



© 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 MEDIA PROMOSI PROYEK PERUMAHAN CASA GRANDE SEBAGAI UPAYA MENARIK MINAT KONSUMEN



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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Oleh:

**MUHAMMAD FAIRUS TAQIYUDDIEN**

**2006421041**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK  
2024**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Menarik Minat Konsumen  
Penulis : Muhammad Fairus Taqiyuddien  
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, 6 Agustus 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

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

### Hak Cipta :

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

## LEMBAR PENGESAHAN

### PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PROYEK PERUMAHAN CASA GRANDE SEBAGAI UPAYA MENARIK MINAT KONSUMEN

Oleh:

MUHAMMAD FAIRUS TAQIYUDDIEN  
2006421041

Disahkan:

Depok, 16 Agustus 2024

Dosen Penguji I

Dosen Penguji II

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

Anggi Anggarini M.Ds.  
NIP. 198503162010122002

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**  
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, penerbitan karya ilmiah, penerbitan laporan, penerbitan 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 MEDIA PROMOSI PROYEK PERUMAHAN CASA GRANDE SEBAGAI UPAYA MENARIK MINAT KONSUMEN

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, 7 Agustus 2024  
Yang menyatakan,  
**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



Muhammad Fairus Taqiyuddin  
2006421041



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

## ABSTRAK

Industri perumahan di Indonesia terus berkembang pesat seiring dengan pertumbuhan penduduk yang tinggi dan peningkatan permintaan akan hunian, terutama di kota-kota besar. Casa Grande merupakan proyek perumahan baru yang belum memiliki media promosi yang memadai, padahal media promosi, khususnya brosur, memainkan peran penting dalam strategi pemasaran. Penelitian ini bertujuan merancang media promosi efektif untuk proyek perumahan Casa Grande. Menggunakan pendekatan Design Thinking, penelitian ini melibatkan analisis mendalam terhadap target pasar, kompetitor, dan keunggulan unik proyek. Desain akhir, memiliki gaya minimalis, tipografi bold, dan visual berkualitas tinggi, bertujuan menyoroti keunggulan unik Casa Grande seperti arsitektur modern dan lokasi strategis. Melalui kombinasi wawancara, survei, dan observasi, penelitian ini menemukan bahwa media promosi yang dirancang berhasil menarik perhatian target pasar dan secara positif mempengaruhi minat beli mereka. Penelitian ini menggarisbawahi pentingnya menyesuaikan media promosi dengan kebutuhan dan preferensi konsumen spesifik untuk mencapai dampak maksimal.

**Kata Kunci:** Design Thinking, media promosi, perumahan, target pasar, estetika minimalis, tipografi, visualisasi data, minat beli



**Hak Cipta :**

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

**ABSTRACT**

*The housing industry in Indonesia continues to grow rapidly in line with high population growth and increasing demand for housing, especially in big cities. Casa Grande is a new housing project that does not yet have adequate promotional media, even though promotional media, especially brochures, play an important role in the marketing strategy. This research aimed to design effective promotional media for the Casa Grande housing project. Employing the Design Thinking framework, a comprehensive analysis of the target market and competitive landscape was conducted. The resulting design, characterized by minimalist aesthetics, bold typography, and high-quality visuals, aimed to highlight Casa Grande's unique selling points, such as its modern architecture and prime location. Through a combination of interviews, surveys, and observations, the study found that the designed promotional materials effectively captured the target audience's attention and positively influenced their purchase intent. The research underscores the importance of tailoring promotional materials to specific consumer needs and preferences to achieve maximum impact.*

**Keywords:** *Design Thinking, promotional media, housing, target market, minimalist aesthetics, typography, data visualization, purchase intent*





**Hak Cipta :**

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

Penulis panjatkan segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT. yang atas rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “Perancangan Media Promosi Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Menarik Minat Konsumen”. Penulisan tugas ini merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Politeknik Negeri Perguruan Tinggi Jakarta dengan gelar Sarjana Terapan Desain Grafis.

Penulisan tugas akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak yang memberikan dukungan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis mengucapkan 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 penulis dan Bapak Yoga Putra Pratama, 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 staff di 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. Rafly Mauladi selaku direktur PT. Widia Persada bagian manajemen proyek perumahan Casa Grande yang telah mengizinkan proyek perumahannya saya buat media promosi untuk Tugas Akhir saya
7. Fadhli Noviandi selaku manager marketing yang telah menjadi klien dan senantiasa bersedia memberikan informasi dan bantuan yang saya



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

butuhkan terkait proyek Tugas Akhir ini.

8. Orang tua penulis, ayah dan ibu yang senantiasa selalu mendukung dan mendoakan selama penulisan.
9. Sitta Vidyadevi Iswara yang telah memberikan segala kemampuan dan kasih sayangnya untuk membantu saya dalam menyelesaikan Tugas Akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan, mahasiswa desain grafis yang selalu memberikan semangat, pelajaran serta, motivasi selama menjalankan perkuliahan maupun pada penyusunan Tugas Akhir ini.

Tugas akhir ini disusun dengan sebaik-baiknya, dengan harapan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi seluruh pembaca dan dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Depok, 7 Agustus 2024

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Muhammad Fairus Taqiyuddien





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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.....	1
LEMBAR PENGESAHAN.....	2
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	3
ABSTRAK.....	4
ABSTRACT.....	5
PRAKATA.....	6
DAFTAR ISI.....	8
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL.....	13
DAFTAR LAMPIRAN.....	14
BAB I.....	1
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.....	4
BAB II.....	6
LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Promosi.....	6
2.1.1 Fungsi Promosi.....	7
2.1.2 Tujuan Promosi.....	8
2.2 Bauran Promosi.....	8
2.3 Media promosi.....	9
2.3.1 Jenis-Jenis Media Promosi.....	10
2.4 Teori Komunikasi.....	16
2.4.1 Copywriting.....	18
2.4.2 Teori Aida.....	19
2.5 Desain Grafis.....	20
2.5.1 Elemen Visual.....	20
2.5.1.1 Titik.....	21
2.5.1.2 Garis.....	21
2.5.1.3 Bentuk.....	22
2.5.1.4 Tekstur.....	24
2.5.1.5 Gambar.....	25
2.5.1.6 Tipografi.....	26



**Hak Cipta :**

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

2.5.1.7 Warna.....	30
2.5.1.8 Layout.....	36
2.5.2 Prinsip Desain.....	38
2.6 Metode Riset Desain.....	39
<b>BAB III.....</b>	<b>41</b>
<b>METODE PERANCANGAN.....</b>	<b>41</b>
3.1 Metode Riset Desain.....	41
3.2 Metode Pengumpulan Data.....	43
3.3 Data dan Analisis.....	45
3.3.1 Profil Klien.....	45
3.3.2 Product Knowledge.....	48
3.3.3 Kompetitor.....	49
3.3.4 Consumer Insight.....	52
3.3.5 Positioning.....	55
3.3.6 Hasil Analisis Data.....	55
3.4 Arahan Kreatif.....	59
<b>BAB IV.....</b>	<b>63</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>63</b>
4.1 Konsep Visual.....	63
4.1.1 Mindmap.....	63
4.1.2 Moodboard.....	64
4.2 Proses Desain.....	65
4.2.1 Sketsa Kasar.....	66
4.2.2 Sketsa Halus.....	67
4.2.3 Desain Komprehensif.....	69
4.2.4 Desain Terpilih.....	72
4.2.5 Revisi.....	75
4.2.6 Testing.....	81
4.3 Media Pendukung.....	84
4.3.1 Banner.....	84
4.3.2 X-Banner.....	85
4.3.3 Umbul-umbul.....	86
4.3.4 Sosial Media.....	86
4.4 Pertimbangan Produksi.....	87
<b>BAB V.....</b>	<b>89</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>89</b>
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran.....	90





## **© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

### **Hak Cipta :**

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

DAFTAR REFERENSI.....	91
LAMPIRAN.....	100





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data grafik pertumbuhan Industri Real Estate, 2010 – 2023.....	1
Gambar 2.1 Media Promosi Merchandise.....	12
Gambar 2.2 Media Promosi Media Sosial.....	13
Gambar 2.3 Media Promosi Website.....	14
Gambar 2.4 Media Promosi Banner.....	15
Gambar 2.5 Media Promosi X-Banner.....	15
Gambar 2.6 Media Promosi Umbul-umbul.....	16
Gambar 2.7 Media Promosi Brosur.....	17
Gambar 2.8 Teori Lasswell.....	19
Gambar 2.9 Pengaplikasian Elemen Visual Titik.....	22
Gambar 2.10 Pengaplikasian Elemen Visual Garis.....	23
Gambar 2.11 Bentuk geometri.....	24
Gambar 2.12 Bentuk Natural.....	24
Gambar 2.13 Bentuk Abstrak.....	25
Gambar 2.14 Pengaplikasian Elemen Visual Tekstur.....	25
Gambar 2.15 Pengaplikasian Gambar Fotografi Pada Brosur.....	26
Gambar 2.16 Pengaplikasian Gambar Ilustrasi Pada Brosur.....	27
Gambar 2.17 Penggunaan Jenis Huruf Serif Pada Brosur.....	29
Gambar 2.18 Pengaplikasian Jenis Huruf Sans Serif Pada Brosur.....	30
Gambar 2.19 Pengaplikasian Jenis Huruf Script.....	30
Gambar 2.20 Color Wheel.....	31
Gambar 2.21 Additive Color.....	32
Gambar 2.22 Subtractive Color.....	33
Gambar 2.23 Hue, Value, Saturation.....	33
Gambar 2.24 Color Harmony Monochrome.....	34
Gambar 2.25 Color Harmony Complementary.....	35
Gambar 2.26 Color Harmony Split complementary.....	35
Gambar 2.27 Color Harmony Triadic.....	36
Gambar 2.28 Color Harmony Tetradic.....	36
Gambar 2.29 Color Harmony Analog.....	37
Gambar 2.30 Layout Margin.....	38
Gambar 2.31 Layout Grid.....	39
Gambar 2.32 Metode Desain Thinking.....	41
Gambar 3.1 Logo PT. Widia Persada.....	46
Gambar 3.2 Penghargaan Top 50 Bank BTN Most Valuable Developers 2023....	47
Gambar 3.3 Perumahan Diamond Hills dan Diamond Gardenia.....	48

### Hak Cipta :

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

Gambar 3.4 Logo Casa Grande.....	49
Gambar 3.5 Gambar 3D rumah Casa Grande 1 ½ lantai.....	50
Gambar 3.6 Logo Premier Promenade.....	51
Gambar 3.7 Feeds Akun Instagram YVE Habitat Agua.....	52
Gambar 4.1 Mindmap.....	65
Gambar 4.2 Moodboard.....	66
Gambar 4.3 Sketsa kasar.....	67
Gambar 4.4 Sketsa Brosur Alternatif 1.....	69
Gambar 4.5 Sketsa Brosur Alternatif 2.....	70
Gambar 4.6 Sketsa Brosur Alternatif 3.....	71
Gambar 4.7 Desain Komprehensif Cover Depan.....	72
Gambar 4.8 Desain Komprehensif Isi.....	73
Gambar 4.9 Desain Komprehensif Cover Belakang.....	74
Gambar 4.10 Desain Terpilih.....	75
Gambar 4.11 Sketsa Halus Revisi 1.....	77
Gambar 4.12 Desain Komprehensif Revisi 1.....	77
Gambar 4.13 Sketsa Halus Revisi 2.....	79
Gambar 4.14 Desain Komprehensif Revisi 2.....	79
Gambar 4.15 Hasil Prototipe Cetak.....	82
Gambar 4.16 Color Palette Casa Grande.....	84
Gambar 4.17 Font Family Montserrat.....	84
Gambar 4.18 Banner.....	89
Gambar 4.19 X-Banner.....	89
Gambar 4.20 Umbul-umbul.....	90
Gambar 4.21 Sosial Media.....	91

### Hak Cipta :

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



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3.1 Analisis Matriks SWOT.....	55
Tabel 3.2 Arahan Kreatif.....	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Log Book Bimbingan.....	75
Lampiran 2 Hasil Turnitin.....	101
Lampiran 3 Hasil Survey Kuesioner di Google Form.....	76
Lampiran 4 Transkrip Wawancara.....	84
Lampiran 5 Hasil testing <i>Google Form</i> .....	111
Lampiran 6 Hasil Transkrip Wawancara dengan Target Pasar.....	118





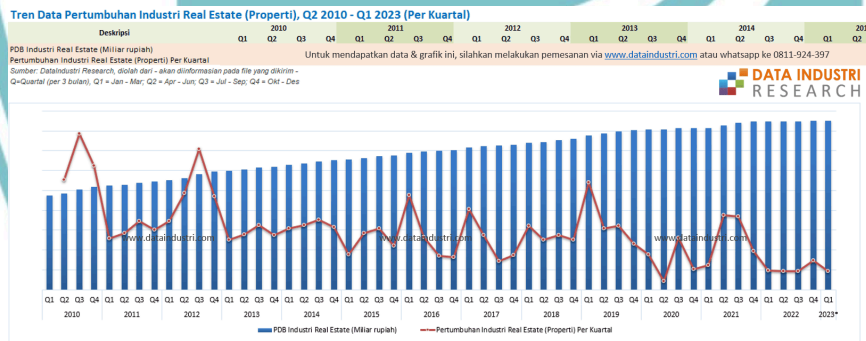
Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 perumahan di Indonesia mengalami perkembangan pesat seiring dengan laju pertumbuhan penduduk yang tinggi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023, laju pertumbuhan penduduk di Indonesia mencapai 1,13%. Permintaan perumahan terus meningkat setiap tahun, terutama di kota-kota besar yang menjadi pusat pemukiman dan kegiatan ekonomi di Indonesia (Amirudin et.al., 2014). Berdasarkan Data Industri Research, sektor properti (*real estate*) mencatat kinerja tahunan (*year on year*) yang positif hingga kuartal dua tahun 2023. Tren pertumbuhan positif ini merupakan kelanjutan dari kinerja positif tahun-tahun sebelumnya. Dengan meningkatnya kebutuhan perumahan, semakin banyak pengembang berlomba-lomba membangun proyek perumahan baru.



