang *Funtastis!*” tampak depan brosur dengan menggunakan warna merah sehingga menjadi pusat perhatian pembaca. Ukuran teks dan foto produk pada tampak belakang terlihat proporsional dengan diletakkan berdampingan agar mudah dipahami. Gambar dan teks pada brosur diletakkan berdampingan agar alur baca yang nyaman. Penerapan *white space* pada desain membuat hasil desain *clean* serta informasi penting dapat terlihat dengan baik. Elemen desain pada media promosi memiliki kesan yang *fun*, *happy*, dan *clean*. Menggunakan 3 (tiga) warna yang menghasilkan kesan *colorful*. Warna yang digunakan adalah warna biru, kuning, dan merah. Warna biru dapat memberikan kesan keandalan yang membangun rasa kepercayaan konsumen serta memberikan kenyamanan. Warna kuning memberikan kesan ceria, cerah, dan menyenangkan. Warna merah memberikan kesan *happy* dan bersemangat. Terdapat 2 (dua) jenis tipografi yang digunakan yaitu dekoratif yang digunakan pada teks *headline* dan sans serif yang digunakan untuk *subheadline* serta *body text*. *Font* yang digunakan pada jenis tipografi dekoratif pada desain adalah *Puffin Display* yang memiliki kesan menyenangkan dan ramah. *Font* yang digunakan pada jenis sans serif adalah



Hak Cipta :

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

Font Poppins memiliki karakter huruf yang sederhana dan *clean* yang membuat kesan modern dan profesional serta tingkat keterbacaan yang tinggi. Terdapat elemen gambar fotografi yang menampilkan foto produk yang ditawarkan toko Agung Jaya Prima, serta ilustrasi karakter maskot untuk membantu dalam upaya membangun *brand awareness*. Menggunakan elemen grafis tekstur pada *background* yang memiliki bentuk melengkung dan *rounded* secara abstrak.

3. Media utama yang digunakan adalah desain media promosi brosur yang berfungsi sebagai acuan untuk pengaplikasian pada desain media turunan. Media turunan yang digunakan terdiri dari poster, banner, x banner, kemasan *totebag*, kartu nama, dan media sosial Instagram. Penerapan visual secara konsisten dalam perancangan desain *marketing collateral* tersebut dapat membantu Agung Jaya Prima dalam membangun citra dan identitas sebagai upaya membangun *brand awareness*.

5.2 Saran

Berdasarkan Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*, terdapat saran yang bertujuan untuk perancangan atau penelitian serupa berikutnya agar menjadi lebih baik yaitu:

1. Perancangan Desain *Marketing Collateral* khususnya berupa media promosi memerlukan perhatian terhadap permasalahan yang terjadi. Sehingga dapat menghasilkan desain media promosi yang efektif menjadi solusi terhadap permasalahan yang dihadapi.
2. Setelah proses pengumpulan, proses analisis data sangat diperlukan dan menjadi proses penting dalam perancangan dikarenakan dapat menjadi acuan sekaligus strategi untuk proses selanjutnya seperti menentukan media promosi utama yang digunakan, pemilihan tema desain, dan media promosi turunan apa saja yang digunakan.



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Abdulah, B., Sandopart, D. P. Y. A. L., & Nurjanah, N. (2023). DETERMINAN HARGA, KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KOSMETIK MEREK MAKE OVER PADA MASYARAKAT CENKARENG. *Indonesian Journal of Economy, Business, Entrepreneurship and Finance*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.53067/ijebe.v3i2.114>
- Aditia, Z. H. (2022). PERAN MEDIA ONLINE TERHADAP BRAND AWARENESS PRODUK PAKAIAN DALAM MEREK RIDER. *JURNAL EKONOMI, SOSIAL & HUMANIORA*, 3(11), 64–79. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/783>
- Anggraeny, F. T., Wahanani, H. E., Akbar, F. A., Raharjo, M. I. P., & Rizkyando, S. (2021). Peningkatan Ketrampilan Kreativitas Desain Grafis Digital Siswa SMU Menggunakan Aplikasi CANVA pada Ponsel Pintar. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art5>
- Aimmatus Solikhah & Bayu Setiawan. (2023). Perancangan Maskot Lembah Kecubung Untuk Meningkatkan Awareness Publik. *ASPIRASI: Publikasi Hasil Pengabdian dan Kegiatan Masyarakat*, 2(1), 01–10. <https://doi.org/10.61132/aspirasi.v2i1.112>
- Aliya, F., & Kartono, G. (2024). PERANCANGAN MASKOT SEBAGAI IDENTITAS VISUAL DALAM UPAYA Mendukung BRAND IDENTITY DAN MENINGKATKAN BRAND AWARENESS UNIVERSITAS NEGERI MEDAN. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 3(8), 81–93.
- Anggraeny, F. T., Wahanani, H. E., Akbar, F. A., Raharjo, M. I. P., & Rizkyando, S. (2021). Peningkatan Ketrampilan Kreativitas Desain Grafis Digital Siswa SMU Menggunakan Aplikasi CANVA pada Ponsel Pintar. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art5>
- Ammariah, H. (2023). *Desain Grafis: Pengertian, Unsur & Prinsip Dasar* [Article Web]. Ruang Guru. <https://www.ruangguru.com/blog/unsur-dan-prinsip-dasar-desain-grafis#:~:text=Dalam%20desain%20grafis%2C%20terdapat%20delapan,pinsip%20desain%20grafis%20tersebut%2C%20ya.https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/35854>
- Ardian, R., & Sudrartono, T. (2021). PENGARUH BAURAN PROMOSI TERHADAP MINAT BELI KEMBALI CAT DULUX DI DEPO KERAMIK KATAPANG BANDUNG | *JMBI UNSRAT (Jurnal Ilmiah Manajemen Bisnis dan Inovasi Universitas Sam Ratulangi)*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jmbi/article/view/35854>
- Arifin, S. (2023). *Mengenal Apa Itu Layout: Pengertian, Tujuan, Manfaat, Elemen Dasar dan Prinsip Pembuatannya* [Article Web]. Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/2197-mengenal-apa-itu-layout-pengertian-tujuan-manfaat-elemen-dasar-dan-prinsip->



Hak Cipta :

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

- Ira, L. (2023). *Mengenal Brosur, Fungsi, dan Cara Membuatnya* [Article Web]. Tempo.co. <https://bisnis.tempo.co/read/1771472/mengenal-brosur-fungsi-dan-cara-membuatnya>
- Izza. (2023). MEDIA PROMOSI DIGITAL: PENGERTIAN, MANFAAT, DAN CONTOHNYA [Article Web]. Big Evo. <https://bigevo.com/blog/detail/media-promosi-digital>
- Khairunnisa, H. (2024). *Media Promosi: Contoh, Arti, Fungsi, Macam & Rekomendasi untuk Bisnis* [Article Website]. Cakap. <https://blog.cakap.com/media-promosi/>
- Li, V. K., Ongpaucio, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Laksana, M.F. (2019). *Praktis Memahami Manajemen Pemasaran*. Depok: Khalifah Mediatama.
- Laras. S. (2022). *Kenali 5 Jenis Tipografi dan Manfaatnya dalam Dunia Desain Grafis* [Article Web]. Karena.id. <https://karena.id/blog/kenali-5-jenis-tipografi-dan-manfaatnya-dalam-dunia-desain-grafis> <https://doi.org/10.35593/apaji.v5i2.120>
- Latiep, I. F., Majid, B., & Halik, J. B. (2023). PENERAPAN KONSEP KAIZEN DALAM UPAYA PENINGKATAN BRAND AWARENESS PADA UNIVERSITAS MEGAREZKY. *Accounting Profession Journal (APAJI)*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.35593/apaji.v5i2.120>
- Lawrence, A. (2022). *Apa Itu Grid? Pengertian, Jenis, Manfaat dan Tips Menggunakannya* [Article Web]. Makinrajin.com. <https://makinrajin.com/blog/grid-adalah/>
- Lubis H. A. R. (2024). *Tipografi (Typography): Definisi, Peran, Elemen dan Jenis-jenisnya* [Artikel Web]. dibimbing. <https://dibimbing.id/blog/detail/tipografi-definisi-peran-elemen-dan-jenisnya>
- Martowinangun, K., Lestari, D. J. S., & Karyadi, K. (2019). PENGARUH STRATEGI PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN DI CV. JAYA PERKASA MOTOR RANCAEKEK KABUPATEN BANDUNG. *Jurnal Co Management*, 1(1), Article 1. <https://doi.org/10.32670/comanagement.v2i1.162>
- Maulan, P. A., Nikhlis, N., & Kurniawan, D. (2021). PERANCANGAN X-BANNER , SPANDUK DAN KARTU NAMA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT. NITI SEGARA TRANS. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Bisnis dan Kewirausahaan*, 1(3), 46–68. <https://doi.org/10.55606/jurimbik.v1i3.51>
- Maulana, A., Syazili, A., & Ariandi, M. (2024). Perancangan Perangkat Lunak Sistem Parkir Kendaraan Menggunakan Metode Design Thinking. *KLIK: Kajian Ilmiah Informatika Dan Komputer*, 4(5), Article 5. <https://doi.org/10.30865/klik.v4i5.1764>
- Mursalina, H., Yunanto, P. W., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media



Hak Cipta :

