



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN *BRAND PROFILE BOOK* BOBBATIME GUNA MEMPERKUAT IDENTITAS *BRAND*



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**HAEKAL AZKHA AL SHABBAZ
2006421011**

**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 mengumumkannya 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 Brand Profile Book Bobbatime
Guna Memperkuat Identitas Brand
Penulis : Haekal Azkha Al Shabbaz
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, 5 Agustus 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

Dr., Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom.
NIP. 197908032003122003



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN *BRAND PROFILE BOOK* BOBBATIME
GUNA MEMPERKUAT IDENTITAS *BRAND***

Oleh:

HAEKAL AZKHA AL SHABBAZ
2006421011

Disahkan:

Depok, 19 Agustus 2024

Penguji I

Penguji II

Wanda Kusuma Putri, S. Sn.
NIP. 520000000000000324

Anggi Anggarini, S. Ds., M. Ds.
NIP. 198503162010122002

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, ST, 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 mengumumkan 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 *Brand Profile Book* Bobbatime
Guna Memperkuat Identitas *Brand***

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, 5 Agustus 2024
Yang menyatakan,



HAEKAL AZKHA AL SHABBAZ
2006421011



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Persaingan dalam industri makanan dan minuman di Indonesia sangat ketat dengan banyak merek dan jenis baru yang terus bermunculan. Dalam ketatnya persaingan dalam industri makanan dan minuman, Bobbatime memiliki tujuan baru untuk memperluas target pasarnya dan menarik calon mitra baru demi mengembangkan bisnisnya. Oleh karena itu, Bobbatime memerlukan strategi baru dengan membuat *brand profile book* dalam versi cetak dan digital. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif yang mencakup observasi, wawancara dengan pelaku usaha, serta studi literatur terkait desain grafis dan *branding*. Proses desain mengikuti tahapan *Design Thinking*, yaitu *empathize* sebagai identifikasi masalah yang dihadapi Bobbatime, *define* sebagai penentuan solusi yang dibutuhkan Bobbatime, *ideate* sebagai pembuatan proses desain, *prototype* sebagai pembuatan *dummy brand profile book*, dan *testing* untuk mendapatkan *feedback* dari klien dan target audiens. Hasil penelitian ini adalah buku profil Bobbatime yang mencakup profil Bobbatime, produk Bobbatime, dan sistem kemitraan Bobbatime. Buku profil Bobbatime ini diharapkan dapat menjadi panduan yang komprehensif bagi Bobbatime untuk menjaga konsistensi merek dalam semua aspek komunikasi serta sebagai media untuk menjalin kerjasama dengan mitra. Dengan adanya buku profil ini, Bobbatime dapat mengkomunikasikan nilai-nilai dan visi perusahaan secara efektif, sehingga mampu meningkatkan daya saing dan eksistensi di pasar minuman.

Kata kunci: buku profil merek, *branding*, desain grafis, mitra.



Hak Cipta :

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

The competition in the food and beverage industry in Indonesia is very tight, with many new brands and types constantly emerging. Amidst this fierce competition, Bobbatime has set a new goal to expand its target market and attract new potential partners to grow its business. Therefore, Bobbatime requires a new strategy by creating a brand profile book in both print and digital versions. The research method used is descriptive qualitative, which includes observation, interviews with business actors, and literature studies related to graphic design and branding. The design process follows the stages of Design Thinking, namely empathize to identify the problems faced by Bobbatime, define to determine the solutions needed by Bobbatime, ideate to create the design process, prototype to create a dummy brand profile book, and testing to obtain feedback from clients and target audiences. The result of this research is the Bobbatime profile book, which includes the profile of Bobbatime, Bobbatime's products, and Bobbatime's partnership system. This Bobbatime profile book is expected to serve as a comprehensive guide for Bobbatime to maintain brand consistency in all aspects of communication and as a medium to establish partnerships with partners. With this profile book, Bobbatime can effectively communicate the company's values and vision, thereby enhancing its competitiveness and presence in the beverage market.

Keywords: *brand profile book, branding, graphic design, partners.*



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan rahmat dan karunia-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Brand profile Book Bobbatime guna Memperkuat Identitas Brand” sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program studi Sarjana Terapan di jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang bagaimana sebuah Brand Profile Book dapat menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menguatkan identitas brand serta memperluas target pasar dari menengah ke bawah menjadi menengah ke atas untuk Bobbatime, sebuah merek yang telah berkembang pesat di industri minuman boba dan es krim di Indonesia.

Dengan mengucapkan rasa syukur yang dalam, penulis dapat menyelesaikan penyusunan laporan Tugas Akhir yang diberi judul: “Perancangan *Brand Profile Book* guna Memperkuat Identitas *Brand*” sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana terapan (S. Tr) pada jurusan Teknik Grafika Penerbitan program studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.

Kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan laporan Tugas Akhir ini, hanya Allah SWT yang dapat memberikan balasan yang setimpal. Penulis hanya dapat menyampaikan rasa terima kasih secara khusus sedalam-dalamnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.e., M.M selaku Rektor Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan dan Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku ketua program studi Desain Grafis yang telah banyak membantu dan memberikan pengarahan kepada penulis.
3. Ibu Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing I (pertama) dan Dr., Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom. selaku dosen



Hak Cipta :

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

pembimbing II (kedua) yang banyak memberikan waktu, pengarahan, dan memberikan masukan selama pengerjaan Tugas Akhir ini.

4. Kedua orang tua saya yang selalu memberikan doa, nasehat dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.
5. Seluruh Dosen jurusan Teknik Grafika Penerbitan yang tidak dapat di sebutkan satu persatu yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya selama penulis menyelesaikan studi di jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
6. Seluruh staff jurusan dan staff akademik Teknik Grafika Penerbitan yang telah membantu penulis dalam masa perkuliahan.
7. Bapak Reza Martin selaku komisaris PT Tirta Sukses Indomakmur, sekaligus *Head of Marketing* yang telah memberikan izin menggarap proyek *brand profile book* ini.
8. Bapak Umar selaku *Business Development* PT Tirta Sukses Indomakmur yang telah membantu dalam proses pengumpulan data untuk Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa laporan Tugas Akhir ini masih memiliki berbagai kekurangan dan belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang konstruktif dari para pembaca sangat diharapkan untuk perbaikan lebih lanjut.

Akhir kata, penulis menyampaikan permohonan maaf yang sebesar-besarnya atas segala kekurangan yang ada dalam laporan ini. Semoga penyusunan laporan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua, terutama bagi penulis.