Gambar 1.1 Data grafik pertumbuhan Industri Real Estate, 2010 – 2023

Sumber: [www.dataindustri.com](http://www.dataindustri.com)

Dalam menjalankan usaha, perusahaan harus menghadapi persaingan yang sangat ketat, sehingga diperlukan strategi pemasaran yang efektif untuk dapat bersaing (Paula dan Roni, 2022). Strategi pemasaran yang baik menjadi kunci utama keberlanjutan bisnis. Strategi pemasaran tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan jumlah konsumen, tetapi juga mencakup penggunaan media promosi sebagai alat untuk menarik perhatian konsumen (Soraya et.al., 2020).





## © 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 adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa kepada masyarakat luas. Tujuan dari promosi adalah agar masyarakat dapat mengenal, memahami, memiliki, dan loyal terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Arrizqi et.al., 2022). Salah satu aspek terpenting dalam promosi adalah memilih media promosi yang tepat, seperti *merchandise*, media sosial, *banner*, *x-banner*, umbul-umbul, brosur, *website* dan lainnya. Brosur merupakan salah satu media promosi yang efektif untuk memasarkan produk atau jasa. Brosur dapat menarik calon konsumen dan menarik minat mereka untuk membeli produk tersebut (Ekanto dan Nababan, 2018). Menurut Tsaniyyah et.al., (2022), keunggulan brosur adalah kemampuannya menyampaikan pesan secara menyeluruh, memberikan waktu bagi konsumen untuk mempertimbangkan pesan yang disampaikan, karena bersifat cetak dan informasinya permanen.

Casa Grande adalah sebuah kompleks perumahan baru yang berlokasi di daerah Limo, Depok, dan dikelola oleh PT. Widia Persada. Proyek perumahan Casa Grande menggunakan sistem *indent*, sehingga saat ini lokasi perumahan masih kosong dan belum ada pembangunan yang dimulai. Sebelum calon konsumen bertemu dengan *sales*, mereka biasanya mendapatkan informasi melalui media promosi seperti brosur. Namun, perusahaan ini belum memiliki media promosi yang memadai. Oleh karena itu, desain media promosi yang menarik sangat dibutuhkan untuk menarik minat konsumen. Berdasarkan survei yang dilakukan terhadap target pasar Casa Grande, 41,7% responden menganggap brosur sebagai media promosi perumahan yang sangat efektif, sementara 30,6% lainnya menganggapnya efektif. Dari survei tersebut, dapat disimpulkan bahwa brosur adalah media promosi yang efektif. Calon konsumen umumnya mendapatkan dan mencari informasi mengenai perumahan yang dijual melalui media sosial dan brosur. Informasi penting yang perlu disertakan dalam brosur perumahan meliputi lokasi dan aksesibilitas, denah dan tipe rumah, serta harga dan skema pembayaran. Ilustrasi atau gambar 3D rumah dengan proporsi gambar dan teks yang seimbang, menggunakan gaya modern minimalis serta warna netral dan pastel adalah desain yang disukai oleh target pasar Casa Grande.



**Hak Cipta :**

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

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang sudah dijabarkan, dapat disimpulkan rumusan masalah dalam proyek Tugas Akhir yaitu “Bagaimana merancang media promosi proyek perumahan Casa Grande sebagai upaya menarik minat konsumen?”.

## 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam menggarap tugas akhir ini, akan ditetapkan ruang lingkup pembahasan untuk memfokuskan pada perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande, yaitu:

1. Proses perancangan media promosi brosur untuk proyek perumahan Casa Grande sebagai media promosi utama.
2. Proses penerapan prinsip dan teori desain pada Perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande.
3. Proses penerapan perancangan desain media promosi proyek perumahan Casa Grande ke dalam media brosur, banner, x-banner, umbul-umbul, *merchandise*, dan media sosial.

## 1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun manfaat yang diperoleh dalam pembahasan proyek tugas akhir perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande, yaitu:

### 1.4.1 Tujuan

Tujuan dari proyek ini adalah:

1. Menjelaskan proses perancangan media promosi yang dapat menarik minat konsumen untuk proyek perumahan Casa Grande.
2. Menerapkan teori-teori pemasaran dan desain grafis dalam strategi promosi yang efektif.
3. Menghasilkan media promosi yang informatif dan menarik untuk memperkuat citra dan penjualan proyek perumahan.





**Hak Cipta :**

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

### 1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari proyek ini adalah:

1. Manfaat bagi Penulis:

Penelitian ini memberikan kesempatan bagi penulis untuk mengembangkan keterampilan dan pengetahuannya dalam merancang media promosi, serta melatih kemampuan dalam merumuskan solusi kreatif terhadap tantangan pemasaran yang dihadapi.

2. Manfaat bagi Klien/Perusahaan:

Hasil dari perancangan media promosi diharapkan dapat efektif dalam mendukung strategi promosi klien, seperti meningkatkan *brand awareness* dan mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap perusahaan atau produk yang dipromosikan.

3. Manfaat bagi Pengembangan Ilmu Pengetahuan:

Penelitian ini dapat menjadi sumbangan bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang pemasaran dan desain grafis. Hasilnya dapat menjadi referensi bagi peneliti atau akademisi dalam penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan topik yang sama atau sejenis.

4. Manfaat bagi Praktisi dan Industri:

Hasil dari penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan praktis bagi praktisi pemasaran dan desain grafis dalam merancang media promosi yang efektif. Hal ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas dan kinerja industri dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam menyusun tugas akhir ini, penulisan disusun secara sistematis untuk memastikan materi disajikan secara terstruktur dan mudah dipahami. Adapun susunan penulisan tugas akhir "Perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande sebagai upaya menarik minat konsumen" adalah 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

**BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini akan menjelaskan latar belakang masalah yang melatarbelakangi perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande, serta rumusan masalah yang dihadapi, ruang lingkup pembahasan, tujuan, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan yang akan digunakan dalam penyusunan tugas akhir ini.

**BAB II LANDASAN PERANCANGAN**

Pada bab ini, akan disajikan kajian teoritis yang menjadi dasar dalam perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande. Teori-teori yang digunakan akan disusun secara terstruktur dan bersumber dari artikel, jurnal, dan literatur terkait.

**BAB III METODE PERANCANGAN**

Bab ini akan menguraikan metode yang akan digunakan dalam mengumpulkan data untuk merancang media promosi proyek perumahan Casa Grande. Selain itu, data dan fakta mengenai proyek Casa Grande akan disusun menjadi arahan kreatif yang menjadi panduan dalam proses perancangan.

**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi proses perancangan desain media promosi Casa Grande. Dimulai dari tahap pengembangan ide dengan menggunakan *mindmap* dan moodboard lalu tahap pembuatan sketsa kasar, sketsa halus, desain komprehensif, desain terpilih, revisi, dan media turunan yang digunakan untuk mendukung kegiatan promosi.



**Hak Cipta :**

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

**BAB V PENUTUP**

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran berdasarkan hasil Perancangan Media Promosi Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Menarik Minat Konsumen.







Hak Cipta :

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Melalui proses Perancangan Media Promosi untuk Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Menarik Minat Konsumen, berikut adalah kesimpulan yang didapat selama pelaksanaannya:

1. Proses perancangan media promosi brosur proyek perumahan Casa Grande menggunakan metode *design thinking* yang memiliki lima tahapan yaitu, *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. *Empathize* dilakukan dengan pengumpulan data melalui metode gabungan (*mix method*) yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif. Dalam proses pengumpulan ini, dilakukan proses wawancara klien secara langsung, penyebaran kuesioner kepada target pasar secara *online* melalui *google form*, observasi ke proyek perumahan Casa Grande dan perumahan serupa, serta studi literatur melalui buku, jurnal, artikel ilmiah, *website*, atau penelitian serupa. Berdasarkan hasil yang diperoleh, tahap selanjutnya adalah proses *define* yang mengidentifikasi latar belakang dan data sehingga membentuk *creative brief* yang menjadi acuan dalam perancangan ini. Pada *creative brief*, ada dua poin penting yang akan terus menjadi dasar dalam proses perancangan ini yaitu *key message* dan *design tone and manner* dari Casa Grande. *key message* dari Casa Grande adalah perumahan modern minimalis lokasi strategis dekat jaksel untuk anak muda dengan harga yang kompetitif dengan berbagai keuntungan dan kemudahan. Sedangkan *design tone and manner* dari Casa Grande adalah *modern minimalist*. Pada proses ini juga dibuat analisis SWOT guna membuat strategi promosi yang efisien. Tahap *ideate* menghasilkan bentuk kreatif dengan *brainstorming* melalui *mindmap* yang menghasilkan kata kunci yaitu geometrik, *simplicity*, dan gedung. Dari kata kunci tersebut lalu dibuat *moodboard* yang berisi kumpulan referensi visual gambar, warna, bentuk, *layout*, dan tipografi. Tahap *prototype* melibatkan pembuatan sketsa kasar, sketsa halus, desain komprehensif, hingga desain terpilih. *Test* dilakukan



Hak Cipta :

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

menggunakan dua metode yaitu kuesioner dan wawancara kepada target pasar. Hasil *testing* yang dilakukan menunjukkan bahwa responden setuju bahwa desain yang telah dibuat dapat menarik minat mereka sebagai calon konsumen.

2. Teori yang digunakan pada perancangan ini adalah teori *layout*, tipografi, warna, dan lain-lain. *Cover* depan menggunakan prinsip keseimbangan simetris dengan fokus di tengah. Penggunaan *grid column* membantu dalam membuat *layout* yang *clean* dengan penggunaan *white space* yang banyak. Selain itu, prinsip penekanan digunakan juga pada *cover* depan, tepatnya pada *headline* yang dibuat *text effect* guna menarik perhatian. Tipografi yang digunakan adalah jenis sans serif *legibility* yang baik supaya tulisan mudah dibaca konsumen. *Font* ini juga digunakan untuk membuat desain media promosi semakin terkesan modern. Elemen, *frame*, *icon*, dan ornamen tercipta dari bentuk-bentuk geometri yang semakin konsisten agar membuat desain media promosi menjadi *modern minimalist*. Ditambah lagi dengan gambar-gambar yang disesuaikan dengan konsep desain, lalu disandingkan dengan teks dengan proporsi yang seimbang membantu calon konsumen dalam menerima informasi yang ada di dalam media promosi. Warna yang digunakan juga hanya hitam dan putih sebagai warna dari Casa Grande, sedangkan warna lainnya berasal dari warna pada gambar yang masih sesuai dengan konsep visual Casa Grande. Seluruh teori dan prinsip yang digunakan membuat pembaca mudah menangkap informasi, memvisualisasikan gambar, memudahkan membaca dan menyerap tulisan, dan lainnya. Seluruh proses ini sangat membantu dalam proses pembuatan media promosi yang sesuai dan efisien.
3. Media pendukung yang digunakan adalah *banner*, *x-banner*, umbul-umbul, dan sosial media. Penciptaan media promosi harus memiliki kesatuan sehingga dibutuhkan desain yang konsisten di setiap media promosinya. Oleh karena itu segala elemen seperti gambar, tipografi, warna, dan lain sebagainya harus ditentukan terlebih dahulu baru





**Hak Cipta :**

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

diaplikasikan ke dalam media promosi lainnya sesuai bentuk, ukuran, dan kebutuhannya.