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

- Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika Dan Komputer*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Napitupulu, T. S., Marseva, A. D., Hidayat, T., & Sari, R. (2023). Edukasi Peluang Usaha Frozen Food untuk Meningkatkan Kompetensi Santriwati Pasca Pandemi. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*.
- Nathania, R. (2024). *5 Unsur Desain Grafis yang Perlu Kamu Tahu* [Article Web]. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/unsur-unsur-desain-grafis/#:~:text=Bentuk%20adalah%20salah%20satu%20unsur,yang%20tidak%20kaku%20dan%20teratur.>
- Oktaviani, A. (2020). *Mengenal Lebih Dalam "Gambar" Pada Desain Grafis* [Article Web]. Gamelab Indonesia. <https://www.gamelab.id/news/342-mengenal-lebih-dalam-gambar-pada-desain-grafis>
- Patria, R. (2023). *Promosi adalah: Pengertian, Tujuan, Jenis, dan 7 Contohnya* [Article Website]. DamaiNesia. <https://www.domainesia.com/berita/promosi-adalah/> <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Permatasari, B., & Maryana, S. (2021). PENGARUH PROMOSI DAN INOVASI PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Studi Kasus Pada Gerai Baru Es Teh Indonesia di Bandar Lampung). *TECHNOBIZ: International Journal of Business*, 4(2), Article 2. <https://doi.org/10.33365/tb.v4i2.1335>
- Primandha, N. (2023). *Pengertian Brand Awareness: Tolok Ukur, Tingkatan, Peran, dan Upayanya* [Article Web]. Gramedia. <https://www.gramedia.com/literasi/brand-awareness/> <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.09>
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Common*, 3(1), Article 1. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Putra, H. A. A., Agung, A. P., Setyono, S., & Amril, L. O. (2023). *PERANAN DESAIN KOMUNIKASI DAN VISUAL MEDIA PROMOSI UNTUK INDUSTRI HOTEL DI HOTEL ROYAL SAFARI GARDEN | Karimah Tauhid*. <https://ojs.unida.ac.id/karimahtauhid/article/view/10024>
- Rahmadhani, U., Purnomo, D., & Pujinto, T. (2021). Strategi Promosi dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram pada Startup Trafeeka Coffee. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 5(2), 377–389. <https://doi.org/10.21776/ub.jepa.2021.005.02.09>
- Rahmia, N. H. (2023). *7 Prinsip Desain Grafis yang Wajib Diketahui agar Pesan Tersampaikan* [Artikel Web]. sonora.id. [https://www.sonora.id/read/423741881/7-prinsip-desain-grafis-yang-wajib-diketahui-agar-pesan-tersampaikan#:~:text=Prinsip%20desain%20grafis%20meliputi%20kesatuan,%2C%20dan%20penekanan%20\(emphasis\).](https://www.sonora.id/read/423741881/7-prinsip-desain-grafis-yang-wajib-diketahui-agar-pesan-tersampaikan#:~:text=Prinsip%20desain%20grafis%20meliputi%20kesatuan,%2C%20dan%20penekanan%20(emphasis).)
- Rosyada, I. (2021). *7 Elemen Dasar Desain Grafis yang Wajib Dipahami* [Article Web]. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/irfanrosyada/6079ac46d541df47ac07f462/7-elemen-dasar-desain-grafis-yang-wajib-dipahami>



Hak Cipta :

- <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.233>
- Rudjiono, D., & Saputro, H. (2020). PENGEMBANGAN DESAIN WEBSITE SEBAGAI MEDIA INFORMAS DAN PROMOSI (Studi Kasus: PT.Nada Surya Tunggal Kecamatan Pringapus): *Pixel:Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 13(2), Article 2. <https://doi.org/10.51903/pixel.v13i2.300>
- Runtuwene, N. S. M., Winokan, A. N., & Wuisang, J. R. H. (2020). *PENGARUH PROMOSI DAN PROFESIONALISME PRAMUNIAGA TERHADAP LOYALITAS PEMBELI DI MULTIMART TOMOHON*.
- Sagita, R. A., & Siswahyudianto, S. (2022). Strategi Pemasaran Dalam Pengembangan Brand Awareness pada Sentra Olahan Salak Kunara Desa Kedungrejo Kecamatan Megaluh Kabupaten Jombang. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 5(3), 327–340. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v5i3.233>
- Saptaji, J. (2021, February 17) *Kekuatan Key Visual pada kampanye visual* [Article Website]. Poligrabs Creative Studio. <https://www.poligrabs.com/post/kekuatan-key-visual-pada-kampanye-visual>
- Setiawan, M. (2020). *Desain Grafis menurut para ahli* [Article Web]. Medium. <https://marwansetiawan.medium.com/desain-grafis-menurut-para-ahli-33ca03bb3b8d> <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Silvi, D. K., & Prabandari, S. P. (2024). *PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPERCAYAAN KONSUMEN DAN MINAT BELI SAPI POTONG*. 03(1).
- Sinaga, S. I., & Eriyani, S. (2023). Pengembangan Poster Edukasi Untuk Menumbuhkan Pengetahuan Tentang Pentingnya Menjaga Kesehatan Gigi Pada Anak Kelompok A Di Tk Negeri Pembina Lahat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), Article 2. <https://doi.org/10.31004/innovative.v3i2.2069>
- Sinuraya, J., Makmur Tarigan, Wiwin Sry A B, & Orli Binta Tumanggor. (2023). Pengembangan Usaha Industri Rumah Tangga Frozen Food Dapoer Mama Ana Di Kelurahan Gedung Johor Kecamatan Medan Johor Kota Medan Sumatera Utara. *Jurnal Masyarakat Indonesia (Jumas)*, 2(01), 26–33. <https://doi.org/10.54209/jumas.v2i01.36>
- Soedewi, S. (2022). The Design Thinking Method Application on the Kiriहुci Msme Website Design. *Visualita*, 10(02), 547404. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Suriani, S., Yuda, R., & Ghifari, M. (2024). *Perancangan Maskot SMK Grafika Iss Sebagai Upaya Untuk Meningkatkan Brand Awareness | IKONIK: Jurnal Seni dan Desain*. <https://e-journal.umaha.ac.id/index.php/ikonik/article/view/16438>
- Syahputra, R. (2019). STRATEGI PEMASARAN DALAM ALQURAN TENTANG PROMOSI PENJUALAN. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>
- Tasim, C. (2022). *Mengulas 7 Elemen Desain Grafis* [Article Web]. Toffeedev. <https://toffeedev.com/blog/design/elemen-desain-grafis/>

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), Article 3. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>
- Tolan, M. S., Pelleng, F. A. O., & Punuindoong, A. Y. (2021). *Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan Lingkungan IV Kota Manado)*. 2(5).
- Uluwiyah, A.N. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat*. DI Yogyakarta: CV Multi Pustaka Utama.
- Wibowo, A. (2022). *Manajemen Media Pemasaran*. Semarang: Yayasan Prima Agus Teknik.
- Wibowo, A., Utami, B. S. U. S., & Pratiwi, P. (2020). PERANCANGAN VISUAL BRAND IDENTITY TUKANG SAYOER ONLINE SEBAGAI UPAYA MENAIKKAN BRAND AWARENESS. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa Dan Desain*, 5(2), Article 2. <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i2.7951>
- Widya, L.A.D., & Darmawan, A.J. (2016). *Pengantar Desain Grafis*. Jakarta: Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan. <https://jurnal.itcc.web.id/index.php/jebd/index>
- Wonua, A. R. (2023). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Ms Glow. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Digital*, 1(02). <https://jurnal.itcc.web.id/index.php/jebd/index>
- Yuda, R., Sucipto, F. D., & Ghifari, M. (2022). PERANCANGAN MASKOT ISBI ACEH SEBAGAI UPAYA PENGUATAN BRAND AWARENESS. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 11(1), 36. <https://doi.org/10.24114/gr.v11i1.29315>
- Yudi, Y. (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, N., Nasrullah, M.F.A., Sari, D.K., & Alban, M.A. (2022). *Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya*. Purbalingga: Eureka Media Aksara.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Bimbingan 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

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Raden Ayyash Fadillah
NAMA PEMBIMBING	Nabila Fajrina, M.Si
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Desain <i>Marketing Collateral</i> Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Meningkatkan <i>Brand Awareness</i>

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	Kamis, 21 Maret 2024	Pengenalan dan arahan awal teknis penulisan tugas akhir yang akan dikerjakan.	Pembuatan Latar Belakang
2	Rabu, 27 Maret 2024	Latar belakang sudah oke dan sudah terdapat urgensi permasalahan dari perancangan yang dilakukan tetapi alur perlu lebih diperhatikan, tambahkan data pendukung dari lembaga survey yang dapat memberikan kevalidan dari fenomena yang terjadi, jelaskan lebih lanjut mengenai justifikasi penelitiannya.	Perbaiki pada latar belakang
3	Jumat, 5 April 2024	Terdapat kesalahan minor pada penulisan, dan alur baca	Lanjutkan proses pengerjaan sub BAB pada BAB 1
4	Jumat, 19 April 2024	Terdapat catatan sedikit pada penulisan keseluruhan BAB 1	Lanjutkan pengerjaan BAB 2
5	Rabu, 8 Mei 2024	Keseluruhan teori yang dikumpulkan sudah baik, perhatikan kembali penulisan dan susunan kalimatnya	Perbaiki pada BAB 2
6	Selasa, 14 Mei 2024	Persiapan yang diperlukan untuk seminar proposal, siapkan kerangka teori dan kuisisioner untuk digunakan pada BAB 3, sub BAB customer insight	Pembuatan kerangka teori, dan Kuisisioner survey konsumen
7	Kamis, 16 Mei 2024	Kerangka teori yang dibuat sudah tepat dan sesuai, terdapat perbaikan susunan dan tambahan pertanyaan pada kuisisioner agar lebih spesifik kepada target konsumen, dan lanjutkan penulisan BAB 3	Perbaiki kuisisioner survey konsumen (susunan dan tambahan pertanyaan serta gambar pendukung), lanjutkan penulisan BAB 3
8	Selasa, 21 Mei 2024	Strategi dari matriks analisis SWOT diperbaiki menjadi relevan dengan media promosi dan tambahkan kesimpulan, secara keseluruhan BAB 1, 2, 3 sudah baik, olah data kuisisioner sudah lengkap, belum ada hasil wawancara dengan klien, lanjut masukan daftar lampiran	Perbaiki pada analisis SWOT, tambahkan hasil wawancara klien dalam sub bab BAB 3, masukan media details dalam arahan kreatif
9	Senin, 27 Mei 2024	Strategi SWOT dibuat menjadi lebih spesifik penggunaan media promosi nya agar menjadi strategi desain sesuai dengan yang dibutuhkan.	Perbaiki strategi SWOT