Depok, 5 Agustus 2024

Haekal Azkha Al Shabbaz
2006421011



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi.....	7
2.1.1 Tujuan Promosi	7
2.1.2 Bauran Pemasaran (<i>Marketing Mix 4P</i>)	8
2.2 Branding.....	9
2.2.1 Tujuan Branding.....	9
2.2.2 Media Branding.....	10
2.3 Buku Profil Merek (<i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>)	10
2.3.1 Tujuan <i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>	11



Hak Cipta :

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

2.3.2 Struktur <i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>	12
2.4 Teori Desain Grafis dalam <i>Brand Profile Book</i>	12
2.4.1 Tipografi.....	13
2.4.2 Gambar.....	14
2.4.3 <i>White Space</i>	17
2.4.4 Warna	17
2.4.5 Layout	22
2.5 Supergrafis.....	29
2.6 Design Thinking	30
BAB III METODE PERANCANGAN.....	31
3.1 Metode Riset Desain.....	31
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	33
3.3 Data dan Analisis.....	36
3.3.1 Profil Klien.....	36
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	38
3.3.3 Kompetitor	40
3.3.4 <i>Consumer Insight</i>	42
3.3.5 Analisis SWOT.....	43
3.3.6 Analisis STP	44
3.4 Arahkan Kreatif	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Ideate (Konsep Visual)	48
4.1.1 <i>Mind map</i>	48
4.1.2 <i>Mood board</i>	50
4.2 Prototype (Model).....	51
4.2.1 Sketsa Imposisi.....	51
4.2.2 Sketsa Alternatif.....	51
4.2.3 Desain Komprehensif.....	54



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.2.4 Desain Konsep Terpilih.....	56
4.2.5 Penerapan Prinsip <i>Layout</i>	58
4.2.6 Penerapan Warna.....	60
4.2.7 Penerapan Elemen Visual.....	61
4.2.8 Penerapan Tipografi.....	61
4.3 Testing.....	62
4.4 Media Pendukung.....	63
4.4.1 <i>Business Card</i>	64
4.4.2 <i>Cutting Sticker</i>	64
4.4.3 Poster Promosi.....	65
4.5 Pertimbangan Produksi.....	65
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	68
Daftar Pustaka.....	70

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Logo Bobbatime.....	2
Gambar 2.2. Contoh Huruf Serif.....	13
Gambar 2.3. Contoh Huruf Sans Serif.....	13
Gambar 2.4. Contoh Huruf Script.....	13
Gambar 2.5. Contoh Decorative.....	14
Gambar 2.6. Gambar Sebagai Konten.....	15
Gambar 2.7. Gambar Sebagai Elemen Pendukung.....	16
Gambar 2.8. Gambar Sebagai Tipografi.....	16
Gambar 2.9. White Space.....	17
Gambar 2.10. Warna Primer.....	17
Gambar 2.11. Warna Sekunder.....	18
Gambar 2.12. Warna Tersier.....	18
Gambar 2.13. Color Wheel Warna Hangat dan Warna Dingin.....	19
Gambar 2.14. Warna Tints, tone, shade.....	19
Gambar 2.15. Color Wheel Warna Komplementer.....	20
Gambar 2.16. Color Wheel Warna Analogous.....	20
Gambar 2.17. Color Wheel Warna Triadic.....	21
Gambar 2.18. Color Wheel Warna Split Komplementer.....	21
Gambar 2.19. Color Wheel Warna Tetradic.....	22
Gambar 2.20. Simetry Balance pada Layout Buku.....	23
Gambar 2.21. Informal Balance pada Layout Buku.....	23
Gambar 2.22. Sequence pada Layout Buku.....	24
Gambar 2.23. Emphasis pada Layout Buku.....	24
Gambar 2.24. Unity pada Layout Buku.....	25
Gambar 2.25. Proporsi Buku.....	25
Gambar 2.26. Margin pada Layout Buku.....	26
Gambar 2.27. Grid pada Layout Buku.....	27
Gambar 2.28. Supergrafis.....	29
Gambar 3.29. Proses Design Thinking.....	30



© 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 3.30. Wawancara bersama Pak Anggada.....	34
Gambar 3.31. Logo Bobbatime.....	35
Gambar 3.32. Media Sosial Bobbatime.....	36
Gambar 3.33. Menu Bobbatime.....	37
Gambar 3.34. Data Menu Terfavorit Bobbatime.....	38
Gambar 3.35. Logo XIBOBA.....	39
Gambar 3.36. Logo Haus!.....	40
Gambar 3.37. Logo Teguk.....	40
Gambar 3.38. Mind mapping.....	48
Gambar 3.39. Mood board.....	50
Gambar 3.40. Sketsa Imposisi.....	50
Gambar 3.41. Sketsa Manual Pertama.....	52
Gambar 3.42. Sketsa Manual Kedua.....	52
Gambar 3.43. Sketsa Manual Ketiga.....	53
Gambar 3.44. Desain Komprehensif 1.....	54
Gambar 3.45. Desain Komprehensif 2.....	55
Gambar 3.46. Desain Komprehensif 3.....	55
Gambar 3.47. Mock Up Cover Terpilih.....	56
Gambar 3.48. Mockup Layout Terpilih.....	56
Gambar 3.49. Desain Final Terpilih.....	57
Gambar 3.50. Penerapan Emphasis Teks.....	58
Gambar 3.51. Penerapan Emphasis Supergrafis.....	58
Gambar 3.52. Penerapan Sequence Z.....	59
Gambar 3.53. Penerapan Unity.....	59
Gambar 3.54. Penerapan Keseimbangan Asimetris.....	59
Gambar 3.55. Warna Bobbatime.....	60
Gambar 3.56. Penerapan Elemen Visual.....	60
Gambar 3.57. Penerapan Tipografi.....	61
Gambar 3.58. Hasil Cetak Testing.....	62
Gambar 3.59. Testing Langsung Terhadap Target Audiens.....	62
Gambar 3.60. <i>Mockup Business Card</i> Bobbatime.....	63



© 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 3.61. *Mockup Cutting Sticker Bobbatime*..... 64

Gambar 3.62. *Mockup Poster Promosi Bobbatime*..... 64





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 1. SWOT Bobbatime	42
Tabel 2. Arahan Kreatif	44
Tabel 3. <i>Key Visual</i>	49





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Wawancara	72
Lampiran Observasi	84
Lampiran Lembar Bimbingan	86
Lampiran Cek Plagiarisme	88
Lampiran Daftar Riwayat Hidup	89





Hak Cipta :

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

Industri makanan dan minuman di Indonesia telah menjadi salah satu sektor yang mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir. Berdasarkan data dari Kementerian Perindustrian, sektor ini terus menunjukkan kontribusi yang signifikan terhadap perekonomian nasional. Pada tahun 2021, industri makanan dan minuman menyumbang sekitar 38,05% terhadap total produk domestik bruto (PDB) industri pengolahan nonmigas, dan terus menunjukkan pertumbuhan yang stabil. Di kuartal pertama tahun 2022, pertumbuhan sektor ini mencapai 5,43%, sementara pada kuartal yang sama tahun 2023, tercatat meningkat sebesar 5,35%. Pertumbuhan ini tidak hanya menunjukkan kekuatan sektor ini dalam menopang perekonomian nasional, tetapi juga mengindikasikan persaingan yang semakin ketat di dalamnya.

Bobbatime, sebagai bagian dari PT Tirta Sukses Indomakmur, merupakan salah satu pemain dalam industri ini yang telah berhasil mengembangkan jaringannya di beberapa wilayah di Indonesia. Dengan total 14 cabang yang tersebar di pulau Jawa dan Kalimantan, Bobbatime telah berhasil menarik perhatian konsumen, terutama dari segmen menengah ke bawah, melalui penawaran 28 jenis menu dengan harga mulai dari Rp6.000,-. Meskipun demikian, persaingan yang semakin ketat menuntut Bobbatime untuk tidak hanya bertahan, tetapi juga berkembang lebih jauh dengan memperkuat identitas mereknya serta memperluas target pasar ke segmen yang lebih luas, termasuk segmen menengah ke atas.

Untuk mencapai tujuan tersebut, Bobbatime telah mengambil beberapa langkah strategis, terutama dalam upaya promosi melalui platform digital. Saat ini, Bobbatime memiliki 62,5 ribu pengikut di media sosial. Berbagai jenis konten telah disajikan untuk menarik perhatian konsumen, mulai dari promosi produk hingga konten hiburan yang mengikuti tren terkini. Meskipun demikian, tantangan dalam



Hak Cipta :

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

menjaga relevansi dan daya saing di tengah pesatnya perkembangan industri memaksa Bobbatime untuk memikirkan strategi yang lebih inovatif.