**5.2 Saran**

Dari proses perancangan media promosi proyek perumahan Casa Grande sebagai upaya menarik minat konsumen, terdapat saran yang bisa dipertimbangkan untuk perancangan atau penelitian serupa berikutnya agar menjadi lebih baik, yaitu sebagai berikut:

1. Dalam proses perancangan desain media promosi, terutama brosur, perlu memperhatikan tujuan yang ingin dicapai dengan serius. Hal tersebut bertujuan supaya proses perancangan selalu terarah menuju target yang ingin dicapai
2. Analisis dan penggunaan data yang telah dihimpun perlu dilakukan dengan semaksimal mungkin. Dari data-data tersebut dapat dijadikan acuan untuk strategi, media promosi yang akan digunakan, pemilihan gaya desain, dan informasi yang perlu dimasukkan pada media promosi.



**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**





## DAFTAR REFERENSI

- Amanah, S. (2015). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera: Kajian Keagamaan, Keilmuan dan Teknologi*, 13(1), 47-55.
- Amirudin, A.S., Setyanto, D.W., & Yanuarsari, D.H. (2014). Perancangan Media Komunikasi Visual Sebagai Sarana Promosi Perumahan Villa Esperanza Di Semarang.
- Anagari, A. M. (2021). Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian pada marketplace shopee, Doctoral dissertation, Stie Malangkeucecwara.
- Andrianof, H. (2018). Rancang bangun sistem informasi promosi dan penjualan pada toko ruminansia berbasis web. *Jurnal Pti (Pendidikan Dan Teknologi Informasi) Fakultas Keguruan Ilmu Pendidikan Universita Putra Indonesia" YPTK" Padang*, 11-19. DOI: <https://doi.org/10.35134/jpti.v5i1.2>
- Anggara, B. (2017). Perancangan media promosi PAUD nirmala Sidoarjo Jawa Timur melalui media brosur, Doctoral dissertation, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Jakarta: PNJ Press.
- Anindya, W. D. (2022). Strategi menulis teks promosi (copywriting) di instagram untuk meningkatkan penjualan onlineshop. *JAST: Jurnal Aplikasi Sains Dan Teknologi*, 5(2), 148-155.
- Annafi, I. W. (2021). Pengembangan Toko Online untuk Kerajinan Tangan Menggunakan Pendekatan Design Thinking.
- Anwar, F. (2017). Perubahan dan permasalahan media sosial. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, dan Seni*, 1(1), 137-144.
- 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)*, 8(3).
- Arrizqi, M.F., Rahmawati, A., & Roziq, A.I.A. (2022). Perancangan brosur sebagai media promosi jimshoney kendal. *Jurnal Teknik Informatika dan Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 26-36.
- Chair, A., & Sabri, M. (2022). Perancangan tipografi kreasi dari ornamen melayu deli terali biola. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(2), 67-76.
- Clara, C. (2021). Pengaruh desain dan manfaat kemasan terhadap minat pembelian FMCG. *Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 19(1), 01-24.
- Data Industri Research. April 5, 2024. <https://www.dataindustri.com/produk/tren-data-pertumbuhan-industri-real-e-state-properti/>.
- Dewi Sri, K. (2023). The effect standing banner media on the level of knowledge and attitude of personal hygiene food handlers in the wingko babat x industry bantul district, Doctoral dissertation, Poltekkes Kemenkes Yogyakarta.

### Hak Cipta :

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



**Hak Cipta :**

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

- Disemadi, H. S., & Romadona, H. G. (2021). Kajian hukum hak pencipta terhadap desain grafis gratis yang dipergunakan kedalam produk penjualan di Indonesia. *Jurnal Meta-Yuridis*, 4(2).
- Ekanto, C.A.M., & Nababan, S. (2018). Strategi pemasaran melalui brosur. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunika*, 2(1), 50-60.
- Enterprise, J. (2018). *Desain grafis komplet*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Eva, Y., & Ds, S. (2020). *Suatu Pengantar: Metode dan Riset Desain Komunikasi Visual DKV*. Yogyakarta: Deepublish.
- Fauzi, K., & Jati, R.P. (2019). Kekuatan statement pada produksi dokumenter “toleransi untuk cinta”. *Pantarei*, 3(04).
- Ferdinand, P. (2022). Strategi promosi ATL dan BTL dari marketing public relations atria hotel gading serpong dalam relaunching grand ballroom, Doctoral dissertation, Universitas Kristen Satya Wacana.
- Hartadi, M.G., Swandi, I.W., & Mudra, I.W. (2020). Warna dan prinsip desain User Interface (UI) dalam aplikasi seluler “bukaloka”. *Jurnal Dimensi DKV: Seni Rupa dan Desain*, 5(1), 105-119. DOI: <https://doi.org/10.25105/jdd.v5i1.6865>.
- Inayah, I. I., Ningsih, A.W., Mawaddah, A.L.A., Hanifah, U., & Anam, K. (2023). Implementation of picture description method through picture banner media in arabic language learning. *Al-Ittijah: Jurnal Keilmuan dan Kependidikan Bahasa Arab*, 15(2), 130-140.
- Istanti, F. (2017). Pengaruh harga, kepercayaan, kemudahan berbelanja dan e-promosi terhadap keputusan pembelian belanja online di kota surabaya. *Jurnal Bisnis Teknologi*, 4(1), 14-22.
- Jamaludin, A., Arifin, Z., & Hidayat, K. (2015). Pengaruh promosi online dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 21(1).
- Jayatanti, F.D., Isnawati, S.I., & Widagdo, T.H. (2022). Teknik copywriting harga untuk marketing online bagi pelaku umkm kerajinan dan souvenir di desa Pucang, Kabupaten Magelang. *Jurnal Bakti Humaniora*, 2(2), 21-27.
- Julianto, I.N.L., Wirakesuma, I.N., Swandi, I.W., & Adnyana, I.N.W. (2022). Pendampingan mendesain merchandise ‘tari leko’ desa kukuh kerambitan tabanan-bali. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(1), 73-80.
- Kusumadinata, A.A., Amalia, N., Biralda, N., & Hanafi, H. (2023). Rekognisi melalui webinar branding desain grafis di era 4.0. *Jurnal Pengabdian Pasca Unisti (JURDIANPASTI)*, 1(1), 45-60.
- Larasati, P.K.P., (2021). Efektivitas content creator dalam strategi promosi di era digital. In *SANDI: Seminar Nasional Desain 1*, 126-133.
- Linda, R. (2018). *Graphic Design Solution*. Boston: Cengage Learning.
- Lin, C.H., & Wang, J.W. (2017). Distortion of price discount perceptions through the left-digit effect. *Marketing Letters*, 28, 99-112.
- Listyawati, I. H. (2016). Peran penting promosi dan desain produk dalam membangun minat beli konsumen. *Jurnal Bisnis, Manajemen, Dan Akuntansi*, 3(1).





**Hak Cipta :**

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

- Madani, M., Setyanto, A., & Sofyan, A.F. (2018). Penerapan augmented reality pada media promosi (Brosur) STMIK Bumigora Mataram berbasis android. *Respati*, 13(3). DOI: <https://doi.org/10.35842/jtir.v13i3.263>.
- Mardiah, H.S. (2020). Segmentasi citra untuk pencarian kode warna cat menggunakan metode thershold hsv. *Bulletin of Information Technology (BIT)*, 1(3), 134-143.
- Maulana, R., Maulana, M.S., Winnarto, M.N., Iqbal, M., & Lailiah, B. (2022). Pelatihan menjadi talenta digital dengan copywriting. *Jurnal Penelitian dan Pengabdian Masyarakat Jotika*, 2(1), 12-15.
- Meilani, M. (2013). Teori warna: penerapan lingkaran warna dalam berbusana. *Humaniora*, 4(1), 326-338.
- Mirza, I.M.M. (2022). Efektifitas implementasi tipografi dalam desain grafis berdasarkan perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visualideas*, 2(2), 70-75.
- Mubarat, H., & Ilhaq, M. (2021). Telaah nirmana sebagai proses kreatif dalam dinamika estetika visual. *Ekspresi Seni: Jurnal Ilmu Pengetahuan Dan Karya Seni*, 23(1), 125-139.
- Muhyidin, M.A., Sulhan, M.A., & Sevtiana, A. (2020). Perancangan Ui/Ux Aplikasi my cic layanan informasi akademik mahasiswa menggunakan aplikasi figma. *Jurnal Digit: Digital of Information Technology*, 10(2), 208-219.
- Mukarom, Z. (2020). Teori-teori komunikasi. Bandung: UIN Sunan Gunung Djati.
- Nasution, M.F.R. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan obama PT. Nailah Adi Kurnia SEI Mencirim Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis*, 14(2).
- Natalisa, H., & Febriani, R. (2019). Perancangan busybook sebagai produk merchandise untuk yayasan hayu maca. *EProceedings of Art & Design*, 6(2).
- 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-desa-in-grafis>.
- Paula, W., & Roni, M. (2022). Pengaruh periklanan dan promosi penjualan terhadap keputusan pembeli pada perumahan asri residence jakabaring. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 10(3), 937-949.
- Purnomo, B. Y. (2013). Karakteristik industri media luar ruang di Yogyakarta, Doctoral dissertation, UAJY.
- Putri, I.G.A.A.A. (2019). Analisis elemen-elemen visual dan makna billboard nu green tea “rasanya, bikin nyaman!”. In *Sandyakala: Prosiding Seminar Nasional Seni, Kriya, dan Desain*. 1, 73-80.
- Rahma, S. (2023). Perancangan video company profile alinia park & resort: perancangan video company profile. *Iam-Indonesia*, 1(3), 231-244.
- Salman, S., & Sholihah, D.D. (2024). Pemanfaatan desain banner guna meningkatkan ketertarikan konsumen pada UMKM kelurahan gunung anyar tambak. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(2), 2179-2184. DOI: <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i2.2536>.





**Hak Cipta :**

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

- Saputra, A.B. (2014). Pengaruh media placement iklan luar ruang terhadap tingkat brand awareness, Doctoral dissertation, UAJY.
- Septyadi, M.A.K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). Literature review keputusan pembelian dan minat beli konsumen pada smartphone: harga dan promosi. *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 3(1), 301-313. DOI: <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1>.
- Setiautami, D. (2011). Eksperimen tipografi dalam visual untuk anak. *Humaniora*, 2(1), 311-317. DOI: <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i1.3011>.
- Setiawan, A. (2017). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Brand Rolarala. Semarang: Universitas Negeri Semarang.
- Setiawan, B., & Arfa, M. (2019). Efektifitas promosi perpustakaan dalam bentuk brosur terhadap minat kunjung pemustaka: studi kasus di kantor arsip dan perpustakaan kabupaten pati jawa tengah. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 7(1), 231-240.
- Soraya, A., Ajie, H., & Oktaviani, V. (2020). Pengembangan animasi 3D berbasis virtual reality pada media promosi perumahan cluster green biduri. *Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 4(1), 35-38. DOI: <https://doi.org/10.21009/pinter.4.1.8>.
- Supardi, S., Yusri, M., Zamri, A.T., & Ak, U.A. (2021). Analisis bauran promosi dan pengaruhnya terhadap kinerja pemasaran usaha mikro kecil dan menengah di Kabupaten Kampar. *Menara Ilmu: Jurnal Penelitian dan Kajian Ilmiah*, 15(1). DOI: <https://doi.org/10.31869/mi.v15i1.2177>.
- Syafira, D., & Akbar, D. (2023). Penggunaan digital advertising dalam promosi championship event oleh myedusolve. *Bisnis Event*, 4(13), 1-9.
- Syahputra, R., 2019. Strategi pemasaran dalam alquran tentang promosi penjualan. *Ecobisma: Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 6(2), 83-88.
- Syofwan, M. H., & Purnomo, E. (2024). Perancangan animasi 2D warisan budaya senjata tradisional kerambit. *Misterius: Publikasi Ilmu Seni dan Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 83-91.
- Tsaniyyah, N., Pramesti, R.D., & Imam, S. (2022). Perancangan media promosi brosur mitra umi pt. bank rakyat indonesia. In *proceeding seminar nasional teknologi cetak dan media kreatif (tetamekraf)*, 1(2), 368-376.
- Walandouw, J.A., Worang, F.G., & Wenas, R. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi pariwisata pada rumah alam manado adventure park. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 10(1), 340-349.
- Wibowo, R. A. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Semarang: Radna Andi Wibowo.
- Winasis, C.L.R., Widiyanti, H.S. and Hadibrata, B., 2022. Determinasi keputusan pembelian: harga, promosi dan kualitas produk. *Jurnal Ilmu Manajemen Terapan*, 3(4), 399-410.
- Wulandari, D. (2019). Pengaruh media promosi terhadap minat anggota koperasi bmt al-hasanah mandiri sejahtera kecamatan sekampung kabupaten lampung timur, Doctoral dissertation, IAIN Metro.
- Yuliantanti, A. (2008). *Bekerja Sebagai Desainer Grafis*. Jakarta Selatan: Erlangga.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Yulius, Y. (2016). Peranan desain komunikasi visual sebagai pendukung media promosi kesehatan. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 1(3). DOI: <https://doi.org/10.36982/jsdb.v1i2.132>.