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

10	Selasa, 11 Juni 2024	Melakukan perbaikan berdasarkan hasil seminar proposal, pelajar penilaian dosen penguji	Menggal lebih dalam informasi dalam latar belakang permasalahan klien, tentukan media promosi utama yang paling sesuai.
11	Kamis, 20 Juni 2024	Penambahan teori yang lebih mendukung pada latar belakang dan BAB 4	Revisi latar belakang dan tambah teori pada BAB 2, buat kuesioner ulang berdasarkan revisi.
12	Selasa, 25 Juni 2024	Terdapat perbaikan pada kuesioner	Revisi kuesioner, Lanjutkan progress BAB 4
13	Selasa, 2 Juli 2024	Masih terdapat perbaikan pada kuesioner	Revisi kuesioner, Pembuatan mindmap dan moodboard
14	Rabu, 10 Juli 2024	Mindmap sudah baik, pada moodboard ada gambar yang kurang sesuai secara keseluruhan. Lanjutkan ke tahap sketsa manual	Revisi Moodboard, sketsa manual, lanjut pembuatan sketsa digital dan desain komprehensif
15	Selasa, 16 Juli 2024	Moodboard sudah tepat, sketsa manual sudah bagus dan pemilihan bentuk brosur gatefold sesuai dengan kebutuhan desain alternatif komprehensif sudah bagus dan pemilihan desain terpilih sudah sesuai dengan apa yang dijelaskan.	Finalisasi desain terpilih serta melakukan testing, cetak prototype, dan buat pertimbangan produksi. Lanjut penulisan BAB 5
16	Kamis, 25 Juli 2024	Testing terdapat perbaikan sedikit, desain prototype bagus hanya ada revisi. Lanjut BAB 5	Revisi testing, Lanjutkan BAB 5
17	Jumat, 26 Juli 2024	Testing sudah tepat, jelaskan hasil testing dengan rinci	Penulisan BAB 5, Perbaikan pada BAB 4
18	Senin, 29 Juli 2024	Semua sudah baik, silahkan recheck kembali	Review tulisan secara lengkap
19	Rabu, 31 Juli 2024	Sudah baik dan boleh tanda tangan lembar persetujuan	Asistensi dosen pembimbing 2

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



Hak Cipta :

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

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Raden Ayyash Fadillah
NAMA PEMBIMBING	Saeiful Imam, MT
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Desain Marketing Collateral Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness

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	Jumat, 22 Maret 2023	Lanjutkan progress penulisan sampai mendapatkan persetujuan dari dosen pembimbing 1 baru setelahnya asistensikan kepada dosen pembimbing 2	Melanjutkan penulisan BAB 1,2,3
2	Rabu, 22 Mei 2024	Urgensi dari permasalahan sudah cukup baik, perbaiki beberapa penulisan sub bab	Menambahkan data pada latar belakang mengenai performa penjualan klien, dan teori penguat mengenai kuesioner
3	Rabu, 31 Juli 2024	Penulisan secara keseluruhan sudah baik, terdapat spasi kurang rapih, penulisan daftar referensi salah.	Revisi minor teknis penulisan
4	Kamis, 1 Juli 2024	Semua yang direvisi sudah tepat, tetapi masih ada revisi yang sedikit agar lebih sempurna dan rapih pada daftar referensi	Revisi sedikit, tetapi sudah tanda tangan lembar persetujuan sidang dan siap sidang
5			
6			
7			
8			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya


POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Cek Plagiarisme

Similarity Report ID: oid:3618:63940409

PAPER NAME	AUTHOR
TA_DG8B_Raden Ayyash Fadillah_compressed.pdf	Raden Ayyash Fadillah
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
20472 Words	135791 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
139 Pages	3.1MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Aug 5, 2024 3:18 PM GMT+7	Aug 5, 2024 3:20 PM GMT+7

- **14% Overall Similarity**
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.
 - 14% Internet database
 - 4% 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 :

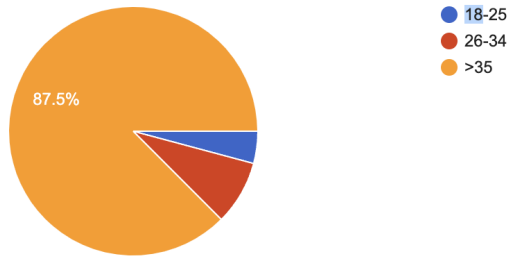
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 3 Hasil Survei Kuesioner (*Consumer Insight*)

Usia

48 responses

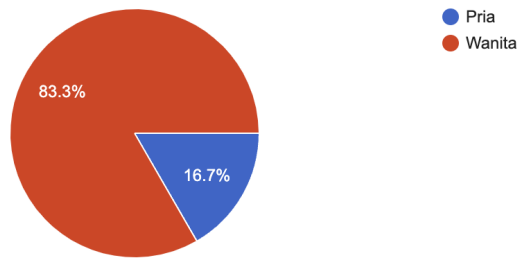
Copy



Jenis Kelamin

48 responses

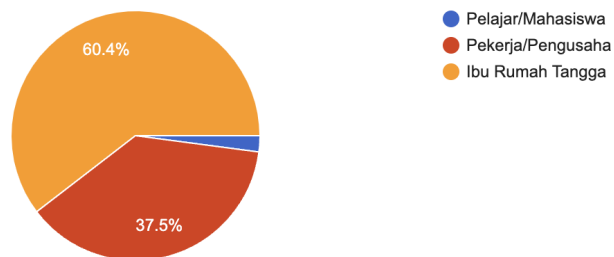
Copy



Pekerjaan

48 responses

Copy





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

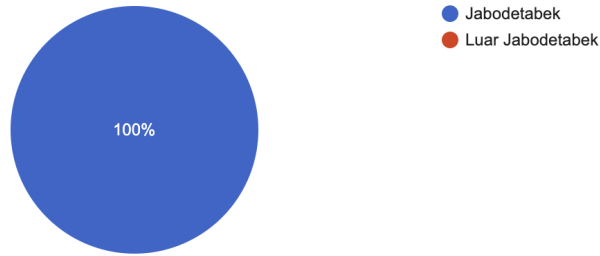
Hak Cipta :

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

Domisili

48 responses

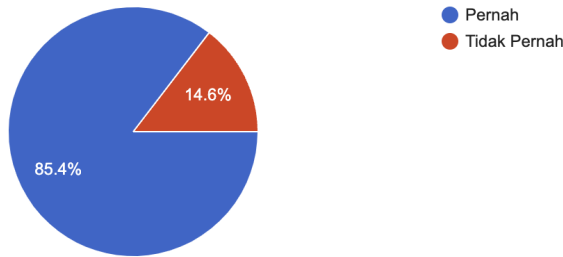
Copy



Apakah Anda pernah berbelanja produk frozen food langsung di toko?

48 responses

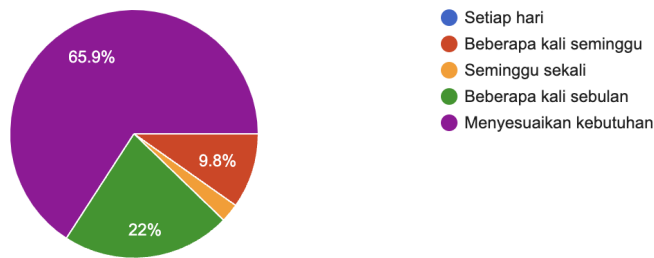
Copy



Seberapa sering Anda membeli produk frozen food?

41 responses

Copy





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

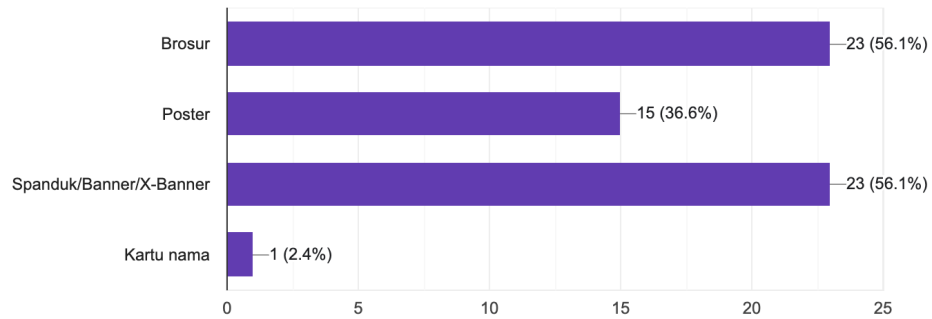
Hak Cipta :

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

Media Promosi apa saja yang Anda temukan saat berbelanja didalam toko?

[Copy](#)

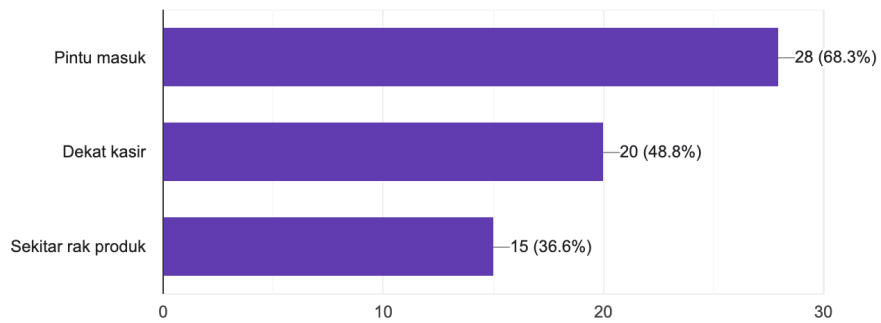
41 responses



Di area mana biasanya Anda melihat media promosi cetak pada toko?