Gambar 1.1. Logo Bobbatime
Sumber: Data perusahaan PT Tirta Sukses Indomakmur

Salah satu strategi penting yang dirancang untuk memperkuat identitas merek Bobbatime adalah pembuatan brand profile book dalam versi cetak dan digital. *Brand profile book* ini tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi visual yang efektif untuk menyampaikan nilai-nilai dan identitas merek kepada khalayak, tetapi juga sebagai sarana untuk memperluas jangkauan pasar. Melalui *profile book* ini, Bobbatime berharap dapat menarik perhatian calon mitra baru yang potensial, sehingga memungkinkan ekspansi bisnis yang lebih luas dan signifikan.

Urgensi pembuatan *brand profile book* ini menjadi semakin jelas ketika melihat perkembangan industri makanan dan minuman yang semakin kompetitif. Sebagai bagian dari upaya untuk menjaga dan meningkatkan posisi Bobbatime di pasar, brand profile book akan menjadi medium strategis yang memungkinkan perusahaan untuk menonjol di antara para pesaing. Dengan menyajikan informasi yang jelas, menarik, dan sesuai dengan target audiens, Bobbatime dapat memperkuat identitas mereknya dan membuka peluang kolaborasi baru yang akan mendukung pertumbuhan jangka panjang.



Hak Cipta :

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

Dalam konteks ini, penelitian dan perancangan *brand profile book* Bobbatime tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan komunikasi visual, tetapi juga untuk memberikan kontribusi nyata terhadap strategi pengembangan bisnis perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai pentingnya *brand identity* dalam industri makanan dan minuman, serta bagaimana sebuah *brand profile book* dapat menjadi alat yang efektif dalam memperkuat identitas merek dan memperluas target pasar.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang, rumusan masalah yang dapat diidentifikasi adalah bagaimana perancangan *brand profile book* yang dapat memperkuat identitas Bobbatime yang profesional dan informatif?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam Tugas Akhir ini akan fokus pada perancangan dan pemanfaatan *brand profile book* sebagai alat komunikasi untuk menguatkan identitas dari merek Bobbatime. Pembahasan akan mencakup strategi perancangan, konten, dan distribusi *brand profile book* yang ditujukan untuk memperluas target pasar serta mengsolidifikasi posisi Bobbatime di industri makanan dan minuman.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Pada tujuan penelitian dan perancangan, penulis mengelompokkan menjadi tiga bagian yaitu:

1. Meneliti proses perancangan *brand profile book* Bobbatime menggunakan metode kualitatif deskriptif, melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur untuk memahami elemen-elemen penting dalam perancangan *brand profile book* Bobbatime.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. Menerapkan desain yang telah dirancang ke dalam *brand profile book* Bobbatime, dengan fokus pada penguatan identitas merek dan komunikasi visual yang efektif untuk menarik calon mitra.
3. Mengadaptasi desain *brand profile book* ke media turunan seperti kartu nama, poster promosi, dan *cutting sticker* untuk memastikan konsistensi identitas visual di berbagai platform komunikasi.

Adapun manfaat pada penelitian ini, penulis membagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Manfaat Akademis
 - a. Terhadap pengetahuan, penelitian ini dapat menambah wawasan baru dalam bidang pemasaran dan manajemen merek, khususnya terkait dengan strategi mempekuat identitas *brand* melalui penggunaan *brand profile book*.
 - b. Studi kasus, penelitian ini dapat menjadi studi kasus yang bermanfaat bagi mahasiswa dan peneliti lainnya yang tertarik dengan strategi *branding* pada industri makanan dan minuman.
 - c. Pengembangan metode, penelitian ini dapat mengembangkan atau memperkenalkan metode baru dalam perancangan dan implementasi *brand profile book* yang dapat diterapkan pada merek lain di berbagai industri.
2. Manfaat Praktis
 - a. Pengembangan identitas *brand* yang kuat, perancangan *brand profile book* Bobbatime dapat membantu merek tersebut untuk mengklarifikasi dan memperkuat identitas serta citra mereknya di mata konsumen.
 - b. Konsistensi komunikasi, *brand profile book* akan menyediakan panduan yang jelas bagi tim *marketing* Bobbatime dalam menyusun pesan-pesan yang konsisten dan sesuai dengan identitas merek.
 - c. Pengaruh pada keputusan strategis, pengembangan dalam penelitian ini bisa memberikan wawasan kepada pihak Bobbatime dalam membuat keputusan strategis tentang pengembangan merek dan ekspansi bisnis.



Hak Cipta :

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

- d. Penyusunan rencana pemasaran yang efektif, dengan memiliki *brand profile book* yang kuat, Bobbatime dapat merancang rencana pemasaran yang lebih terarah dan efektif untuk memperkuat identitas, serta mempengaruhi kesadaran dan loyalitas konsumen.
- e. Daya saing yang lebih kuat di pasar, dengan memperkuat identitas *brand*-nya, Bobbatime dapat meningkatkan daya saingnya di pasar industri makanan dan minuman yang kompetitif dengan menonjolkan keunikan dan nilai-nilai mereknya.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami dengan lebih jelas dalam penyusunan Tugas Akhir ini, di mana setiap bab saling berhubungan dan membentuk satu kesatuan, penulis mengelompokkan materi laporan Tugas Akhir ini menjadi beberapa bab dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, penulis menjelaskan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam perancangan *brand profile book* Bobbatime untuk memperkuat identitas merek.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini, penulis memaparkan konsep-konsep dasar dan teori yang menjadi dasar bagi laporan penelitian Tugas Akhir mengenai perancangan *brand profile book* Bobbatime guna memperkuat identitas merek.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini memaparkan metode yang diterapkan dalam perancangan *brand profile book* Bobbatime, mencakup riset desain dengan pendekatan *design thinking*, metode pengumpulan data, analisis data, serta arahan kreatif.



Hak Cipta :

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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menyajikan hasil dari perancangan *brand profile book Bobbatime* serta diskusi mengenai implementasi dan dampak *brand profile book* terhadap identitas *brand* dan perluasan pasar.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan rangkuman secara menyeluruh pada penelitian Perancangan *brand profile book Bobbatime* guna Memperkuat Identitas Brand dan memberikan saran untuk pengembangan selanjutnya.

Dengan sistematika ini, diharapkan Laporan Tugas Akhir dapat secara sistematis menanggapi rumusan masalah dan meraih tujuan penelitian.





Hak Cipta :

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

5.1 Kesimpulan

1. Penelitian ini telah menggambarkan proses perancangan *brand profile book* Bobbatime melalui pendekatan kualitatif deskriptif. Hasil dari wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur menunjukkan bahwa elemen-elemen desain seperti warna, tipografi, dan elemen visual lainnya memiliki peran penting dalam memperkuat identitas merek. Dengan berfokus pada prinsip-prinsip desain yang kuat, *brand profile book* ini dirancang untuk menjadi alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan dan nilai-nilai Bobbatime kepada calon mitra.
2. Implementasi desain pada *brand profile book* Bobbatime telah dilakukan secara optimal, dengan memperhatikan setiap detail untuk memperkuat identitas merek dan menciptakan komunikasi visual yang menarik. Tata letak yang rapi, pemilihan warna yang sesuai, dan penggunaan visual yang mendukung, telah menghasilkan sebuah *brand profile book* yang tidak hanya informatif tetapi juga mampu menarik perhatian calon mitra, sehingga meningkatkan daya tarik merek Bobbatime.
3. Desain yang dikembangkan untuk *brand profile book* Bobbatime juga telah berhasil diterapkan ke dalam berbagai media turunan seperti kartu nama, poster promosi, dan *cutting sticker*. Penerapan desain yang konsisten di seluruh media ini memastikan bahwa identitas visual Bobbatime tetap kuat dan dikenali dengan baik di berbagai saluran komunikasi. Konsistensi visual ini penting dalam memperkuat citra merek dan membangun kepercayaan calon mitra terhadap Bobbatime.