### Hak Cipta :

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

Lampiran 1 Log Book Bimbingan Tugas Akhir

**LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR**

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS  
 JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
 POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA: Muhammed Fainur Taqyuddin  
 NAMA PEMBIMBING: Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si  
 JUDUL TUGAS AKHIR: Perancangan Media Promosi Proyek Penunahan Caus Grande sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen

KETERANGAN:  
 1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa  
 2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing  
 3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan tugas akhir sebelum sidang

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	26 Maret 2024	1. Pertajam lagi untuk latar belakangnya, jangan lupa sertakan sumber referensi arsip.com, rsh.com	Penyempurnaan Latar belakang
2	28 Maret 2024	Revisi bagian latar belakang. Lanjut bab 1 sisanya.	Revisi latar belakang dan melanjutkan bab 1
3	tujuh belas April 2024	Bab 1 masih belum sempurna	Revisi bab 1
4	14 Mei 2024	bab 1 sudah oke, bab 2 selesaikan kerangka teori. Bab 3 didahulukan karena mendasar dan esensial	Pembuatan kerangka teori serta pembuatan kuesioner
5	20 Mei 2024	Kuesionernya dibuat menggunakan skala likert dengan lebih proper, bahasa dan penempatan disesuaikan	Revisi kuesioner
6	21 Mei 2024	Bab 3 masih perlu direvisi, bab 2 silakan dilanjutkan lagi	Revisi bab 3 dan pencidilan bab 2
7	22 Mei 2024	kuesioner sudah oke. Bab 3 sudah lumayan, lanjutkan lagi	lanjutkan penyebaran kuesioner dan lanjut pembuatan bab 2 dan 3
8	27 Mei 2024	Bab 3 sudah oke, hanya revisi sedikit saja. Bab 2 juga sudah oke	Selesai, submit dan lanjut pembuatan ppt
9	3 Juli 2024	Mindmap masih basic	revisi mindmap lagi, bimbingan lagi besok
10	4 Juli 2024	Sudah bagus mindmapnya, lanjut ke moodboard	Pembuatan moodboard
11	8 Juli 2024	Moodboard kurang unity	Revisi moodboard
12	9 Juli 2024	Moodboard sudah oke, lanjut sketsa kasar	pembuatan sketsa kasar
13	18 Juli 2024	Sudah bagus tapi gitu doang	Revisi prototype
14	19 Juli 2024	Nah gini bagus, tinggal disesuaikan beberapa lagi	Revisi desain komprehensif dan narasi mengepak
15	25 Juli 2024	Media turunan umbul-umbul dan banner sudah oke	Lanjut pembuatan media turunan lainnya
16	29 Juli 2024	Media utama, brosur, sudah keren	Lanjut pembuatan media turunan lainnya dan penulisan
17	30 Juli 2024	Roll banner untuk semnas sudah oke	Lanjut pembuatan media turunan lainnya dan penulisan
18	31 Juli 2024	Sudah oke brosur utamanya, fix, tinggal cetak massal	Lanjut pembuatan media turunan lainnya dan penulisan
19	3 Agustus 2024	Kuesioner dan wawancara sberima dengan beberapa perbaikan	lanjut perbaikan dan penyebaran kuesioner serta wawancara
20	5 Agustus 2024	Penulisan sudah oke, tinggal sisanya	lanjut penulisan
21	6 Agustus 2024	Semua sudah oke, penandatanganan	Selesai, submit dan lanjut pembuatan ppt

\*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



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

<b>LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR</b>			
<b>PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS</b>			
<b>JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN</b>			
<b>POLITEKNIK NEGERI JAKARTA</b>			
NAMA MAHASISWA: Muhammad Fairus Taqiyuddien			
NAMA PEMBIMBING: Yoda Putra Pratama, S.T., M.T			
JUDUL TUGAS AKHIR: Perancangan Media Promosi Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Meningkatkan Minat Konsumen			
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	22 Mei 2024	Kesalahan lembar pengesahan	Revisi lembar pengesahan
2	26 Mei 2024	Konfirmasi acc dosen ke 1	Segera mencari penandatanganan dosen ke 1
3	27 Mei 2024	sudah oke	Penandatanganan dosen ke 2
4	7 Juli 2024	Lanjut penulisan	Lanjut penulisan
5	6 Agustus 2024	Semua penulisan sudah oke	Penandatanganan dosen ke 2
6			
7			
8			

\*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

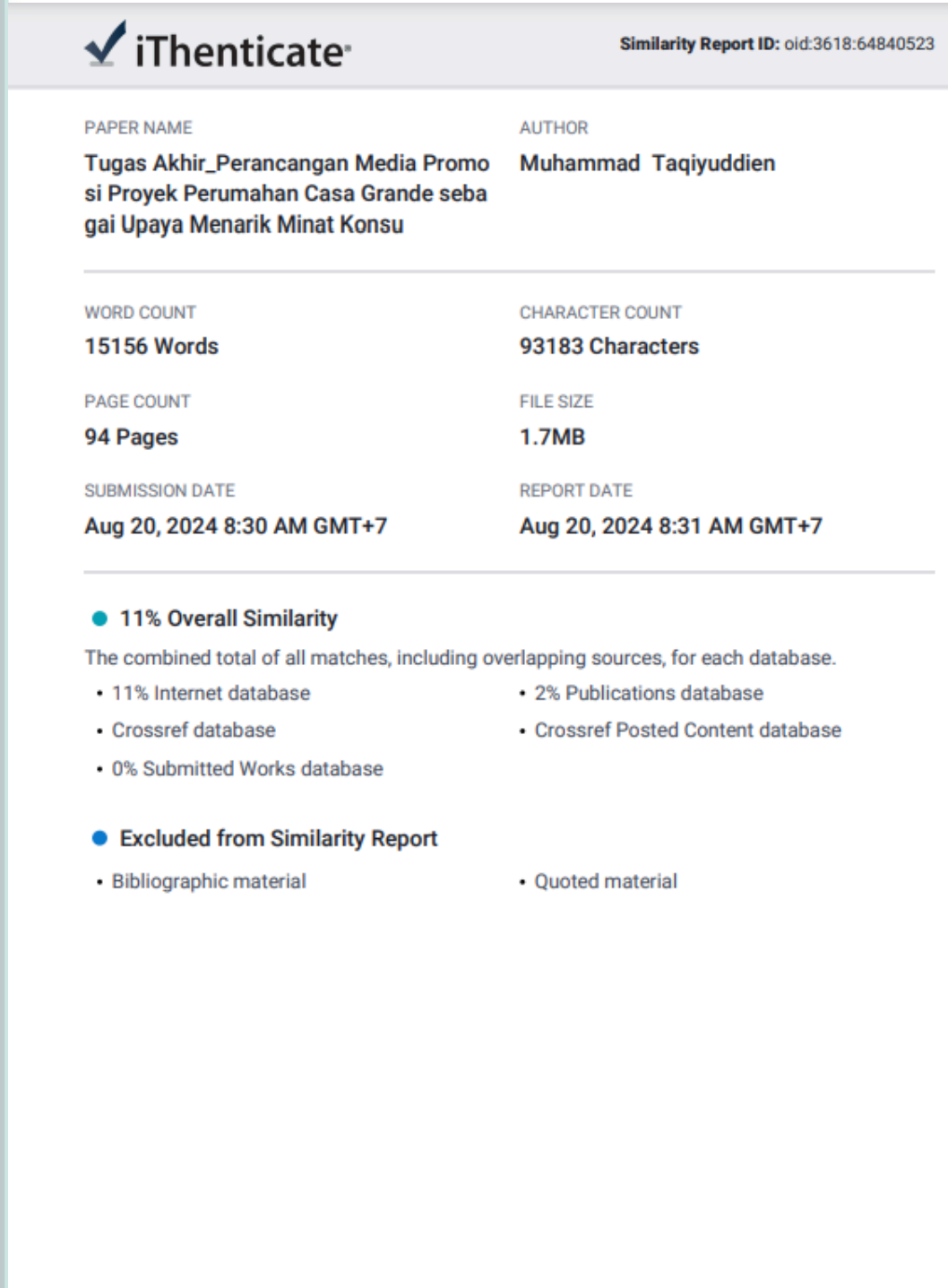
**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**



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

Lampiran 2 Hasil Turnitin



The image shows a screenshot of an iThenticate similarity report. At the top, the iThenticate logo is on the left and the report ID 'oid:3618:64840523' is on the right. The report is divided into two columns. The left column contains: PAPER NAME (Tugas Akhir\_Perancangan Media Promosi Proyek Perumahan Casa Grande sebagai Upaya Menarik Minat Konsu...), WORD COUNT (15156 Words), PAGE COUNT (94 Pages), and SUBMISSION DATE (Aug 20, 2024 8:30 AM GMT+7). The right column contains: AUTHOR (Muhammad Taqiyuddin), CHARACTER COUNT (93183 Characters), FILE SIZE (1.7MB), and REPORT DATE (Aug 20, 2024 8:31 AM GMT+7). Below this, there is a section for '11% Overall Similarity' with a sub-header 'The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.' This section lists four databases: Internet database (11%), Publications database (2%), Crossref database, and Crossref Posted Content database. Below that, there is a section for 'Excluded from Similarity Report' which lists 'Bibliographic material' and 'Quoted material'. A 'Summary' link is visible at the bottom right of the report area.

Summary



### Lampiran 3 Hasil survey Kuesioner di Google Form

#### 1. Usia

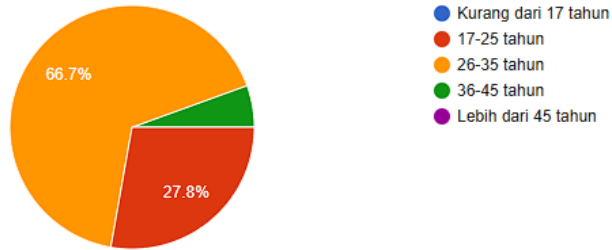
Usia

- Kurang dari 18 tahun
- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- Lebih dari 45 tahun

Usia

36 responses

 Copy



#### 2. Jenis kelamin

Jenis kelamin

- Laki-laki
- Perempuan



**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

JAKARTA



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

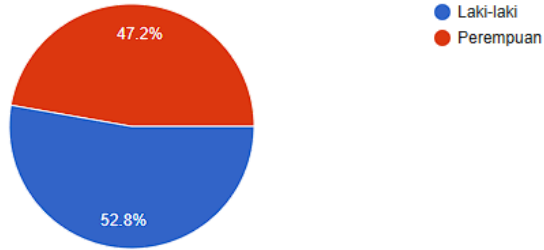
### Hak Cipta :

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

### Jenis kelamin

36 responses

Copy



### 3. Pekerjaan

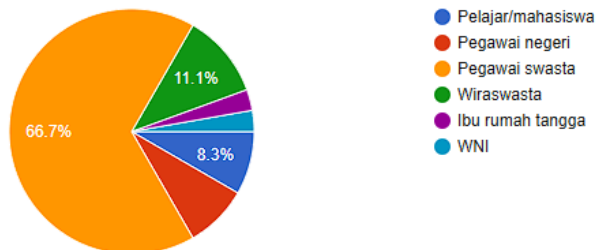
#### Pekerjaan

- Pejalar/mahasiswa
- Pegawai negeri
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Ibu rumah tangga
- Other: \_\_\_\_\_