[Copy](#)

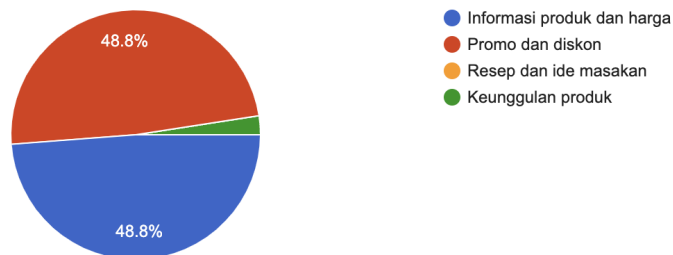
41 responses



Informasi apa yang paling Anda cari dalam media promosi cetak di dalam toko?

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

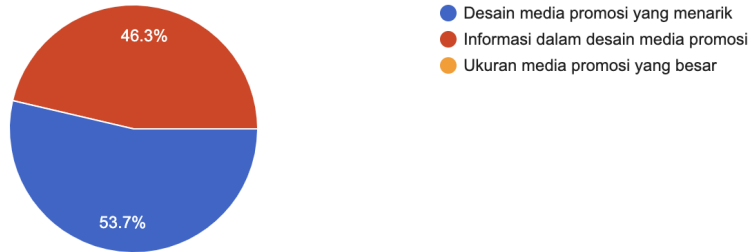
Hak Cipta :

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

Unsur apa yang membuat Anda tertarik untuk melihat sebuah media promosi cetak?

[Copy](#)

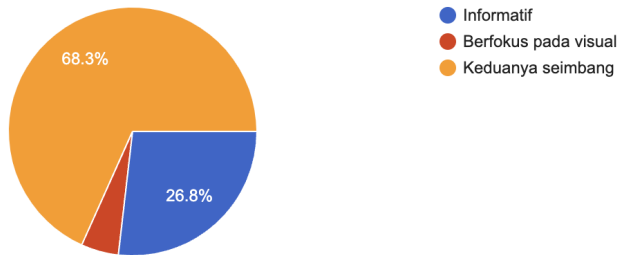
41 responses



Tampilan media promosi yang seperti apa yang Anda sukai?

[Copy](#)

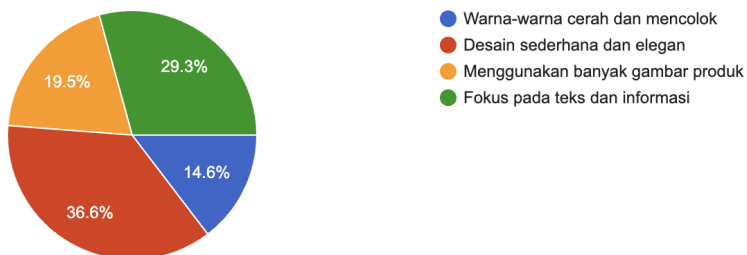
41 responses



Desain visual mana yang paling menarik bagi Anda?

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

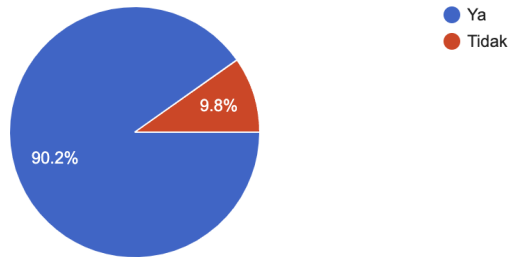
Hak Cipta :

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

Apakah Anda familiar dengan bentuk brosur gate fold (brosur yang memiliki lipatan seperti pintu yang terbuka)?

[Copy](#)

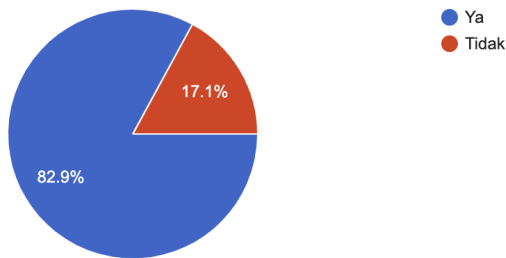
41 responses



Apakah menurut Anda desain brosur gate fold efektif dalam menampilkan banyak foto produk secara menarik dan informatif?

[Copy](#)

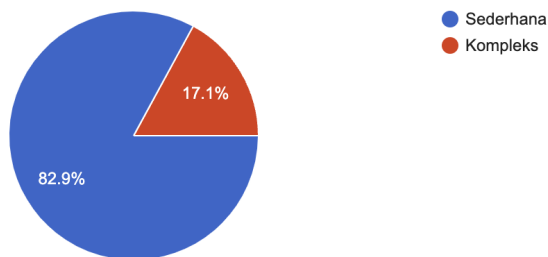
41 responses



Apakah Anda lebih menyukai brosur dengan bentuk yang sederhana atau kompleks?

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

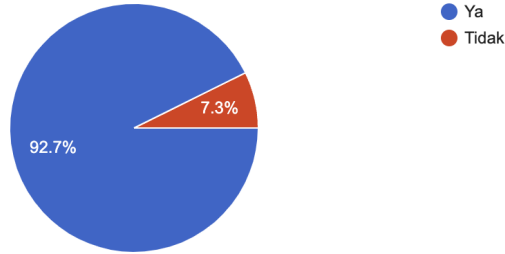
Hak Cipta :

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, apakah brosur efektif dalam meningkatkan brand awareness toko Agung Jaya Prima?

[Copy](#)

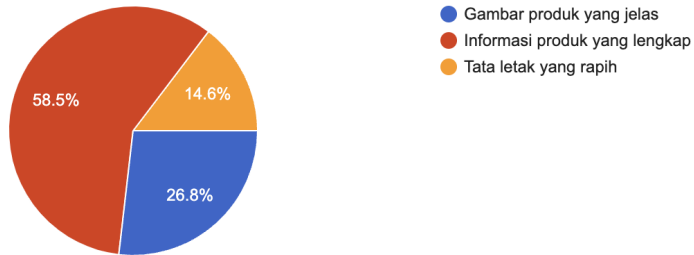
41 responses



Menurut Anda, unsur visual apa yang paling penting dalam desain brosur?

[Copy](#)

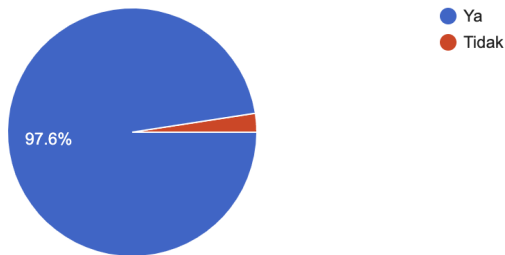
41 responses



Apakah poster memiliki pengaruh dalam membantu Anda mengingat merek dan produk yang ditawarkan?

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

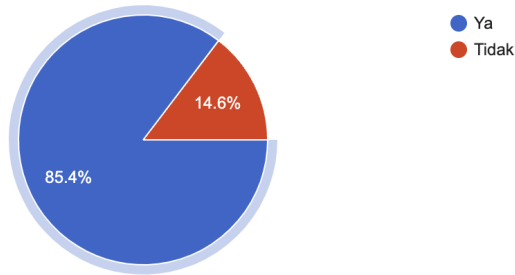
Hak Cipta :

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

Apakah menurut Anda penggunaan maskot membantu meningkatkan kesadaran Anda terhadap merek Agung Jaya Prima?

[Copy](#)

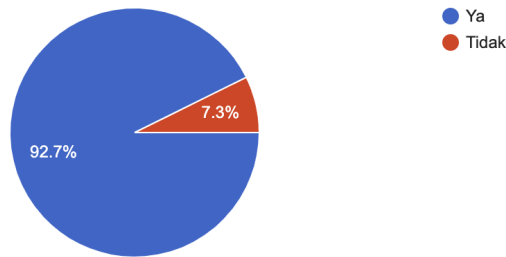
41 responses



Apakah banner di sekitar toko membuat Anda lebih tertarik untuk mengunjungi toko tersebut?

[Copy](#)

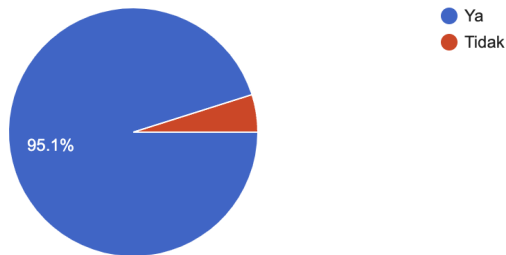
41 responses



Apakah desain kemasan yang menarik memiliki pengaruh bagi Anda untuk mengingat nama toko?

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

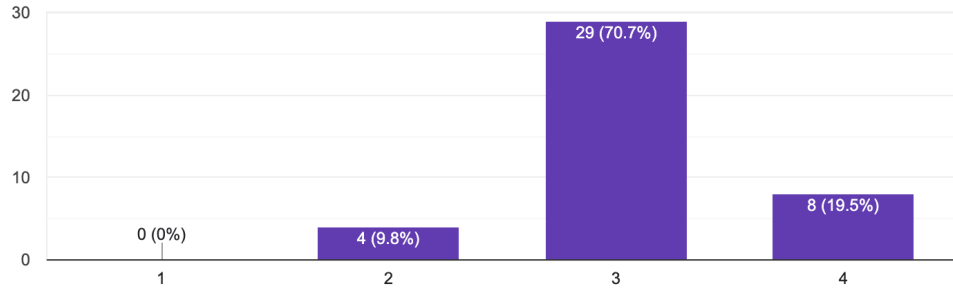
Hak Cipta :

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

Media promosi cetak di toko efektif dalam menarik perhatian saya.

[Copy](#)

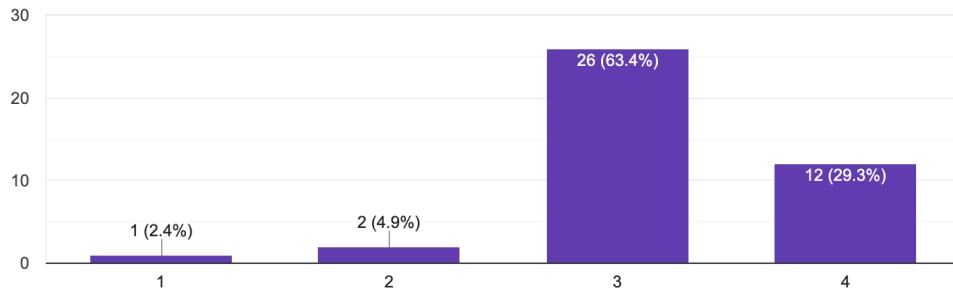
41 responses



Saya lebih tertarik pada media promosi yang menampilkan foto produknya.