5.2 Saran

1. Proses perancangan *brand profile book* Bobbatime menghadapi beberapa tantangan, seperti kesulitan dalam menyesuaikan data dengan kebutuhan spesifik *brand*, menciptakan desain yang konsisten dan mudah dipahami

oleh berbagai audiens, serta koordinasi yang sulit antara tim desain dan manajemen Bobbatime.

2. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena desain yang dihasilkan belum diuji dalam lingkungan bisnis nyata Bobbatime. Cakupan data juga masih bisa diperluas, terutama terkait tren pasar dan preferensi konsumen terbaru.
3. Peneliti selanjutnya disarankan untuk menguji implementasi desain dalam situasi nyata dan mengembangkan metodologi yang lebih adaptif. Integrasi teknologi digital dalam pembuatan dan penyebaran *brand profile book* juga bisa dieksplorasi lebih lanjut.



© 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





Hak Cipta :

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

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Barik*, 1(1), 112–122.
- Abdurrahman, S. (2019). *Teori, Strategi, dan Evaluasi Merancang Website dalam Perspektif Desain* (hlm. 1–72). Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari, Banjarmasin. <http://repository.uniska-bjm.ac.id/id/eprint/504>
- Alrazi, C. Z., & Rachman, A. (2021). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Animasi Periklanan Digital Pencegahan Covid-19. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 14(2), 190–202. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2247>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking. *Seminar Nasional Aplikasi Teknologi Informasi (SNATi)*, 50–55.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout* (001.004.1.06.2018). PNJ Press Gedung Q. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/>
- Arlanda, R. S., & Sutejo, A. (2024). Perancangan Buku Profil Alas Outbound Edukasi Sebagai Media Promosi di Desa Simpang. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 2(1), 93–102. <https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1947>
- Budihardja, L., & Sitinjak, T. (2022). Pengaruh Identitas Merek, Citra Merek, dan Kepercayaan Merek terhadap Loyalitas pada Konsumen Sepatu nike di Jakarta. *Jurnal Manajemen*, 11(2), 1–8. <https://doi.org/10.46806/jm.v11i2.870>
- Carina, R. (2019). Penggunaan Huruf Dekoratif Dalam Tipografi Kinetis. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 4(1), 17–32. <https://doi.org/10.25105/jdd.v4i1.4558>
- Dharomesz, V. Y. (2023). Potensi Branding Keripik Pisang di Desa Sambirejo Kapanewon Ngawen Kabupaten Gunung Kidul. *Jurnal Atma Inovasia*, 3(6), 535–540. <https://doi.org/10.24002/jai.v3i6.5933>
- Fadilah, N. (2020). *Pengertian, Konsep, dan Strategi Pemasaran Syari'ah*. 1(2), 195–211.
- Fariyanto, F., & Ulum, F. (2021). Perancangan Aplikasi Pemilihan Kepala Desa Dengan Metode UX Design Thinking (Studi Kasus: Kampung Kuripan). *Jurnal Teknologi dan Sistem Informasi*, 2(2), 52–60.



Hak Cipta :

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

- Fatchurrohman, N., Fitri, M., & Crefioza, O. (2022). Penyediaan Buku Profil berupa e-Book untuk Kerajinan Tangan Akrilik Kampung Tematik Gunung Pangilun Padang. *Majalah Ilmiah UPI YPTK*, 29(2), 115–120. <https://doi.org/10.35134/jmi.v29i2.126>
- Hadiono, A. F., & Khasanah, I. (2023). Analisis Brosur Pondok pesantren Darussalam Blokagung Ditinjau dari Aspek Desain Grafis. *Jurnal Darussalam: Jurnal Pendidikan, Komunikasi dan Pemikiran Hukum Islam*, 15(1), 126–145. <https://doi.org/10.30739/darussalam.v15i1.2539>
- Hartina, I., Nurmalasari, N., & Hidayat, T. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan UI/UX Pada Fitur Report Helpdesk Ticketing Sistem. *INTI Nusa Mandiri*, 17(1), 24–31. <https://doi.org/10.33480/inti.v17i1.3451>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Kholifah, N., Istanti, H. N., Handayani, S., Putri, G. E., Tashia, A., Hastuti, W., & Frisillia, V. (t.t.). *Penerimaan Media Branding Produk Batik di UMKM Kabupaten Kulon Progo*.
- Laksono, A. W., & Suryadi, D. N. (2020). *Pengaruh Citra Merek, Kepercayaan Merek, dan Kualitas Produk terhadap Loyalitas Merek pada Pelanggan Geprek Benu di Kota Malang*. 1(1).
- Meilani, M. (2013). Teori Warna: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3443>
- Muhammad, A. M., Prawiradiredja, S., & Fitriyah, I. (2018). Corporate Value: Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v2i1.843>
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7df>
- Nastain, M. (2017). Branding dan Eksistensi Produk (Kajian Teoritik Konsep Branding dan Tantangan Eksistensi Produk). *CHANNEL: Jurnal Komunikasi*, 5(1), 14–26. <https://doi.org/10.12928/channel.v5i1.6351>
- Praestuti, C. (2020). Marketing Mix Terhadap Kepuasan Konsumen pada Mama-Mama Penjual Noken di Oyehe Kabupaten Nabire. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 21–24. <https://doi.org/10.35797/jab.v10.i1.21-24>
- Putri, D. R. L., Cahyani, A. N., Masturo, A. H., Haqiqi, A., & Jannah, N. M. (2022). *Pendampingan dan Pengembangan UMKM di Kelurahan Kepanjenlor*



Hak Cipta :

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

melalui *Re-Branding*. 01(02), 195–204.
<https://doi.org/10.56855/income.v1i2.93>

Putri, R. D. L. (2023). Pengembangan Konsep Desain Identitas Visual Melalui Penggunaan Supergrafis pada Media Sosial Diskominfo. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 322–340.
<https://doi.org/10.59581/seniman-widyakarya.v1i2.1853>

Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). *Pelatihan Branding Produk UMKM dan Digital Branding Kerupuk Kulit "Rambakku."* 1–4.

Sakti, H. G. (2017). Pengaruh Media Desain Grafis Berbasis Adobe Photoshop terhadap Kreativitas Belajar Siswa Kelas X pada Mata Pelajaran Desain grafis. *Jurnal Realita*, 2(2). <https://e-journal.undikma.ac.id/index.php/realita/article/view/756/709>

Salsabila, R. S., & Fauzi, A. (2022). Pembuatan Media Promosi E-Booklet Company Profile dengan Menggunakan Canva Pro untuk Meningkatkan Minat Beli pada UMKM Radha Scarf di Bandung. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 8(1), 2022–06.

Setiyawan, H. (2021). Pemanfaatan Media Audio Visual dan Media Gambar Pada Siswa Kelas V. *Jurnal Prakarsa Paedagogia*, 3(2), 198–203.
<https://doi.org/10.24176/jpp.v3i2.5874>

Sn, Y. E. S. (2018). Perancangan Buku Informasi Tentang Jamu Sebagai Bentuk Pelestarian Warisan Budaya Indonesia. *NARADA, Jurnal Desain & Seni, FDSK - UMB*, 5(2), 99–110.