### Pekerjaan

36 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

### 4. Domisili

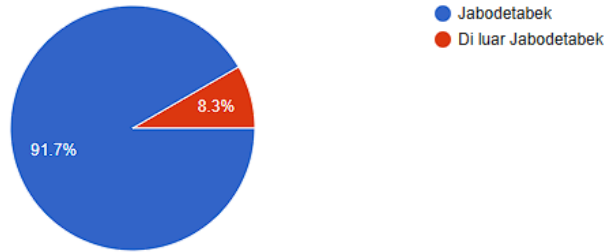
Domisili

- Jabodetabek
- Di luar Jabodetabek

Domisili

36 responses

Copy



### 5. Penghasilan bulanan

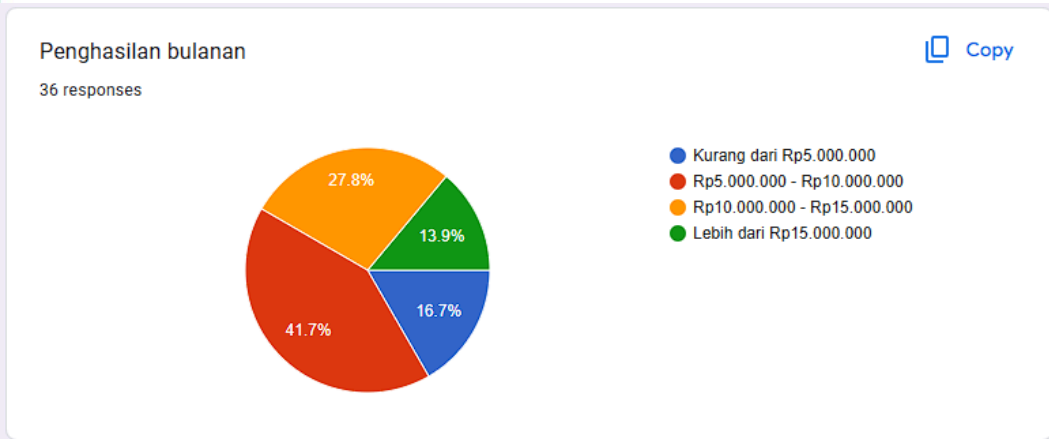
Penghasilan bulanan

- Kurang dari Rp5.000.000
- Rp5.000.000 - Rp10.000.000
- Rp10.000.000 - Rp15.000.000
- Lebih dari Rp15.000.000



Hak Cipta :

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



6. Apakah Anda sedang mencari atau berkeinginan untuk membeli/memiliki rumah?

Preferensi brosur perumahan

Apakah Anda sedang mencari atau berkeinginan untuk membeli/memiliki rumah? \*

Ya

Tidak





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

7. Dari mana Anda biasanya mendapatkan informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3)

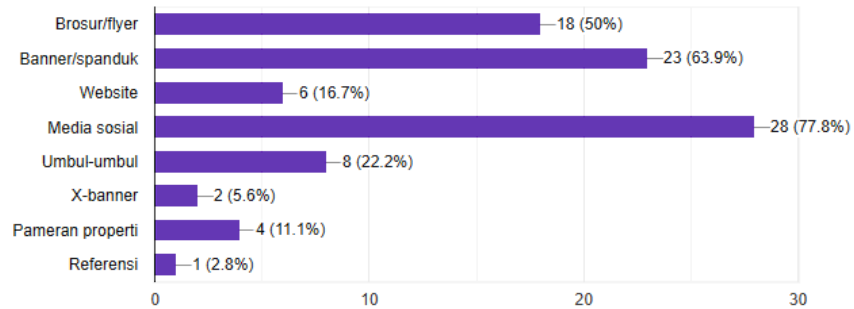
Dari mana Anda biasanya mendapatkan informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3) \*

- Brosur/flyer
- Banner/spanduk
- Website
- Media sosial
- Umbul-umbul
- X-banner
- Pameran properti
- Other: \_\_\_\_\_

Dari mana Anda biasanya mendapatkan informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3)

Copy

36 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

8. Di mana Anda biasanya mencari informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3)

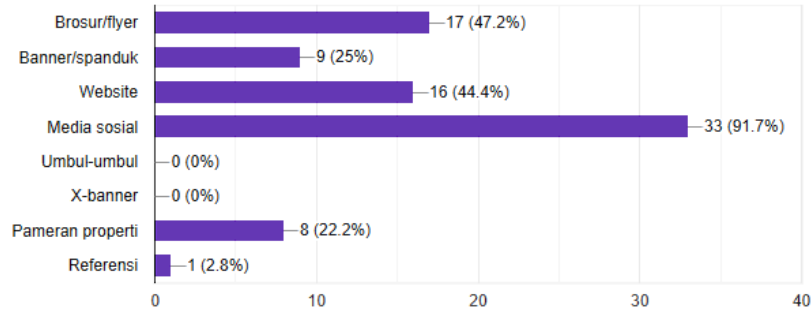
Di mana Anda biasanya mencari informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3) \*

- Brosur/flyer
- Banner/spanduk
- Website
- Media sosial
- Umbul-umbul
- X-banner
- Pameran properti
- Other: \_\_\_\_\_

Di mana Anda biasanya mencari informasi tentang perumahan yang sedang dijual? (pilih maksimal 3)

Copy

36 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

9. Menurut saya brosur merupakan salah satu media promosi perumahan yang efektif.

Menurut saya brosur merupakan salah satu media promosi perumahan yang efektif.

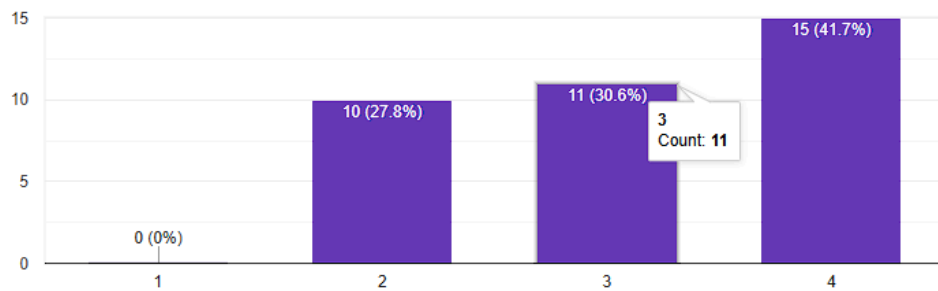
1                      2                      3                      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju

Menurut saya brosur merupakan salah satu media promosi perumahan yang efektif.

[Copy](#)

36 responses



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

10. Informasi apa yang menurut Anda paling penting untuk dimuat dalam brosur perumahan? (Pilih maksimal 3)

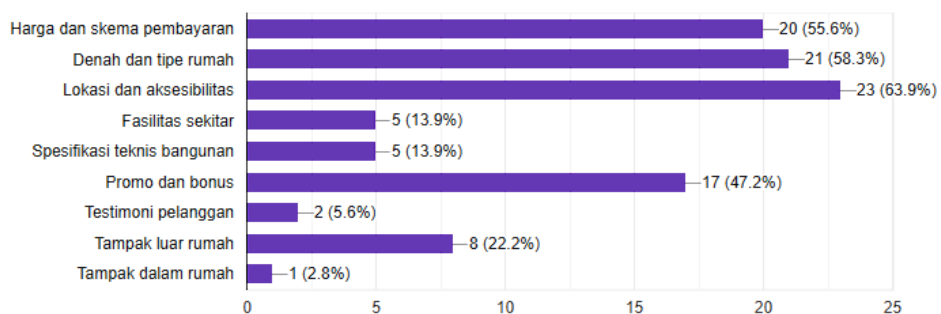
Informasi apa yang menurut Anda paling penting untuk dimuat dalam brosur perumahan? (Pilih maksimal 3) \*

- Harga dan skema pembayaran
- Denah dan tipe rumah
- Lokasi dan aksesibilitas
- Fasilitas sekitar
- Spesifikasi teknis bangunan
- Promo dan bonus
- Testimoni pelanggan
- Tampak luar rumah
- Tampak dalam rumah
- Other: \_\_\_\_\_

Informasi apa yang menurut Anda paling penting untuk dimuat dalam brosur perumahan? (Pilih maksimal 3)

Copy

36 responses







Hak Cipta :

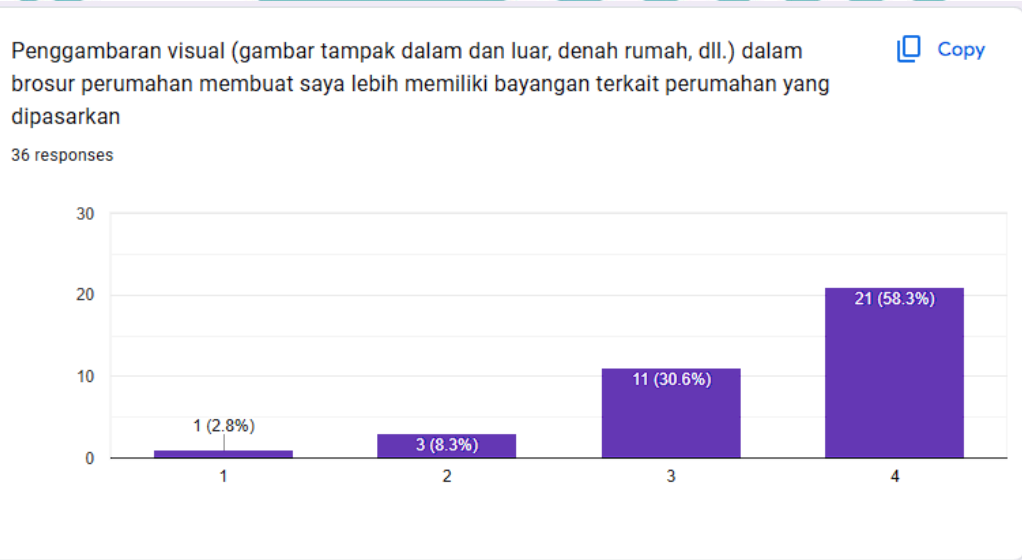
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

11. Penggambaran visual (gambar tampak dalam dan luar, denah rumah, dll.) dalam brosur perumahan membuat saya lebih memiliki bayangan terkait perumahan yang dipasarkan

Penggambaran visual (gambar tampak dalam dan luar, denah rumah, dll.) dalam brosur perumahan membuat saya lebih memiliki bayangan terkait perumahan yang dipasarkan \*

1      2      3      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju





Hak Cipta :

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

12. Informasi spesifikasi rumah secara umum (jumlah kamar, toilet, carport, dll.) dalam brosur perumahan menjadi salah satu pertimbangan saya dalam memilih rumah

Informasi spesifikasi rumah secara umum (jumlah kamar, toilet, carport, dll.) dalam brosur perumahan menjadi salah satu pertimbangan saya dalam memilih rumah \*

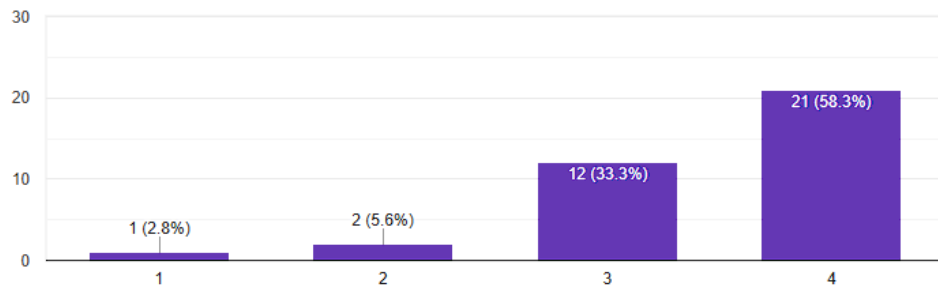
1                      2                      3                      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju

Informasi spesifikasi rumah secara umum (jumlah kamar, toilet, carport, dll.) dalam brosur perumahan menjadi salah satu pertimbangan saya dalam memilih rumah

Copy

36 responses



13. Menurut saya informasi spesifikasi rumah secara detail (bahan kusen, tembok, atap, dll.) dalam brosur perumahan merupakan hal yang penting

Menurut saya informasi spesifikasi rumah secara detail (bahan kusen, tembok, atap, dll.) dalam brosur perumahan merupakan hal yang penting \*

1                      2                      3                      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

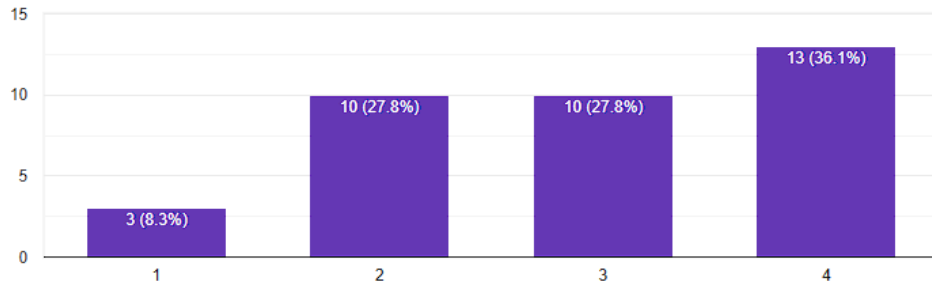
### Hak Cipta :