[Copy](#)

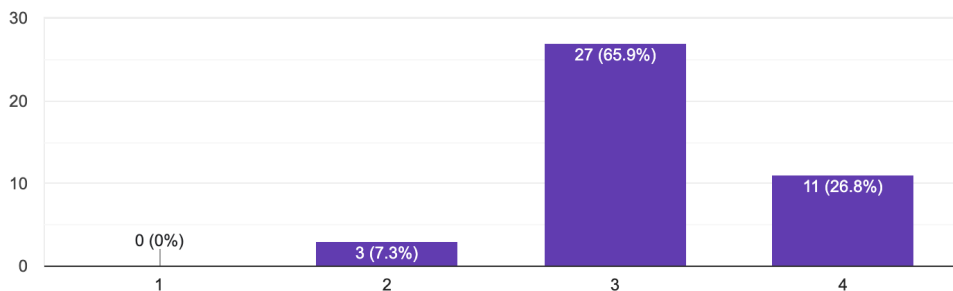
41 responses



Penggunaan media promosi cetak di toko penting untuk mengenalkan dan mempromosikan toko.

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

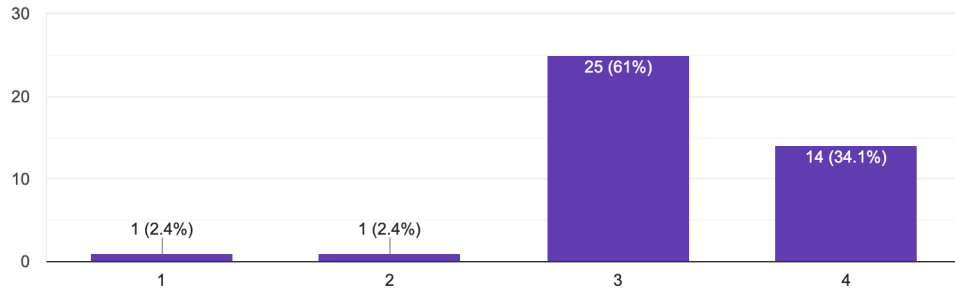
Hak Cipta :

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 promosi cetak, promosi di media sosial pun penting untuk mendukung dan meningkatkan promosi cetak di toko.

Copy

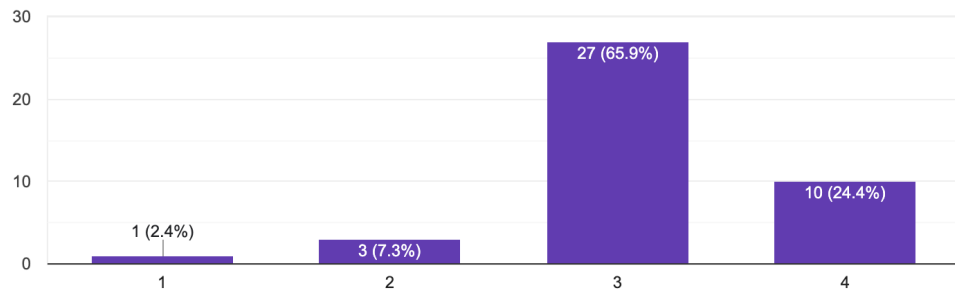
41 responses



Media promosi dapat mempengaruhi keputusan pembelian saya.

Copy

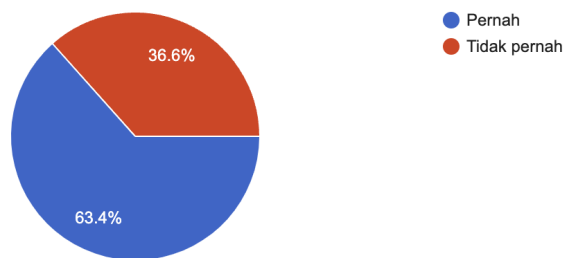
41 responses



Apakah Anda pernah mendengar toko frozen food Agung Jaya Prima?

Copy

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

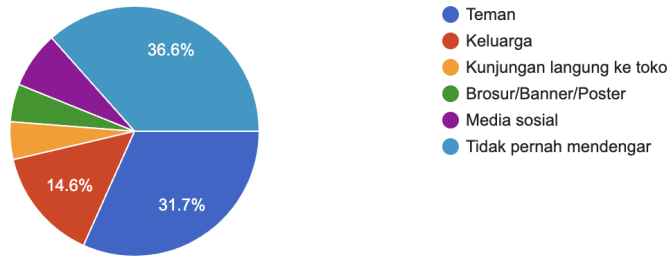
Hak Cipta :

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 ya, dari mana Anda mendapatkan informasi tentang Agung Jaya Prima?

[Copy](#)

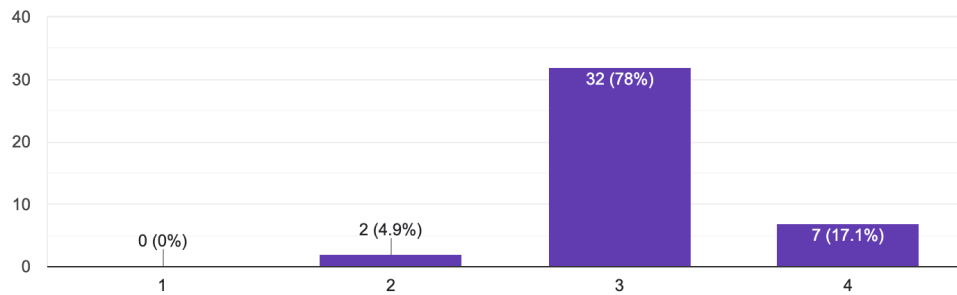
41 responses



Media promosi membantu saya lebih mengenal produk-produk yang ditawarkan oleh Agung Jaya Prima.

[Copy](#)

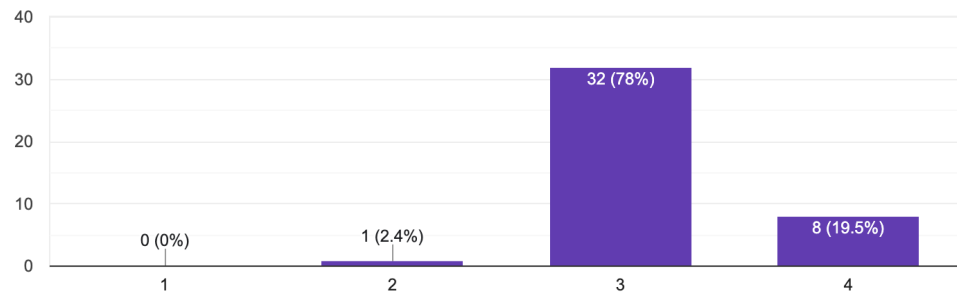
41 responses



Media promosi dengan desain menarik berperan penting dalam meningkatkan kesadaran saya terhadap merek Agung Jaya Prima.

[Copy](#)

41 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

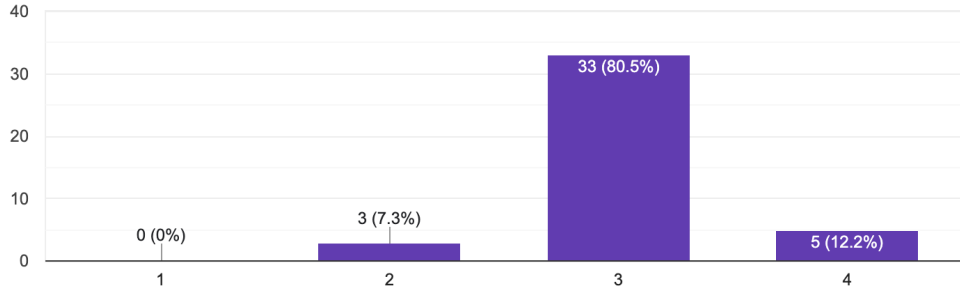
Hak Cipta :

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

Mendapatkan brosur yang dapat dibawa pulang penting bagi saya untuk menjadi pengingat mengenai produk yang tersedia di toko Agung Jaya Prima.

Copy

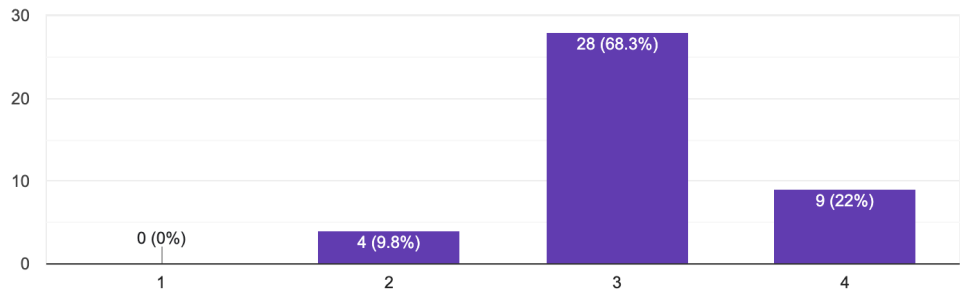
41 responses



Promosi pada media sosial efektif dalam membantu meningkatkan kesadaran saya terhadap toko Agung Jaya Prima.