Sophiana Widiastutie, Darmastuti, S., Juned, M., Nahampun, A. G., Chaerunisa, F., & Amellia, S. (2022). Penyuluhan Strategi Branding Kopi Lokal di Pasar Global bagi Komunitas Teman Kohi. *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(6), 871–880. <https://doi.org/10.55983/empjcs.v1i6.329>

Sungkono, N., Hamzah, R. E., & Tryarno, A. N. A. (2022). *Branding Kopi Tuli dalam Membangun Brand Identity*. 10(2), 68–82.

Susanti, A., Handayani, L. S., Hildayati, S. K., Hertati, L., & Hendarmin, R. M. R. (2023). Branding Dan Labeling Sebagai Upaya Strategi Pemasaran Produk Emping Singkong UMKM Di Desa Petanang. *Communnity Development Journal*, 4(4), 7628–7635.

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Al Quran Tentang Promosi Penjualan. *ECOBISMA (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam.



Hak Cipta :

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

Journal on Education, 5(3), 9523–9539.
<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Vianti, O., Kagungan, D., & Yulianti, D. (2021). Strategi Media Branding Pengembangan Sektor Pariwisata Kabupaten Pesisir Barat sebagai Destinasi Wisata Internasional. *Administrativa: Jurnal Birokrasi, Kebijakan dan Pelayanan Publik*, 3(1), 103–110.
<https://doi.org/10.23960/administrativa.v3i1.68>

Yellonita, V., Nugroho, S. H., & Maheni, M. T. (2023). Penerapan Teori Design Thinking terhadap Perancangan Company Profile Digital PT. Meditera Global Teknologi. *Jurnal Katamata*, 01(01), 39–50.





Hak Cipta :

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

1. Wawancara

Wawancara langsung dengan Pak Reza selaku Komisaris dan Head of Marketing PT Tirta Sukses Indomakmur. Dilakukan pada tanggal 22 Maret 2024 pukul 09.00 WIB di kantor PT Tirta Sukses Indomakmur.

- Haekal : “Misi Pak, selamat pagi..”
- Pak Reza : “Pagi Kal, duduk saja Kal langsung..”
- Haekal : “Oke Pak, makasih”
- Pak Reza : “Bagaimana Kal kabarnya? Kuliah aman?”
- Haekal : “Alhamdulillah Pak sehat dan kuliah lagi mau nyusun Tugas Akhir sih Pak. Saya juga mau izin bertanya Pak untuk Bobbatime boleh jadi objek penelitian Tugas Akhir saya gak yaa?”
- Pak Reza : “Ohh jadi kamu mau jadiin Bobbatime buat penelitian yaa? Ya boleh silakan saja Kal gapapa”
- Haekal : “Oke Pak makasih banyak sudah izinin saya. Jadi saya selama magang di sini kan secara gak langsung merhatiin juga kalo Bobbatime ini sebetulnya ramai dari segi peminat, tapi setau saya penjualan dan awareness rasanya sih menurun yaa Pak”
- Pak Reza : “Secara keseluruhan sih memang seperti itu faktanya Kal, makanya divisi Marketing lagi usahain juga buat gencar lagi ningkatin waraeness Bobbatime”
- Haekal : “Oalah begitu yaa Pak, saya mau tanya juga Pak tentang Bobbatime sekarang ini ada tujuan lain gak untuk perkembangan kedepannya?”
- Pak Reza : “Oh ada Kal, kita ini lagi sebetulnya lagi mau memperluas target lagi yang tadinya kita di menengah ke bawah, mau merambah lagi ke menengah ke atas. Kita juga mau coba tarik claon-calon mitra sih untuk membantu”
- Haekal : “Oke Baik, Pak. Makasih banyak infonya, kalau ada tujuan kayak begitu saya punya saran untuk Bobbatime. Selama ini kan



© 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

Bobbatime untuk promosi hanya di media sosial dan offline saja yaa, saya juga perhatiin Bobbatime juga belum pernah membuat buku profil. Kalau dari saya untuk coba capai tujuan itu dibuat semacam buku profil *brand* Pak, kira-kira bagaimana Pak?

Pak Reza : “Bisa banget Kal, saya berpikir juga seperti itu. Boleh Kal coba digarap itu”

Haekal : “Oke siap Pak, berarti bisa yaa ini Pak?”

Pak Reza : “Nanti kalo perlu apa-apa bisa ke saya saja langsung atau nanti saya kasih ke Pak Umar untuk data tambahannya mungkin Kal. Bilang saja nanti yaa”

Haekal : “Siap Pak, nanti saya coba hubungi juga Pak Umar yaa”

Pak Reza : “Siap Kal, berkabar saja nanti”

Haekal : “Paling dari saya ingin minta izin dulu sih Pak untuk hal ini, makasih banyak Pak sekali lagi sudah diizinkan buat proyek ini”

Pak Reza : “Aman kal, ada lagi gak yang mau dibicarin?”

Haekal : “Gak ada Pak, cukup dulu menurut saya sampai situ. Paling nanti selebihnya saya coba chat di *WhatsApp* Pak kalo ada yang kurang boleh yaa?”

Pak Reza : “Boleh Kal, gas saja”

Haekal : “Siap, makasih Pak. Izin balik langsung yaaa Pak”

Pak Reza : “Oke Kal, makasih juga yaa hati-hati baliknya”

Haekal : “Siap Pak, makasih Pak”

Pak Reza : “Iyaa Kal..”

Kemudian, wawancara secara langsung dengan Pak Umar selaku *Business Development* PT Tirta Sukses Indomakmur pada 22 Maret 2024 pukul 11.00 WIB di kantor PT Tirta Sukses Indomakmur. Kemudian dilanjut melalui *WhatsApp* yang dilakukan pada tanggal 5 April 2024.

Haekal : “Halo Pak Umar.. Bagaimana kabar Pak?”

Pak Umar : “Halo.. Baik Kal Alhamdulillah, kamu gimana Kal?”



© 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

Haekal : “Baik Pak, Alhamdulillah”

Pak Umar : “Oh yaa, saya dapet info dari Pak Reza katanya kamu mau buat proyek Tugas Akhir yaa?”

Haekal : “Iyaa ini Pak, paling kan yang pasti dibutuhin data-data perusahaan. Nah biar gak bingung Pak Reza saranin langsung ke Pak Umar saja..”

Pak Umar : “Iyaa Kal, gapapa ke saya saja. Nanti saya coba bantu cari data yang diperluin”

Haekal : “Siap Pak Um.. makasih banyak ini btw”

Pak Umar : “Kira-kira yang kamu sudah tahu, mau data apa saja? Biar saya coba siapin jauh-jauh hari”

Haekal : “Paling kayak data Bobbatime yang isinya sejarah, visi misi, data produk menu terupdate, cabang terupdatenya. Paling itu dulu sih Pak..”

Pak Umar : “Oke aman kalo begitu Kal..”

Haekal : “Pak, kalo misal saya butuh grafik pertumbuhan dari Bobbatime itu bisa gak yaa?”

Pak Umar : “Bisa saja tapi gak detail ke angka paling Kal, karena privasi. Paling nanti kalo memang butuh bisa saya kasih grafik saja..”

Haekal : “Oke siap Pak gapapa sih kalo begitu. Makasih banyak yaa..”

Pak Umar : “Tapi itupun juga jangan disebar ke mana-mana yaa, cukup untuk keperluan penelitian kamu saja..”