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

Menurut saya informasi spesifikasi rumah secara detail (bahan kusen, tembok, atap, dll.) dalam brosur perumahan merupakan hal yang penting

Copy

36 responses



14. Menurut saya informasi promo dan bonus dalam brosur perumahan menambah daya tarik penawaran perumahan tersebut

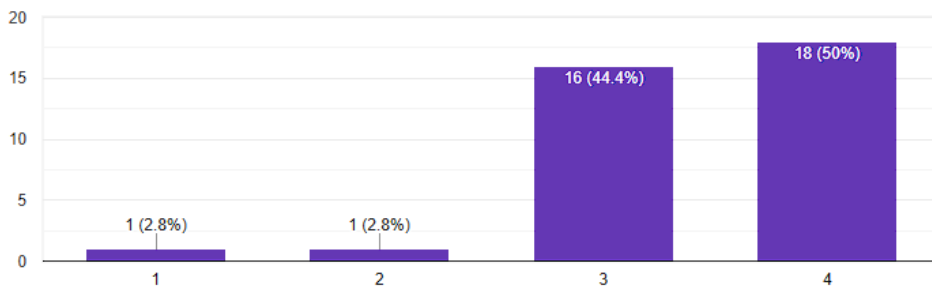
Menurut saya informasi promo dan bonus dalam brosur perumahan menambah \*  
daya tarik penawaran perumahan tersebut

1 2 3 4  
Sangat tidak setuju     Sangat setuju

Menurut saya informasi promo dan bonus dalam brosur perumahan menambah daya  
tarik penawaran perumahan tersebut

Copy

36 responses







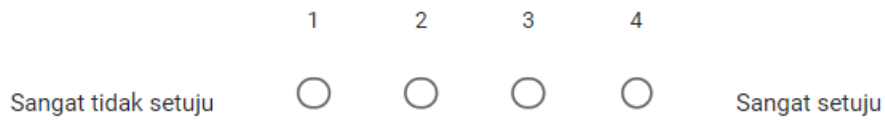
## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

15. Menurut saya informasi lokasi dan aksesibilitas (RS, stasiun, sekolah, dll.) dalam brosur perumahan mempengaruhi minat saya terhadap perumahan yang dipasarkan

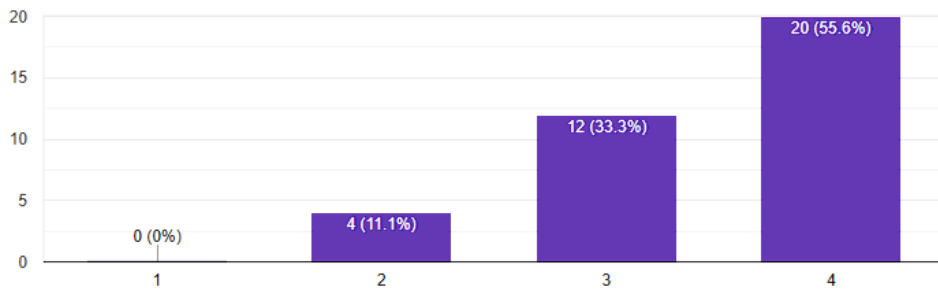
Menurut saya informasi lokasi dan aksesibilitas (RS, stasiun, sekolah, dll.) dalam brosur perumahan mempengaruhi minat saya terhadap perumahan yang dipasarkan \*



Menurut saya informasi lokasi dan aksesibilitas (RS, stasiun, sekolah, dll.) dalam brosur perumahan mempengaruhi minat saya terhadap perumahan yang dipasarkan

[Copy](#)

36 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

16. Menurut saya informasi fasilitas dalam perumahan (mushola, taman, security 24 jam, dll.) dalam brosur perumahan menjadi pertimbangan tambahan terkait perumahan yang dipasarkan

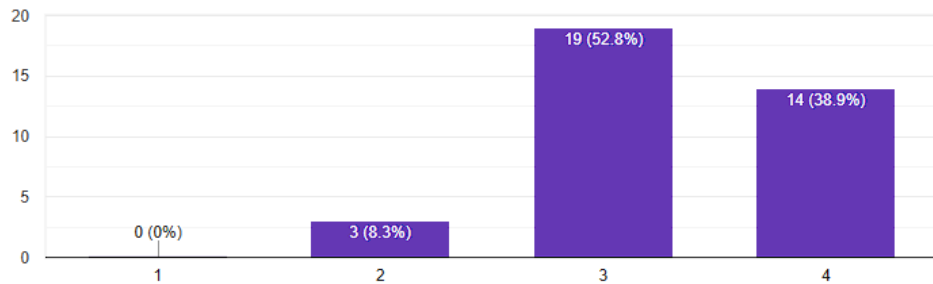
Menurut saya informasi fasilitas dalam perumahan (mushola, taman, security 24 jam, dll.) dalam brosur perumahan menjadi pertimbangan tambahan terkait perumahan yang dipasarkan

1                      2                      3                      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju

Menurut saya informasi fasilitas dalam perumahan (mushola, taman, security 24 jam, dll.) dalam brosur perumahan menjadi pertimbangan tambahan terkait perumahan yang dipasarkan [Copy](#)

36 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

17. Elemen visual apa yang menurut Anda paling penting dalam sebuah brosur?

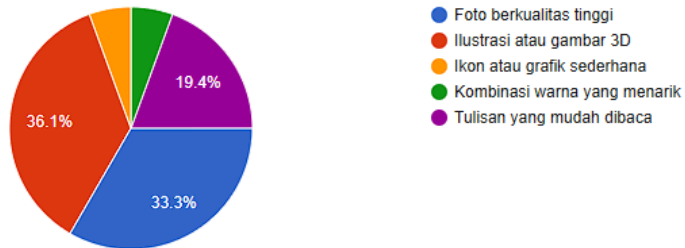
Elemen visual apa yang menurut Anda paling penting dalam sebuah brosur? \*

- Foto berkualitas tinggi
- Ilustrasi atau gambar 3D
- Ikon atau grafik sederhana
- Kombinasi warna yang menarik
- Tulisan yang mudah dibaca
- Other: \_\_\_\_\_

Elemen visual apa yang menurut Anda paling penting dalam sebuah brosur?

Copy

36 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

18. Apakah Anda lebih menyukai brosur dengan lebih fokus gambar atau banyak teks?

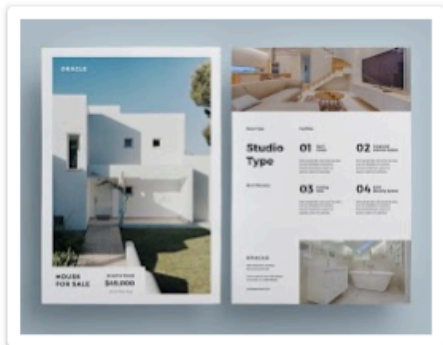
Apakah Anda lebih menyukai brosur dengan lebih fokus gambar atau banyak teks? \*



Fokus pada gambar



banyak teks

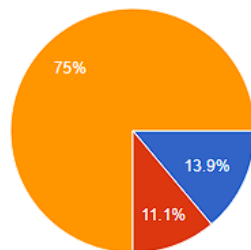


Keseimbangan antara gambar dan teks

Apakah Anda lebih menyukai brosur dengan lebih fokus gambar atau banyak teks?

[Copy](#)

36 responses



- Fokus pada gambar
- banyak teks
- Keseimbangan antara gambar dan teks



## 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

19. Gaya desain brosur mana yang lebih Anda sukai?

Gaya desain brosur mana yang lebih Anda sukai?



Ramai dan penuh warna

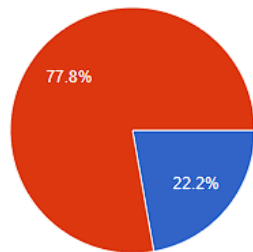


Modern dan minimalis

Gaya desain brosur mana yang lebih Anda sukai?

Copy

36 responses



Ramai dan penuh warna  
 Modern dan minimalis



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

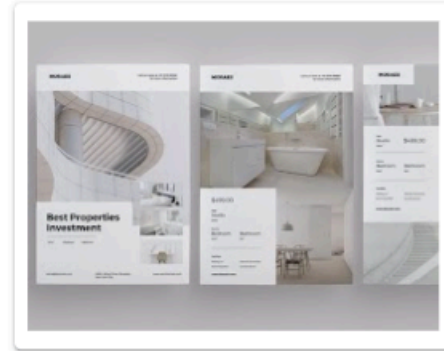
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

20. Brosur perumahan dengan warna seperti apa yang lebih Anda sukai?

Brosur perumahan dengan warna seperti apa yang lebih Anda sukai? \*



Kombinasi berbagai warna cerah

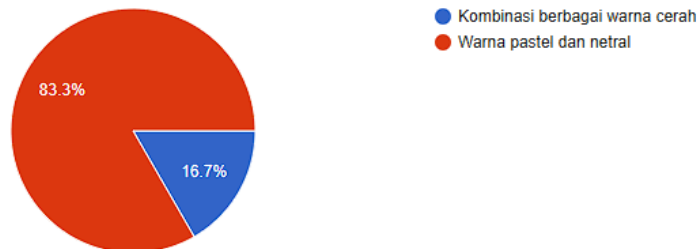


Warna pastel dan netral

Brosur perumahan dengan warna seperti apa yang lebih Anda sukai?

Copy

36 responses



21. Apakah Anda mengetahui perumahan Casa Grande sebelumnya?

### Tentang Casa Grande

Apakah Anda mengetahui perumahan Casa Grande sebelumnya? \*

- Ya
- Tidak





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

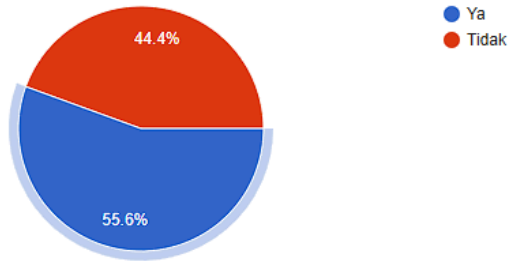
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

### Tentang Casa Grande

Apakah Anda mengetahui perumahan Casa Grande sebelumnya?

Copy

36 responses



22. Jika ya, dari mana Anda mengetahui tentang perumahan Casa Grande tersebut?

Jika ya, dari mana Anda mengetahui tentang perumahan Casa Grande tersebut?

- Brosur/flyer
- Banner/spanduk
- Website
- Media sosial
- Umbul-umbul
- X-banner
- Pameran properti
- Other: \_\_\_\_\_



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

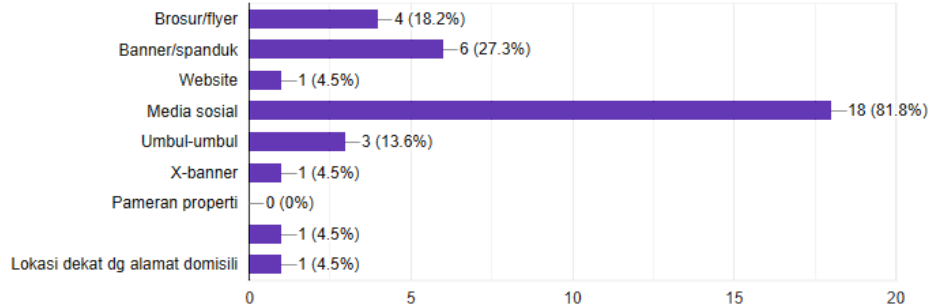
### Hak Cipta :

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 mengetahui tentang perumahan Casa Grande tersebut?

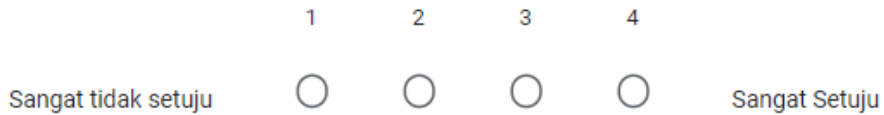
Copy

22 responses



23. Jika ya, menurut Anda apakah desain media promosi Casa Grande bisa lebih ditingkatkan lagi?

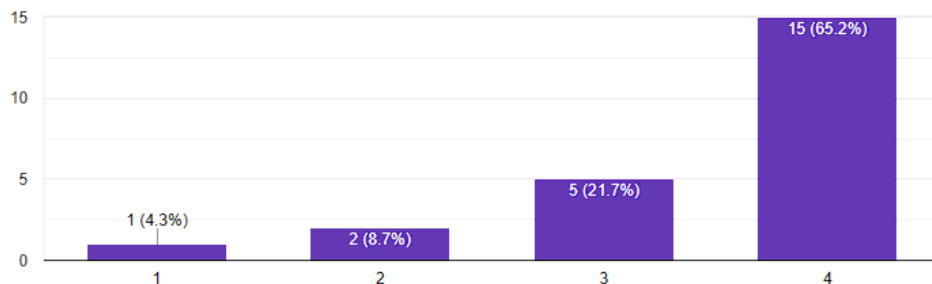
Jika ya, menurut Anda apakah desain media promosi Casa Grande bisa lebih ditingkatkan lagi?