Copy

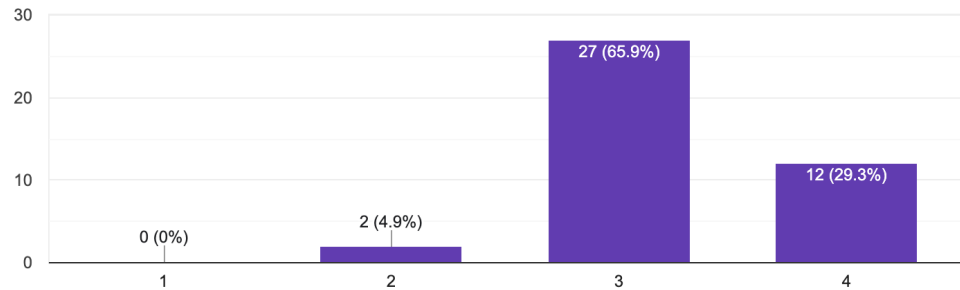
41 responses



Media promosi harus mencerminkan identitas Agung Jaya Prima.

Copy

41 responses





Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

Narasumber: Pak Hendro

Profesi: Manajer Operasional toko Agung Jaya Prima

P: sebagai Penulis

K: sebagai Klien

P: Selamat siang pak, perkenalkan saya Ayyash mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta. Izin mau tanya-tanya sedikit mengenai Agung Jaya Prima untuk pembuatan desain media promosi ya.

K: Siang, iya silahkan.

P: Agung Jaya Prima dibuatnya kapan ya pak kalau boleh tau?

K: Tahun kemarin, bulan Maret 2023. Langsung *grand opening* di toko ini kawasan cipayung, Depok.

P: Produknya dari awal memang bukan hanya *frozen food* ya pak? ada sembako, dan jajanan lainnya?

K: iya betul, memang kita fokus penjualannya di *frozen food* tapi dari awal kita memang menyediakan kebutuhan pangan pokok lainnya seperti sembako karena kan kita tergabung dalam koperasi Agung Jaya Prima agar memudahkan konsumen juga kalau mau belanja produk *frozen food* bisa sekalian langsung beli kebutuhan lainnya juga. Kalau jajanan ringan buat pelengkap aja sebetulnya, untuk meningkatkan daya tarik kalau ada ibu-ibu bawa anak kecil supaya bisa sekalian jajan.

P: Berarti secara tidak langsung menjadi kelebihan dari toko Agung Jaya Prima sendiri ya pak. Untuk kelebihan lainnya yang jadi pembeda dari kompetitor apa lagi tuh pak?

K: Kita punya produk yang berkualitas dari *brand-brand* bagus seperti Fiesta, So Good, Kanzler, Belfoods, dan lain-lain tuh. Harganya kita jual relatif murah dari



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

yang lain biar bisa narik banyak konsumen lagi. Dari segi tempat punya toko yang luasnya lumayan, parkir luas, ber-AC, bersih supaya belanjanya nyaman dan kelihatan higienis karena kan kita jualan produk makanan ya.

P: Sebelumnya kompetitor dari Agung Jaya Prima ini toko *frozen food* apa tuh pak? Prima yang di dekat sini juga termasuk kompetitor ya pak?

K: iya mungkin tapi kalau Prisma mungkin sudah terlalu tinggi buat dianggap kompetitor walaupun sama produk jualannya tapi memang ada keinginan seperti mereka, tapi kan kita masih baru ya jadi pelan-pelan kita kembangin lagi. Untuk saat ini kompetitornya paling seperti Halalfroz tuh yang paling dekat tapi mereka juga sudah punya cabang beberapa, sama toko *frozen food* yang grosir-grosir sama yang jual di rumahan.

P: Oh seperti itu ya pak. Untuk target konsumen-nya berarti ibu-ibu pak? dan segmentasi pasarnya apa ya kalau boleh tahu pak?

K: Iya betul, Target utama-nya sih ibu-ibu sekitar sini ya. Tetapi sekalian orang-orang yang melintas depan toko aja nih ya usianya mungkin sekitar 20-40 tahun. Kalau segmentasi pasar kita menengah ke bawah ya.

P: Untuk kegiatan promosi yang sudah dilakukan selama beroperasi apa aja tuh pak?

K: Promosi paling cuma dari instagram tapi baru pas awal-awal saja dibuat desainnya, semakin kesini tidak ke *handle* jadi kadang saya *posting* tanpa desain gitu deh sebisa saya. Spanduk juga pernah kalau pas lebaran, tahun baru, sama hari besar lainnya aja sih. Kadang kita juga sebar brosur biasanya dapat dari *sales brand* yang bekerjasama dengan kita buat *supply* produk.

P: Baik pak, karena saya mau buat desain promosinya. Kira-kira bapak punya keinginan seperti apa untuk desain nya?

K: Sebetulnya menyesuaikan aja ya. Kita kan sudah punya logo dan warnanya nih, mungkin bisa dimasukkan ke promosinya. Mungkin kesan keluarga bahagia dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

menyenangkan bagus ya, jadi kesannya toko nya bisa buat memenuhi kebutuhan keluarga jadinya keluarga juga bahagia. Sama bersih tempatnya, karena kan biasanya toko-toko lain lantainya suka basah sama kotor gitu ya, karena di toko ini sebisa mungkin kita selalu bersihkan mungkin bisa dimasukkan kesan seperti itunya karena itu salah satu kelebihan saat ini karena untuk menjual produk makanan agak sensitif terkait kebersihan.

P: Kalau untuk kendala selama toko ini beroperasi ada tidak pak kira-kira?

K: Sebetulnya lebih ke tantangannya karena kita toko baru ya, belum dikenal sama masyarakat. Kadang masyarakat juga suka bingung kita toko apa jadinya penjualan juga belum maksimal dan harus pintar mengelola produknya karena punya tanggal kadaluwarsa-nya kan kalau *frozen food* sama tempat penyimpanannya butuh *freezer* yang selalu menyala jadinya biaya operasional juga lumayan. Makanya butuh nih kita desain promosi ini supaya masyarakat juga bisa lebih kenal sama toko ini jadinya jualannya laris.

P: Siap pak, saya akan buat desainnya semaksimal mungkin ya pak. Terima kasih banyak pak atas waktunya.

K: Ok sama-sama.

Hak Cipta :

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Toko



Hak Cipta :

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



Lampiran 6 Transkrip Wawancara *Testing*

Narasumber: Pak Hendro

Profesi: Manajer Operasional toko Agung Jaya Prima

P: sebagai Penulis

K: sebagai Klien

P: Selamat sore pak, untuk desain promosi sudah selesai. Menggunakan konten promosi yang sudah ditentukan. Boleh dilihat ya desainnya.



© 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

K: Selamat sore, wah desainnya sudah oke banget, bentuk maskotnya lucu dan bentuk masing-masingnya sudah sangat merepresentasikan produk yang dijual Agung Jaya Prima.

P: Untuk penempatan foto produknya sudah sesuai pak?

K: Sudah sip, Foto produknya juga rapih. Secara keseluruhan konsepnya yang digunakan bisa mewakili Agung Jaya Prima. Warnanya juga sudah sesuai dengan brand kita dengan warna dominannya kuning ya.

P: Baik pak, saya lanjutkan ke proses finalisasi ya.

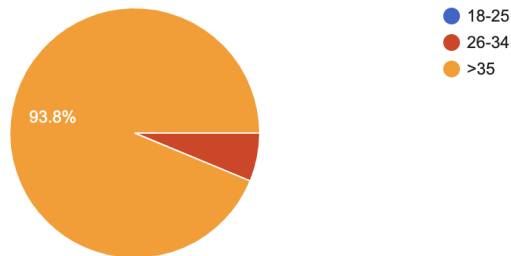
K: Oke, terima kasih ya.

Lampiran 7 Kuesioner *Testing*

Usia

32 responses

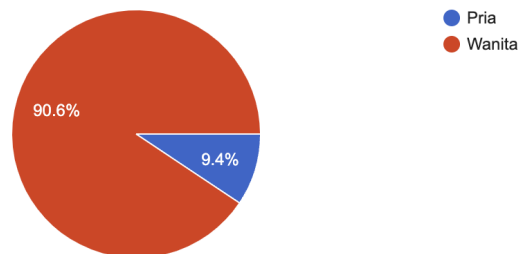
Copy



Jenis Kelamin

32 responses

Copy





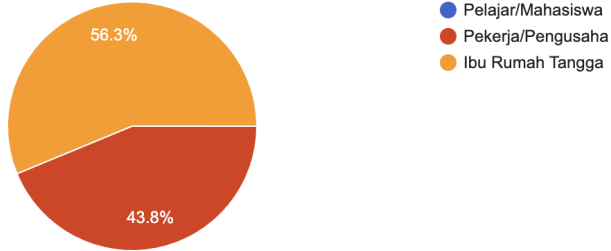
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

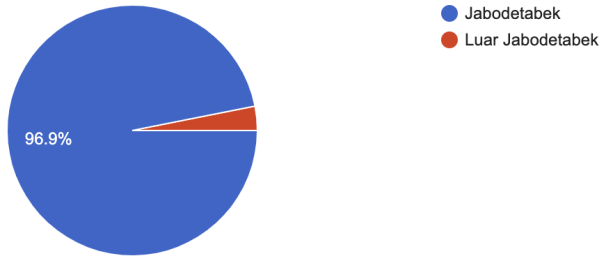
Pekerjaan
32 responses

Copy



Domisili
32 responses

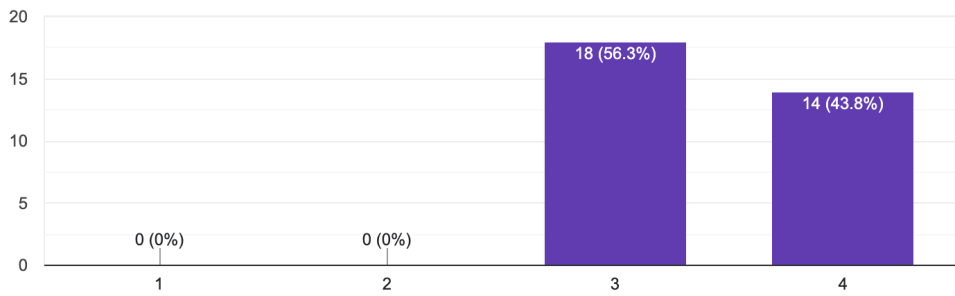
Copy



Bentuk brosur sudah dapat memuat informasi yang ingin disampaikan.