Haekal : “Siap Pak, aman. Baik pak paling itu dulu saja sih yang mau ditanyain”

Pak Umar : “Oke siap Kal, semangat semester akhirnya yaa”

Haekal : “Siap Pak, makasih banyak yaa. Doain lancar semua pokoknya ehehe..”

Pak Umar : “Yowis Kal, langsung balik ini?”

Haekal : “Iya Pak langsung ini balik pulang, eh tapi nanti kalo ada yang saya butuhin boleh kan yaa dari WhatsApp?”

Pak Umar : “Boleh saja, nanti juga file-filenya saya kirim lewat situ yaa..”



© 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

Haekal : “Oke Pak, makasih banyak yaa sekali lagi atas bantuannya...”
Pak Umar : “Sama-sama Kal..”
Haekal : “Pulang dulu yaa Pak..”
Pak Umar : “Sip, hati-hati Kal..”

Wawancara langsung dengan Pak Anggada selaku Direktur Staff Operasional PT Tirta Sukses Indomakmur. Dilakukan pada tanggal 1 Mei 2024 pukul 10.00 WIB di store cabang Bobbatime Mencong, Tangerang Selatan.



Foto Dokumentasi Wawancara dengan Pak Anggada

Haekal : “Pagi Pak Eda, kabar sehat Pak?”
Pak Anggada : “Pagi.. Sehat Kal, bagaimana kabar kamu?”
Haekal : “Alhamdulillah baik juga Pak..”
Pak Anggada : “Gimana-bagaimana.. Apa yang mau ditanyain?”
Haekal : “Oke Pak, jadi tujuan wawancara pagi ini mau tahu info lebih tentang *behavior customer*, customer yang datang biasanya kisaran umur berapa, serta store Mencong ini kalo ramai kisaran di jam berapa Pak?”
Pak Anggada : “Ohh baik kalo begitu.. Saya coba jawab yaa..”



© 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

Haekal : “Iya Pak, silakan..”

Pak Anggada : “Jadi untuk kebiasaan pelanggan Bobbatime Mencong ini biasanya mereka *take away* atau bawa pulang langsung. Nah biasanya untuk kisaran jam 11.00-13.00 itu anak-anak kecil daerah sini ini biasanya..”

Haekal : “Ohh jadi begitu yaa Pak? Anak-anak itu kira-kira kebanyakan datang dua kali atau sesekali saja Pak?”

Pak Anggada : “Karena anak-anak yang rumahnya masih di sekitar *store* Bobbatime Mencong, paling rumahnya cuma beda beberapa gang saja. Biasanya juga jajan ke sini sehari bisa dua kali dan ada juga yang bawa mama nya untuk jajan ke sini..”

Haekal : “Jadi dari pelanggan yang datang juga masih cukup oke yaa untuk cabang Bobbatime Mencong ini?”

Pak Anggada : “Masih terbilang cukup baik Kal. Saya lanjut jawab untuk kisaran sore jam 15.00 sampai jelang Maghrib itu biasanya anak-anak sekolah yang jajan ke sini dan pasti bawa temannya..”

Haekal : “Ohh begitu yaa Pak, iyaa saya perhatiin daerah sini juga banyak sekolah-sekolah juga yaa..”

Pak Anggada : “iyaa kiranya seperti itu, kemudian juga ada beberapa orderan lewat *online* semacam Gofood dan Shopeefood”

Haekal : “Oke Pak kalau begitu, makasih untuk info dan datanya Pak. Paling saya izin nanti untuk ambil beberapa foto dokumentasi *store* Bobbatime Mencong, Tangerang Selatan ini yaa?”

Pak Anggada : “Boleh Kal.. Silakan yaa..”

Haekal : “Siap Pak, terima kasih banyak sekali lagi..”

Berikut transkrip wawancara target audiens guna mendapatkan pandangan yang tepat dalam proses perancangan *brand profile book* Bobbatime.

- a. Transkrip wawancara dengan Pak Angga pada Sabtu 15 Juni 2024 pada media *chat* WhatsApp.

Haekal : Pak izin wawancara lewat *chat* yaa



Hak Cipta :

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

Haekal : 1. Apakah anda pernah memiliki usaha atau sedang menjalankan usaha?
2. Apa nama merk usaha Anda?
3. Seberapa tertarik dengan produk minuman boba atau sejenisnya?
4. Menurut Anda, seberapa penting buku profil *brand* untuk *brand* itu sendiri?
5. Menurut Anda, seberapa efektif buku *brand profile* untuk calon mitra atau investor?
6. Menurut Anda ketika sebagai calon investor atau mitra, apa konten atau isi yang sangat penting dalam buku *profile brand* tersebut?

Pak Angga : 1. Apakah anda pernah memiliki usaha atau sedang menjalankan usaha? *Pernah
2. Apa nama merk usaha Anda? *Indomie Hunter
3. Seberapa tertarik dengan produk minuman boba atau sejenisnya? *Sangat Tertarik
4. Menurut Anda, seberapa penting buku profil brand untuk brand itu sendiri? *sangat Penting
5. Menurut Anda, seberapa efektif buku brand profil untuk calon mitra atau investor? *Sangat Efektif terutama untuk membea point2 tertentu secara highlight
6. Menurut Anda ketika sebagai calon investor atau mitra, apa konten atau isi yang sangat penting dalam buku profile brand tersebut? *Perhitungan Matriks

Haekal : Terima kasih Pak Angga

Berikut transkrip wawancara pada 4 Agustus untuk testing *brand profile book* Bobbatime versi digital melalui media *chat* WhatsApp.

Haekal : (Kirim file)



Hak Cipta :

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

Haekal : 1. apakah penggunaan font sudah terbaca dengan jelas dalam penyampaian informasi?
2. apakah penggunaan layout tiap halaman sudah membuat nyaman dalam memahami bacaan?
3. apakah dalam keseluruhan sudah pas dan sesuai untuk versi digital untuk menyebarkan file profile book tersebut?

Bisa dijawab sesuai atau belum sesuai

Terima kasih sebelumnya🙏

Pak Angga: Mau ke rumah apa online kal?

Haekal : Online Pak

Pak Angga: Sedikit Review dr saya ya. Untuk ke3 point yg di tanya buat saya scr pribadi sudah cukup bahkan ke arah sangat baik. Karena mampu menjabarkan Etika tampilan yg mudah dimengerti oleh saya.

Haekal : Terima kasih Pak

b. Transkrip wawancara bersama Pak Gilang pada Sabtu 15 Juni 2024 melalui media *chat* WhatsApp.

Haekal : Siang Mas, izin share pertanyaan wawancara yaa..

Haekal : 1. Apakah anda pernah memiliki usaha atau sedang menjalankan usaha?

2. Apa nama merk usaha Anda?

3. Seberapa tertarik dengan produk minuman boba atau sejenisnya?

4. Menurut Anda, seberapa penting buku profil *brand* untuk *brand* itu sendiri?

5. Menurut Anda, seberapa efektif buku *brand profile* untuk calon mitra atau investor?

6. Menurut Anda ketika sebagai calon investor atau mitra, apa konten atau isi yang sangat penting dalam buku *profile brand* tersebut?