Jika ya, menurut Anda apakah desain media promosi Casa Grande bisa lebih ditingkatkan lagi?

Copy

23 responses





Lampiran 4 Transkrip Wawancara

**Narasumber:** Kak Fadhli

**Profesi:** Manajer Marketing Casa Grande

**P:** sebagai Penulis

**K:** sebagai Klien

**P:** Selamat siang, Ka. Gua izin tanya-tanya sedikit soal Casa Grande buat pembuatan desain media promosi ya.

**K:** Siang, Taqi. Oh iya, silakan.

**P:** Casa Grande ini proyek perumahan bergaya modern minimalis ya, Kak? Bisa cerita sedikit profil sama penawaran-penawarannya?

**K:** Betul banget. Casa Grande ini proyek perumahan modern minimalis dengan tipe rumah 60/70 dan 1 ½ lantai. Lokasinya di Limo, Depok. Kita tuh punya beberapa promo menarik seperti promo launching, tanpa DP, subsidi cicilan 1 juta per bulan, booking fee 1 juta, cicilan ringan mulai 3 jutaan, sampai suku bunga rendah 1,99%. Kita juga ngasih banyak kemudahan-kemudahan kayak bebas biaya proses KPR, asuransi jiwa, asuransi kebakaran, appraisal, administrasi, notaris, sama pajak.

**P:** Banyak juga ya kak promonya. Lokasinya strategis juga, dekat Jaksel. Kalo fasilitas, ada apa aja kak ada di Casa Grande?

**K:** Iya, lokasinya strategis banget, dekat tol Kukusan, RS Graha Permata Ibu, sekolah Cakra Buana, RS UI, RS Bakti Yudha, Universitas Indonesia, stasiun Depok Baru, mall Citos, dan banyak lagi. Fasilitas di Casa Grande ada balai warga, fully CCTV area, security 24 jam, dan area hijau. Jadi, kita fokus bsanget sama keamanan dan kenyamanan penghuni.

**P:** Kalau desain rumahnya gimana, Kak?

**K:** Rumah di Casa Grande punya 2 kamar tidur, 2 kamar mandi, ruang keluarga, ruang cuci, carport, dan taman. Desainnya dirancang buat kasih kenyamanan

**Hak Cipta :**

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

maksimal buat penghuninya. Kita juga matiin setiap rumah punya ruang yang cukup buat aktivitas keluarga sehari-hari.

**P:** Untuk target pasarnya sendiri siapa ya ,Kak?

**K:** Target kita itu pekerja awal dan pasangan muda berusia 25-35 tahun yang nyari rumah nyaman dengan akses mudah ke berbagai fasilitas kesehatan, hiburan, transportasi, pendidikan, dan pusat perbelanjaan. Lokasi kita yang dekat Jaksel ideal banget buat mereka yang kerjadi Jakarta.

**P:** Gua dengar Casa Grande juga belum punya rumah contoh ya, Kak?

**K:** Iya, benar. Ini jadi salah satu kendala kita. Belum ada rumah contoh jadinya calon konsumen nggak bisa lihat rumahnya secara langsung. Tapi kita terus berusaha untuk segera bikin rumah contoh biar calon konsumen bisa lebih yakin.

**P:** Promosi yang dilakukan Casa Grande selama ini apa aja, Kak?

**K:** Promosi kita masih fokusnya di digital, belum maksimal dibagian cetak, jadi banyak yang belum tahu soal perumahan Casa Grande. Jadinya selain promosi digital, kita juga mau mulai promosi cetak kayak banner, x-banner, umbul-umbul, brosur, merchandise, dan lain-lain. Kita butuh media promosi yang proper dan bisa menarik perhatian.

**P:** Kalo dari lu pengen desain medpronya yang kayak gimana kak?

**K:** Gua pengen desain media promosi yang proper dengan gaya modern minimalis yang selaras sama rumah yang kita bangun. Gua pengen ada elemen yang nonjolin lokasi strategis dan promo-promo menarik yang kita tawarkan. Juga, kesan modern dan minimalis harus tetap terasa.

**P:** Oke, gua catet ni ya kak. Makasih banyak, Kak, waktu dan infonya. Gua bakal usahain bikin desain media promosinya semaksimal mungkin yaa kak..

**K:** Sama-sama, Taqi. Semoga lancar ya proyeknya dan semoga hasilnya bisa membantu meningkatkan promosi Casa Grande.



Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Hasil testing *Google Form*

1. Usia

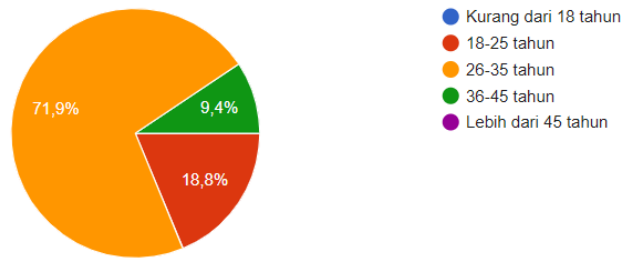
Usia

- Kurang dari 18 tahun
- 18-25 tahun
- 26-35 tahun
- 36-45 tahun
- Lebih dari 45 tahun

Usia

32 jawaban

Salin



2. Jenis kelamin

Jenis kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

JAKARTA



## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

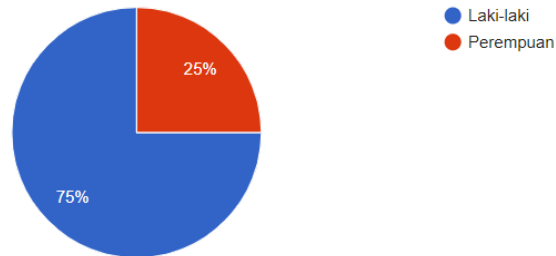
### Hak Cipta :

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

Jenis kelamin

32 jawaban

Salin



3. Pekerjaan

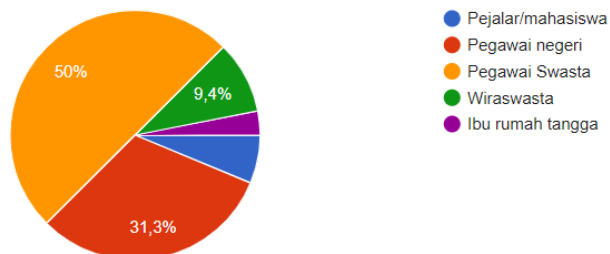
Pekerjaan

- Pejalar/mahasiswa
- Pegawai negeri
- Pegawai Swasta
- Wiraswasta
- Ibu rumah tangga
- Other: \_\_\_\_\_

Pekerjaan

32 jawaban

Salin







## 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. Domisili

Domisili

- Jabodetabek
- Di luar Jabodetabek

Domisili

32 jawaban

Salin



- Jabodetabek
- Di luar Jabodetabek

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

### 5. Penghasilan bulanan

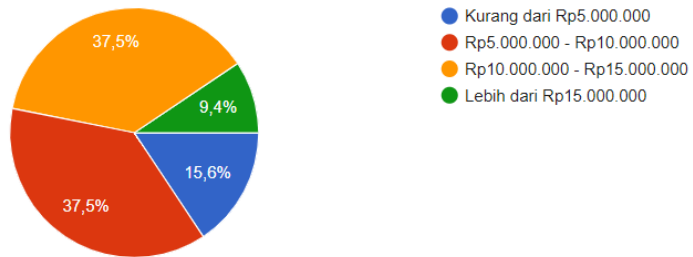
Penghasilan bulanan

- Kurang dari Rp5.000.000
- Rp5.000.000 - Rp10.000.000
- Rp10.000.000 - Rp15.000.000
- Lebih dari Rp15.000.000

Penghasilan bulanan

32 jawaban

Salin



POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

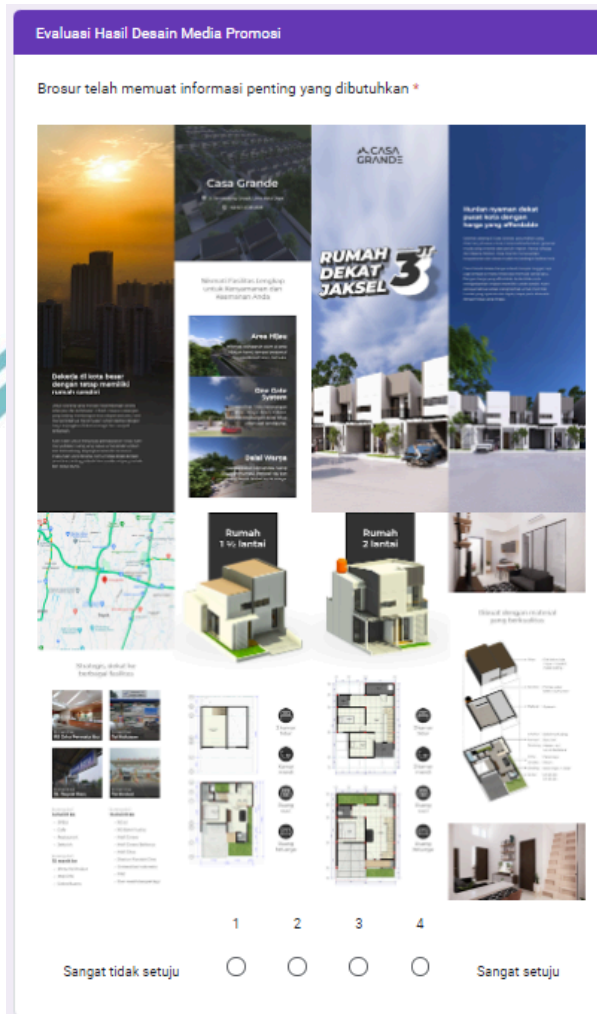


## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### 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

6. Brosur telah memuat informasi penting yang dibutuhkan

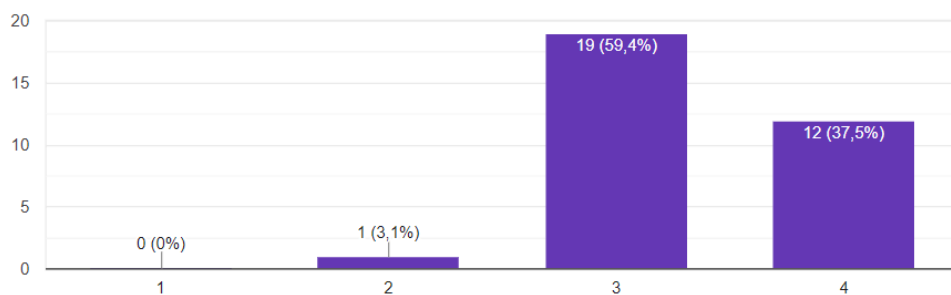


### Evaluasi Hasil Desain Media Promosi

Brosur telah memuat informasi penting yang dibutuhkan

Salin

32 jawaban







## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

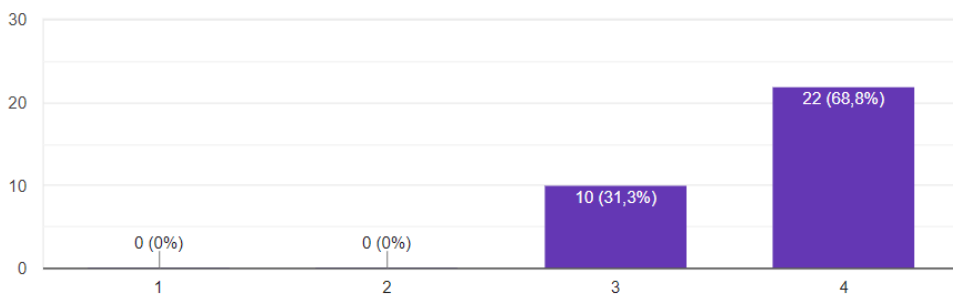
## 7. Gambar 3D rumah dalam brosur menambah daya tarik brosur