Copy

32 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

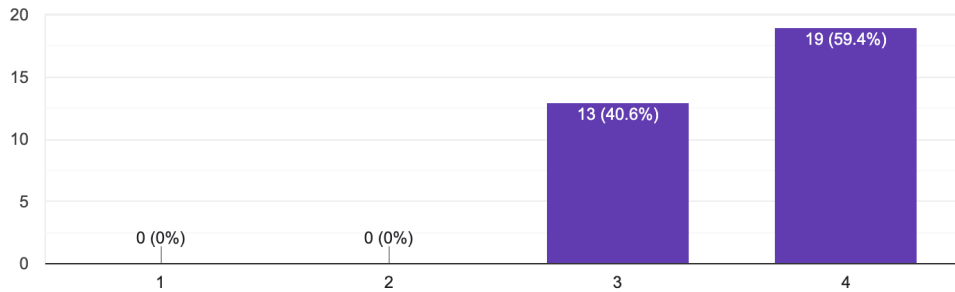
Hak Cipta :

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

Tata letak gambar dan tulisan pada brosur ini mudah dipahami.

[Copy](#)

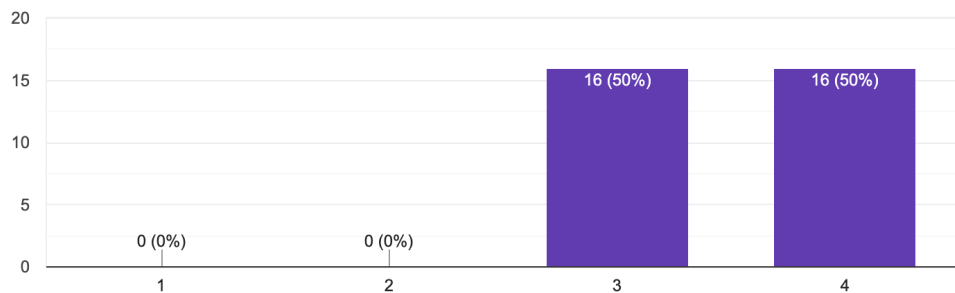
32 responses



Teks pada desain brosur sudah sesuai dengan tema secara keseluruhan.

[Copy](#)

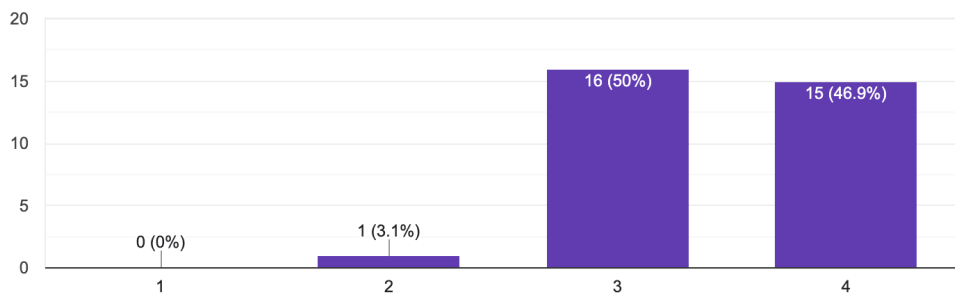
32 responses



Desain brosur ini memiliki alur informasi yang jelas.

[Copy](#)

32 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

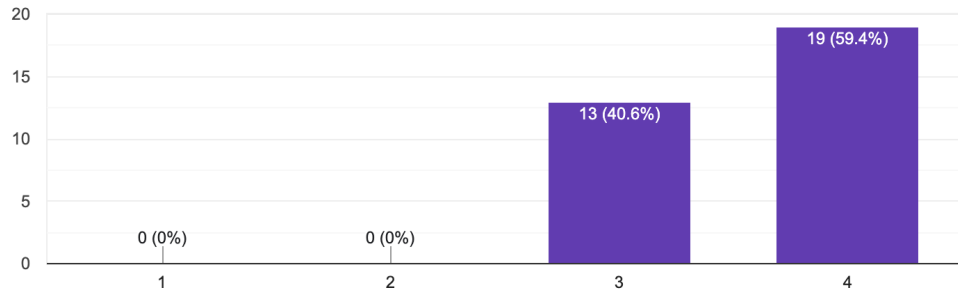
Hak Cipta :

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

Penggunaan warna pada desain brosur memiliki kesan menyenangkan, ceria, dan menarik perhatian.

Copy

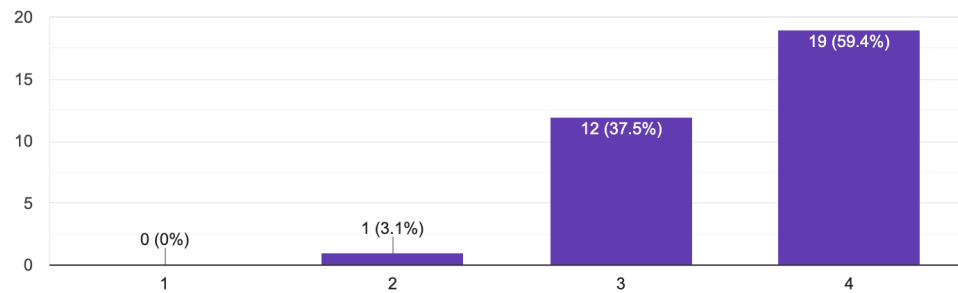
32 responses



Penempatan gambar berdampingan dengan teks pada desain brosur membantu dalam memahami informasi.

Copy

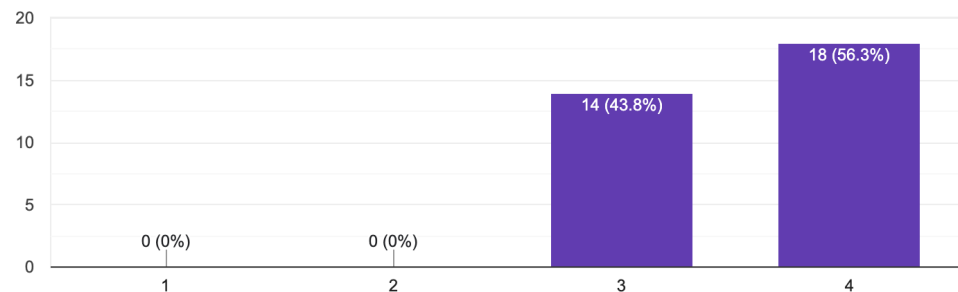
32 responses



Penyusunan foto produk dapat terlihat dengan jelas dan membantu dalam memahami informasi pada brosur.

Copy

32 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

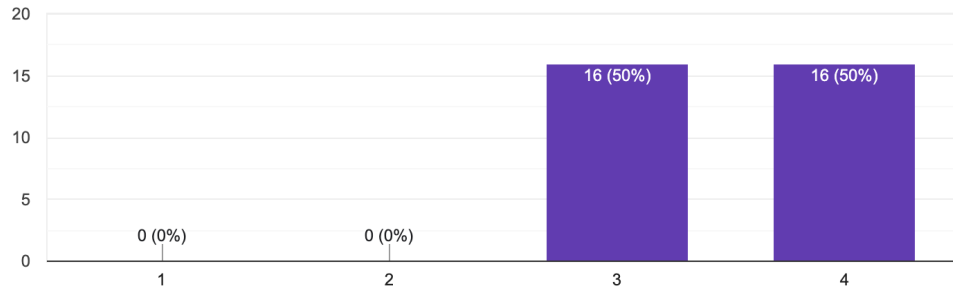
Hak Cipta :

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

Brosur ini memiliki proporsi yang baik antara teks dan gambar.

Copy

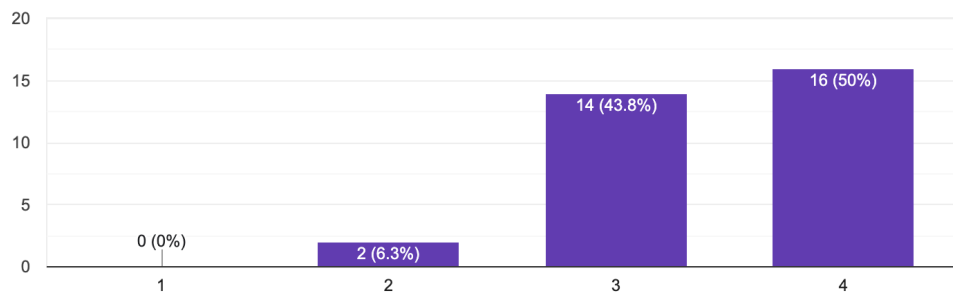
32 responses



Apakah desain media promosi ini mencerminkan citra dan identitas Agung Jaya Prima yang dapat meningkatkan brand awareness?
(brosur/poster/banner/kemasan/maskot/media sosial)

Copy

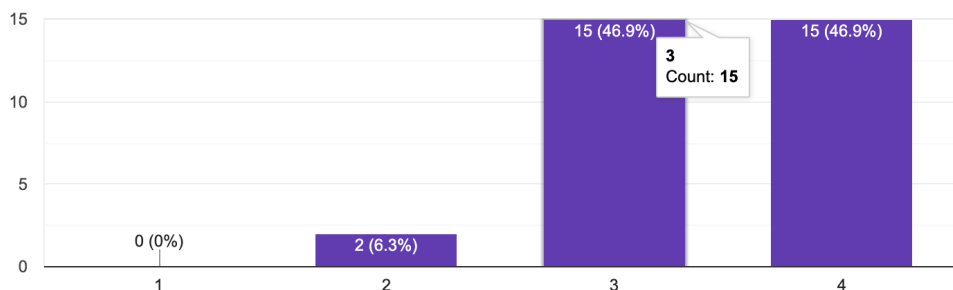
32 responses



Apakah desain visual dalam berbagai media promosi ini sudah konsisten sebagai identitas visual Agung Jaya Prima sehingga dapat meningkatkan brand awareness?