Hak Cipta :

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

Pak Gilang: Ok, wait ya

- Pak Gilang: 1. Apakah anda pernah memiliki usaha atau sedang menjalankan usaha? • sedang menjalankan usaha
2. Apa nama merk usaha Anda? • sikeling
3. Seberapa tertarik dengan produk minuman boba atau sejenisnya? • moderat
4. Menurut Anda, seberapa penting buku profil *brand* untuk *brand* itu sendiri? • sangat penting
5. Menurut Anda, seberapa efektif buku *brand profile* untuk calon mitra atau investor? • sangat penting
6. Menurut Anda ketika sebagai calon investor atau mitra, apa konten atau isi yang sangat penting dalam buku *profile brand* tersebut? • *business plan*

Haekal : Siap Mas terima kasih banyak

Berikut transkrip wawancara pada 4 Agustus untuk testing *brand profile book* Bobbatime versi digital melalui media *chat* WhatsApp

Haekal : (Kirim file)

- Haekal : 1. apakah penggunaan font sudah terbaca dengan jelas dalam penyampaian informasi?
2. apakah penggunaan layout tiap halaman sudah membuat nyaman dalam memahami bacaan?
3. apakah dalam keseluruhan sudah pas dan sesuai untuk versi digital untuk menyebarkan file *profile book* tersebut?

Bisa dijawab sesuai atau belum sesuai

Terima kasih sebelumnya 🙏

Haekal : Izin mas share pertanyaan kembali 🙏

- Pak Gilang: 1. apakah penggunaan font sudah terbaca dengan jelas dalam penyampaian informasi? *sudah
2. apakah penggunaan layout tiap halaman sudah membuat nyaman dalam memahami bacaan? *sudah



© 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

3. apakah dalam keseluruhan sudah pas dan sesuai untuk versi digital untuk menyebarkan file profile book tersebut?

*sudah

Bisa dijawab sesuai atau belum sesuai

Terima kasih sebelumnya 🙏

Haekal : Terima kasih banyak Mas

Pak Gilang: Ok kal

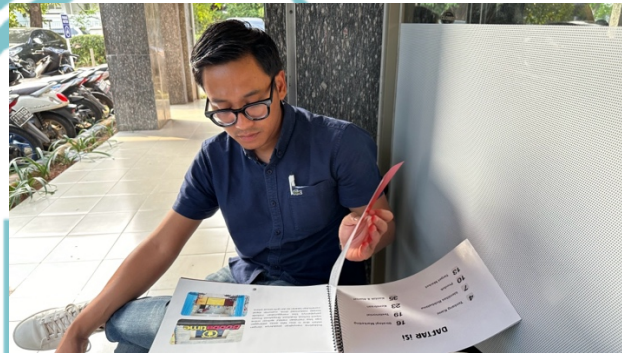


Foto Dokumentasi Wawancara dengan Pak Gilang

Wawancara untuk testing *brand profile book* Bobbatime secara langsung pada 19 juli 2024 pukul 16.10 di Kembangan, Jakarta Barat.

Haekal : Halo Mas Gilang, berikut hasil cetakan pertama dan boleh review sedikit terhadap pandangannya

Pak Gilang: Oke

Haekal : Secara teks, gambar, dan isi kontennya bagaimana menurut Mas Gilang?

Pak Gilang: Secara keseluruhan bagus yaa dan bisa dimengerti dari informasinya di sini

Haekal : Oke mas, terima kasih banyak penilaiannya yaa

c. Transkrip wawancara bersama Ibu Kinta pada Sabtu 15 Juni 2024 melalui media *chat* WhatsApp

Haekal : Mba Kin, izin share pertanyaan buat data narasumber yaaa..



Hak Cipta :

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

- Haekal : 1. Apakah anda pernah memiliki usaha atau sedang menjalankan usaha?
2. Apa nama merk usaha Anda?
3. Seberapa tertarik dengan produk minuman boba atau sejenisnya?
4. Menurut Anda, seberapa penting buku profil *brand* untuk *brand* itu sendiri?
5. Menurut Anda, seberapa efektif buku *brand profile* untuk calon mitra atau investor?
6. Menurut Anda ketika sebagai calon investor atau mitra, apa konten atau isi yang sangat penting dalam buku *profile brand* tersebut?

- Ibu Kinta : 1. Pernah
2. Edental
3. sangat tertarik
4. sangat penting
5. sangat efektif
6. latar belakang brand (kepemilikan siapa), kapan awal brand dibentuk, perkembangan dr tahun ke tahun, perhitungan bisnis (kapan BEP), berapa mitra yg sudah bergabung

Haekal : okee siap mba, makasi yaa ehehe

Ibu Kinta : Mazama

Berikut transkrip wawancara pada Minggu 4 Agustus untuk testing *brand profile book* Bobbatime versi digital melalui media *chat* WhatsApp.

Haekal : (Kirim file)

Haekal : 1. apakah penggunaan font sudah terbaca dengan jelas dalam penyampaian informasi?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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. apakah penggunaan layout tiap halaman sudah membuat nyaman dalam memahami bacaan?

3. apakah dalam keseluruhan sudah pas dan sesuai untuk versi digital untuk menyebarkan file profile book tersebut?

Bisa dijawab sesuai atau belum sesuai

Terima kasih sebelumnya🙏

Ibu Kinta : 1 sudah

2. Sudah

3. Sudah

Haekal : Siap terima kasih mba

d. Berikut transkrip wawancara dengan Pak Oji pada Minggu 4 Agustus 2024 untuk testing *brand profile book* Bobbatime versi digital melalui media *chat* WhatsApp.

Haekal : (Kirim file)

Haekal : 1. apakah penggunaan font sudah terbaca dengan jelas dalam penyampaian informasi?

2. apakah penggunaan layout tiap halaman sudah membuat nyaman dalam memahami bacaan?

3. apakah dalam keseluruhan sudah pas dan sesuai untuk versi digital untuk menyebarkan file profile book tersebut?

Bisa dijawab sesuai atau belum sesuai

Terima kasih sebelumnya🙏

Haekal : minta tolong pak sebentar

Pak Oji : Okeh kal

Pak Oji : Aman kal jelas dan mudah dipahami, simple dan dapet juga inti dari isi perusahaan

Pak Oji : 1. Sesuai

2. Sesuai

3. Sesuai

Hak Cipta :

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

- e. Wawancara langsung untuk *approval* klien terhadap *brand profile book* Bobbatime bersama Pak Reza selaku komisaris PT Tirta Sukses Indomakmur, pada Minggu 4 Agustus 2024 pukul 14.00 WIB di Ciledug, Jakarta Selatan.



Foto Dokumentasi Wawancara dengan Pak Reza

Haekal : Halo Pak, berikut hasil tes print dari *brand profile book*-nya, boleh review dari segi penggunaan teks, tata letak, penggunaan gambar dan sebagainya pak.

Pak Reza : Ya, jadi.. Kalo menurut saya untuk layout sudah oke kal, penggunaan font-nya juga saya suka. Karena kan Bobbatime dari dulu *font*-nya kan menggambarkan anak muda yaa ga?

Haekal : Iya..

Pak Reza : Jadi penggunaan *font*-nya sudah oke saya suka, terus juga dari informasi per halamannya sudah bagus, pewarnaan juga saya suka. Detail-detail gambarnya juga oke, oke sih *overall* bagus..

Haekal : Oke Pak siap, Terima kasih Pak

Hak Cipta :

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

2. Observasi

Dilakukan di store cabang Bobbatime Mencong, Tangerang Selatan pada 1 Mei 2024 dimulai pada pukul 10.00 WIB hingga 20.00 WIB.