Copy

32 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

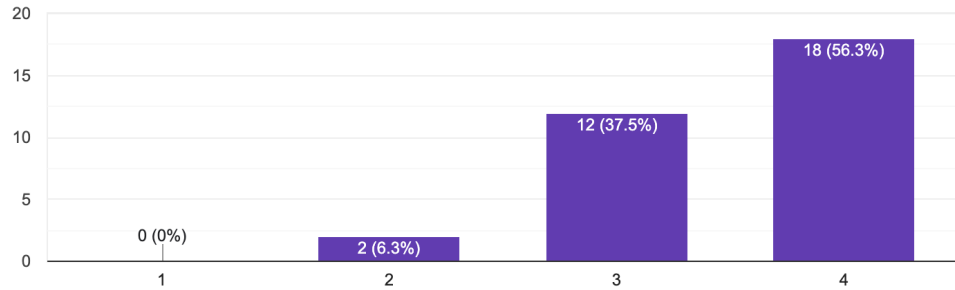
Hak Cipta :

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

Copy

Apakah desain ini membuat Anda lebih tertarik untuk mengenal produk yang ditawarkan?

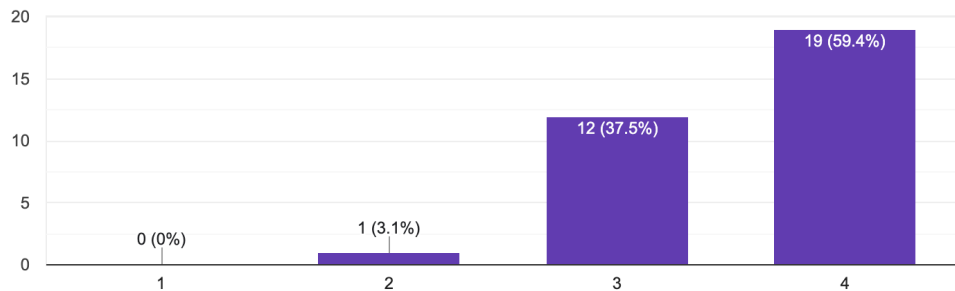
32 responses



Copy

Apakah Anda merasa informasi di brosur ini lengkap dan informatif?

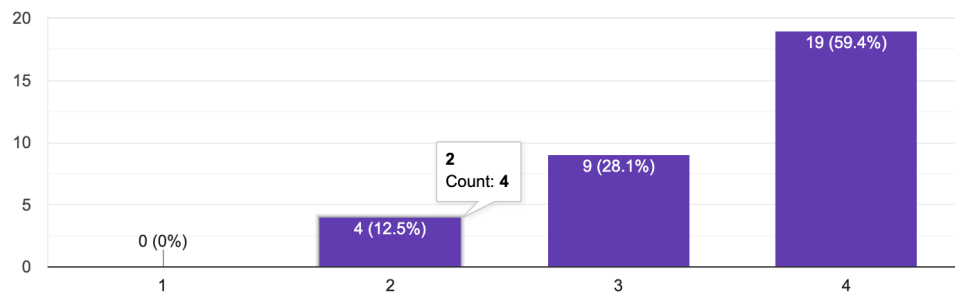
32 responses



Copy

Apakah pesan yang ingin disampaikan melalui poster ini jelas dan mudah dipahami?

32 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

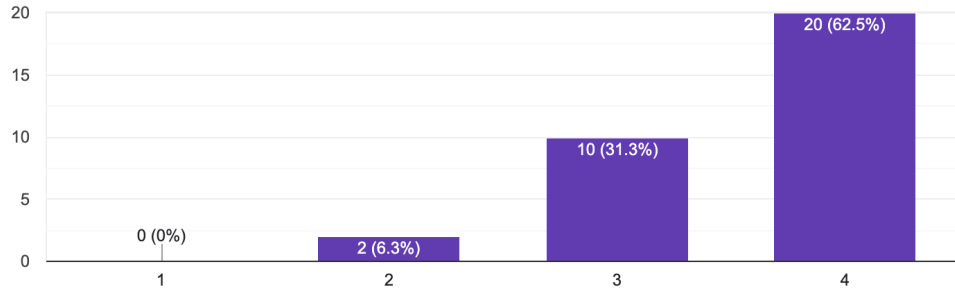
Hak Cipta :

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

Copy

Apakah penggunaan warna dan teks dalam banner ini dapat menarik perhatian Anda?

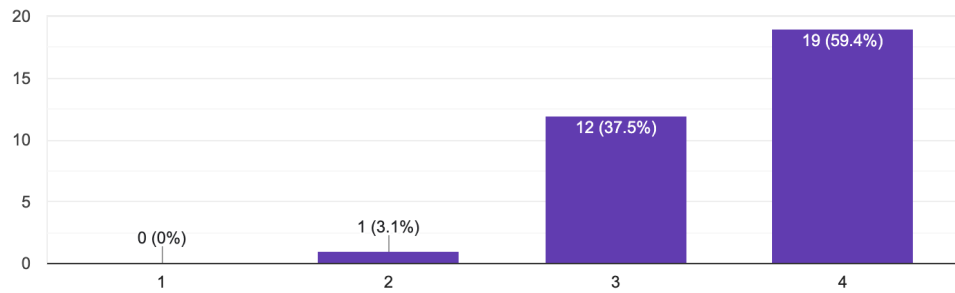
32 responses



Copy

Apakah desain kemasan ini memiliki daya tarik visual yang dapat mengingatkan Anda terhadap Agung Jaya Prima?

32 responses



JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

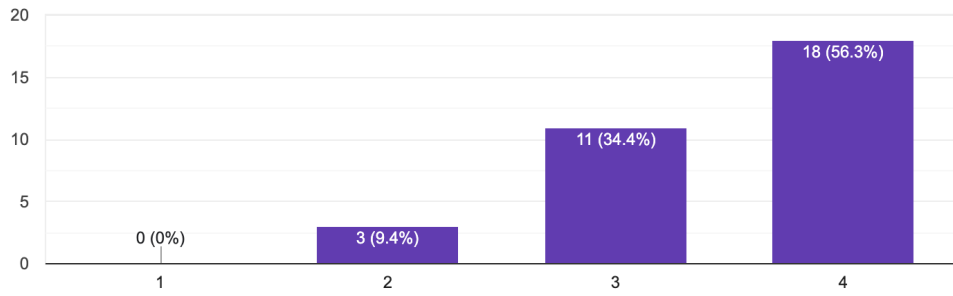
Hak Cipta :

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

Copy

Apakah maskot ini membantu Anda mengenali dan mengingat merek atau toko Agung Jaya Prima?

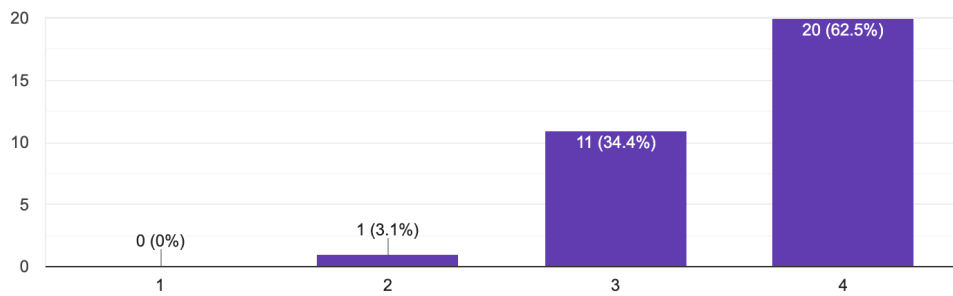
32 responses



Copy

Apakah desain konten di media sosial ini membantu Anda lebih mengenal produk yang ditawarkan Agung Jaya Prima?

32 responses



JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8 Penempatan Media Promosi pada Toko



Hak Cipta :

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





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

Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup



hello!
I'm Ayyash

/graphic designer

I have a strong command of and passion for every aspect of the creative process and strive to continuously learn new skills. I work meticulously, always seeking self-improvement, and possess the ability to collaborate effectively within a team and ready face new challenges with confidence.

/email
radenayyashfadhilah@gmail.com

/phone
+62 8138-0557-888

/instagram
@rdnayyash

/behance
radenayyash

/linkedin
radenayyash

Hobby & Interest



Music



Reading



Painting



Games

Education

Bachelor of Graphic Design Major
State Polytechnic of Jakarta
Sept 2020 - Present

Work Experience

PT. Surya Citra Media Tbk
Graphic Designer Intern - Marketing Content Creative
August - December 2023

- Designing effective and engaging template designs for business partnership presentations.
- Creating structured layouts to facilitate clear and aesthetically pleasing understanding of content information in business partnership presentations, formatted in a deck.
- Designing a knowledge deck about programs scheduled to air on SCTV and INDOSIAR television stations for business partnership presentations.
- Creating design elements, including logos and assets, to support presentations with visually appealing and efficient visuals.
- Designing temporary display program flyer for inter-company collaboration presentations, visually showcasing the essence of the program.

Gambaranbrand Agency
Graphic Designer AstraPay Project
June 2023

- Designing visual concepts for AstraPay advertisements on Transjakarta buses.
- Creating exterior AstraPay ad designs for the Transjakarta bus fleet.
- Designing interior AstraPay ad layouts for Transjakarta buses.

Bedah Desain Kemasan - Batch 15 ASPRODI DKV
Packaging Designer
March - May 2023

- Designing a sub-brand concept for the packaging of Budeddy's Keripik MSMEs.
- Creating standing pouch packaging designs.
- Designing business cards for Budeddy's Keripik MSME.

Diamond Hills Sawangan
Social Media Graphic Designer
February - April 2023

- Creating 30+ Instagram content designs.
- Video editing for marketing and promotional content.

Skills & Abilities

Ps Adobe Photoshop **Lr** Adobe Lightroom
Ai Adobe Illustrator **Ae** Adobe After Effect
Id Adobe Indesign

Team work, Communication, Creativity,
Problem solving, Time Management