Foto Dokumentasi Tampilan Store Bobbatime

Dari segi tata letak dan tampilan pada cabang *store* Bobbatime di Mencong, Tangerang Selatan terbilang cukup rapih dan bersih dengan ornamen gambar mural minuman boba dan es krim pada temboknya. Terdapat kursi dan meja untuk pelanggan menunggu pesanan, sebuah menu besar dekat kasir agar terlihat jelas bagi pelanggan untuk memesan minuman, serta terdapat poster promo yang sedang berjalan di Bobbatime. Kekurangan pada store Bobbatime cabang Mencong ini adalah posisi bangunan yang agak masuk ke dalam dari pinggir jalan raya, sehingga tidak begitu terlihat ketika sedang melewati jalan raya di depannya. Namun, telah diupayakan dengan adanya lolipop neon dengan tiang tinggi agar tetap terlihat sekilas bagi pengguna jalan.

Untuk observasi para pelanggan yang datang dapat kesimpulan bahwa rata-rata para pelanggan yang datang dari anak-anak usia kisaran 13 tahun, anak sekolah remaja usia kisaran 16-17 tahun, dan ibu-ibu kisaran 35-50 tahun. Para pelanggan

hampir semua melakukan pesanan *take away* atau dibawa pulang langsung daripada minum langsung di tempat.



© 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





3. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Haekal Azkha Al Shabbaz
NAMA PEMBIMBING	Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Brand Profile Book untuk Memperkuat Identitas Brand
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	27 Maret 2024	Catatan : - teori branding - teori brand profile	Mengerjakan BAB 1
2	26 April 2024	- bridging kalimat kenapa harus mempekuat (kalimat bawah?) - tambahin penelitian dan	Mengerjakan BAB 2 dan BAB 3
3	17 Mei 2024	- semua poin Bab 3, harus ada korelasi penjelasannya terhadap project - poin observasi garis besar aia va	Mengerjakan BAB 2 dan BAB 3
4	21 Mei 2024	RISET Kompetitor - bedanya apa sama klien kita (all obiek)	Mengerjakan BAB 2 dan BAB 3
5	24 Mei 2024	Overall sudah bagus tapi: - bab 2 tambah teori desain sesuai dg kerangka teori	Review BAB 3
6	5 Juli 2024	1. target audiens di brief take out masyarakat umum 2. mindmap ign lgsa dr bp to dr bbt aia	Revisi BAB 3
7	9 Juli 2024	1. semua data dari bab 3 dan 4, harus korelasi dan berdasar dalam data 2. dari mindmapping start dari brand	Mengerjakan BAB 4
8	10 Juli 2024	- moodboard, mindmap, sketsa, digital harus siapin penjelasan yg kuat - siapakan untuk bahan tulisan artikel	Mengerjakan BAB 4
9	30 Juli 2024	1. statement dengan poinnya langsung dengan kalimat pasif (misal, layout asimetris akan memberi kesan...) 2. buat versi tema berbedas dengan konsep yang sama 3. buat pembahasan pada sketsa dominan bahasan layout, desain konprehensif bahasan dominan elemen per elemen 4. desain jadi revisi dari keseimbangan teks dan gambar pada layout masing2 halaman diperhatikan (jangan dipaksakan justified semua)	Mengerjakan BAB 4

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

Foto Lembar Bimbingan kepada Dosen Pembimbing Satu

Hak Cipta :
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	Haekal Azkha Al Shabbaz
NAMA PEMBIMBING	Dr., Anita Hidayati, S.Kom., M.Kom.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Brand Profile Book untuk Memperkuat Identitas Brand

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	13 Mei 2024	- keseluruhan tulisan sudah rapih - tambahkan halaman - lenkapi lenkapi BAB 3	Mengerjakan BAB 1-BAB 3
2	19 Mei 2024	- Progress sudah banyak dikerjakan dari bimbingan pertama - Lenkapi tabel SWOT	Mengerjakan BAB 1-BAB 3
3	12 Juli 2024	Perbaiki beberapa kalimat pada artikel SEMNAS	Mengerjakan artikel SEMNAS
4	5 Agustus	Tanda tangan Persetujuan Laporan	Laporan TA
5			
6			
7			
8			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

Foto Lembar Bimbingan kepada Dosen Pembimbing Dua

Hak Cipta :

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

4. Hasil Cek Plagiarisme dari Politeknik Negeri Jakarta

iThenticate® Similarity Report ID: oid:3618:63944949

PAPER NAME	AUTHOR
DG8A_HAEKAL AZKHA AL SHABBAZ_PE RANCANGAN BRAND PROFILE BOOK BO BBATIME GUNA MEMPERKUAT IDENTITAS BRAN	HAEKAL AZKHA AL SHABBAZ

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
11524 Words	74993 Characters

PAGE COUNT	FILE SIZE
74 Pages	10.7MB

SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Aug 5, 2024 3:56 PM GMT+7	Aug 5, 2024 3:57 PM GMT+7

● **18% Overall Similarity**

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

- 18% Internet database
- 5% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material





Hak Cipta :

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

5. Lampiran Riwayat Hidup

Haekal Azkha Al Shabbaz

haekalshabbaz@gmail.com | +6289619210613 | Jakarta Selatan

ABOUT ME

Saya adalah seorang Graphic Designer yang memiliki kreativitas dan senang pada hal baru, saya juga memiliki ketertarikan pada Social Media Analytics dan juga dalam beriklan di FB Ads ataupun IG Ads.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta
Mahasiswa D4 | Desain Grafis
Aug 2020 - Present

- Saya mahasiswa D4 Politeknik Negeri Jakarta dengan program studi Desain Grafis.

SMK Negeri 45 Jakarta
Sekolah Menengah Kejuruan (Smk) | Multimedia
Jul 2018 - May 2020

- Saya bersekolah di SMK Negeri 45 Jakarta dengan jurusan Multimedia.

SKILLS

- Multimedia Design
- Teamwork
- Analytical Skills
- Adobe Illustrator
- Microsoft Office
- Adobe After Effects
- Adobe Premiere Pro
- Time Management

EXPERIENCE

Aleena Clinic | Marketing Graphics Designer | Dec 2023 - Mar 2024

PT Tirta Sukses Indomakmur | Marketing Graphics Designer | Jun 2023 - Dec 2023

PT Guna Semesta Persada | Graphic Designer | Apr 2022 - May 2023

- Saya membuat ide konten sekaligus desain feed di instagram brand MAGER X Berartea dan membuat konten TikTok.

PT Guna Semesta Persada | Marketing Graphics Designer | Apr 2022 - May 2023

PT Jwara Pendidikan Indonesia | Digital Marketing Freelance | Aug 2022 - Jan 2023

- Saya memiliki jobdesc planning FB Ads kelas online dan juga membuat beberapa konten desain dan TikTok

Langit Entertainment | Graphic Designer & Social Media Analyst | May 2021 - May 2022

- Saya membuat konten di media sosial seperti Instagram, TikTok dan Helo App. Saya juga mereport hasil insight media sosial secara berkala.

Edental | Graphic Designer Freelance | Jul 2021 - Mar 2022

- Saya membuat grafis untuk keperluan media sosial dan promosi, serta membuat desain keperluan website sesuai arahan Brief dari content creator.

Dokter Gigi Kita | Graphic Designer Freelance | Jul 2021 - Nov 2021

- Saya membuat konten feeds instagram sesuai dengan arahan brief dari klien.

PT Langkah Ingin Terdepan | Graphic designer dan Content Creator | May 2020 - May 2021

- Saya membuat keperluan konten Instagram dan juga keperluan untuk marketing collateral brand FnB.



AWARDS

Festival Inovasi Kewirausahaan Siswa (FIKSI) | Desain Grafis |
Jan 2019

- Juara 1 Lomba tingkat Jakarta Barat

- Adobe Photoshop

© 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