Gambar 3D rumah dalam brosur menambah daya tarik brosur

Salin

32 jawaban





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

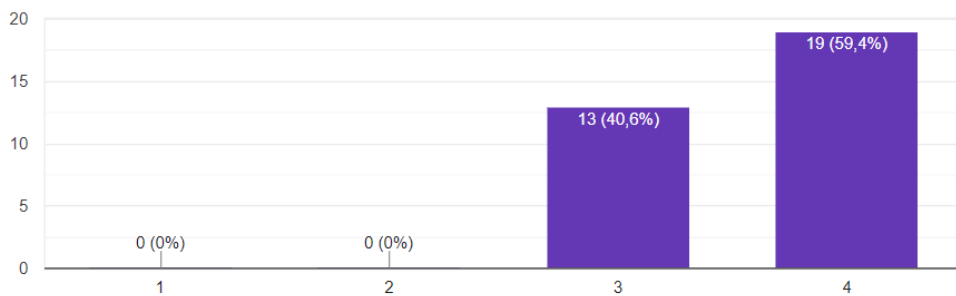
8. Informasi yang dimuat dalam brosur dapat tersampaikan dengan baik



Informasi yang dimuat dalam brosur dapat tersampaikan dengan baik

Salin

32 jawaban





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

### 9. Proporsi antara teks dan gambar sudah seimbang

Proporsi antara teks dan gambar sudah seimbang \*

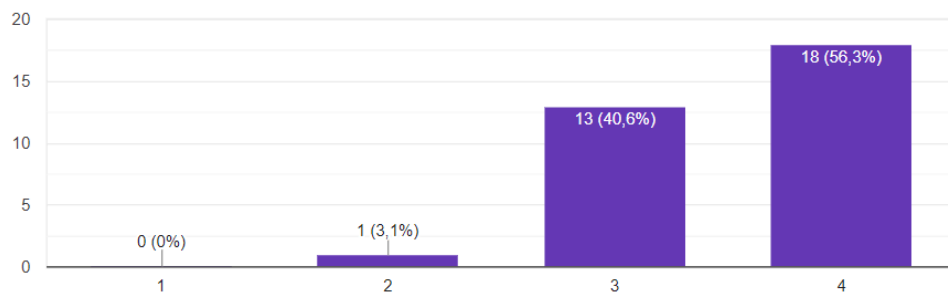
1   2   3   4

Sangat tidak setuju   Sangat setuju

### Proporsi antara teks dan gambar sudah seimbang

Salin

32 jawaban





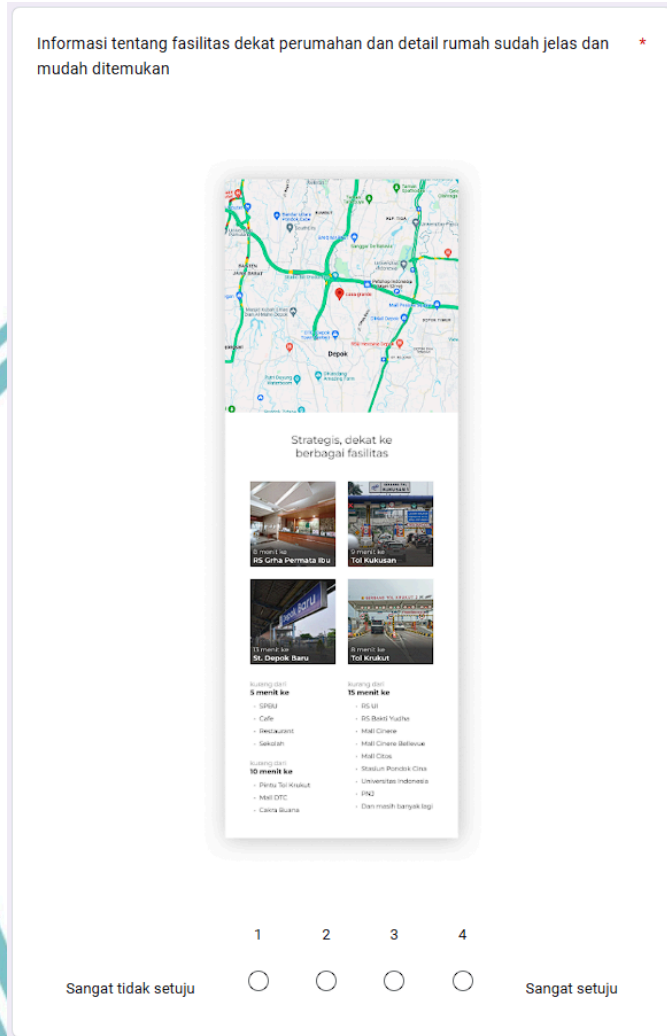


## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

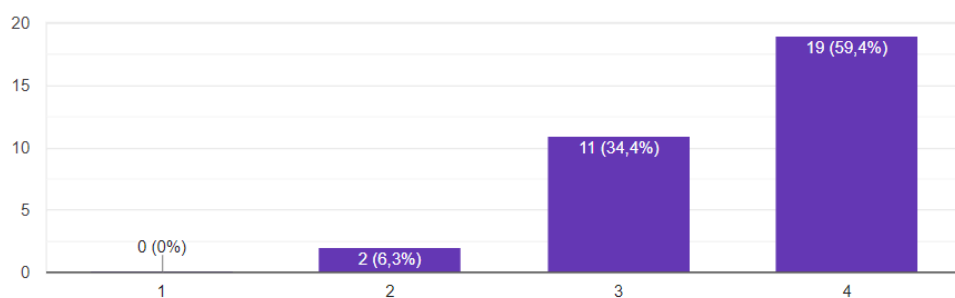
## 10. Informasi tentang fasilitas dekat perumahan dan detail rumah sudah jelas dan mudah ditemukan



Informasi tentang fasilitas dekat perumahan dan detail rumah sudah jelas dan mudah ditemukan

[Salin](#)

32 jawaban





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

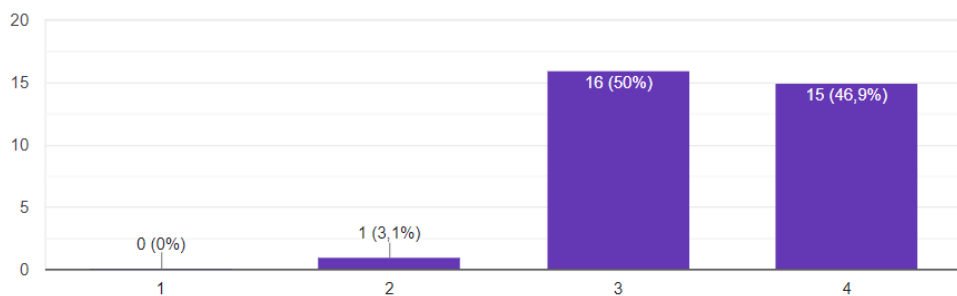
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

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



Penempatan gambar berdampingan dengan teks pada desain brosur membantu dalam memahami informasi. [Salin](#)

32 jawaban



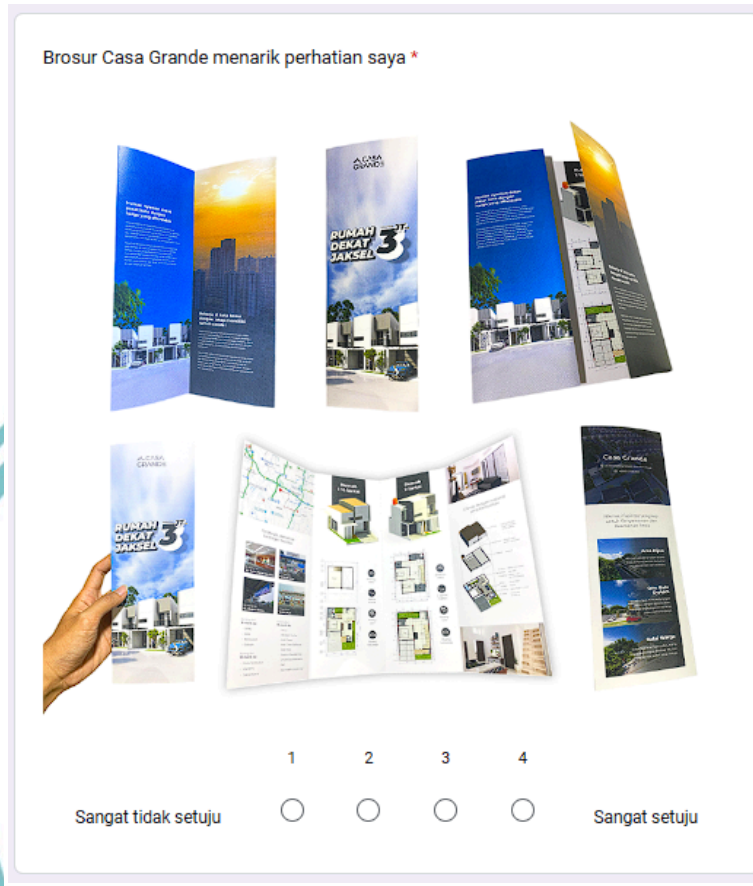


## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

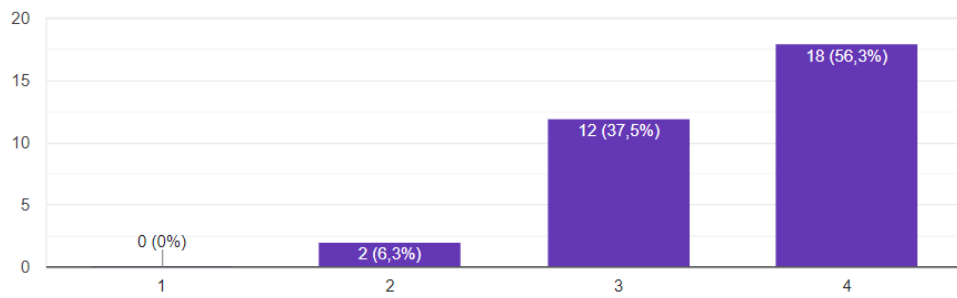
## 12. Brosur Casa Grande menarik perhatian saya



Brosur Casa Grande menarik perhatian saya

[Salin](#)

32 jawaban







## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

### 13. Headline promo menarik perhatian saya

Headline promo menarik perhatian saya \*

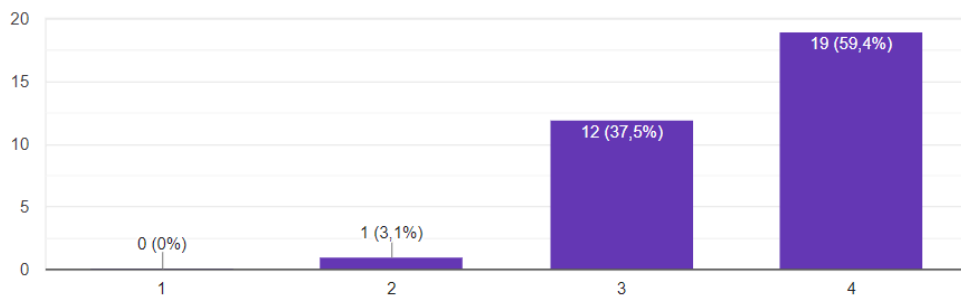
1 2 3 4

Sangat tidak setuju Sangat setuju

### Headline promo menarik perhatian saya

Salin

32 jawaban





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

14. Media promosi (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) cukup menarik perhatian saya.

Media promosi (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) cukup menarik \*  
perhatian saya.

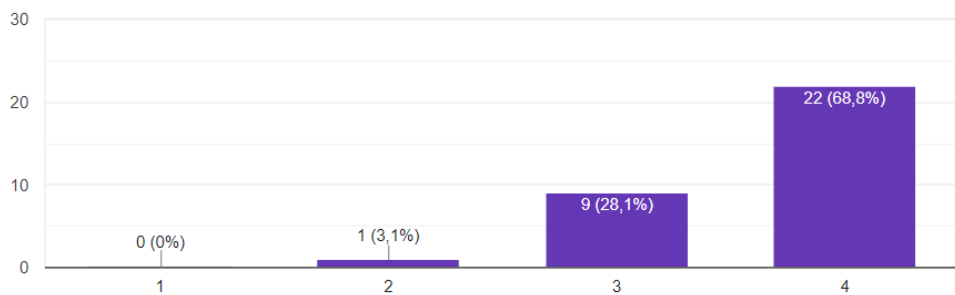
1 2 3 4

Sangat tidak setuju     Sangat setuju

Media promosi (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) cukup menarik perhatian saya.

[Salin](#)

32 jawaban






## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

15. Konten Instagram Casa Grande menarik perhatian saya.

Konten Instagram Casa Grande menarik perhatian saya. \*



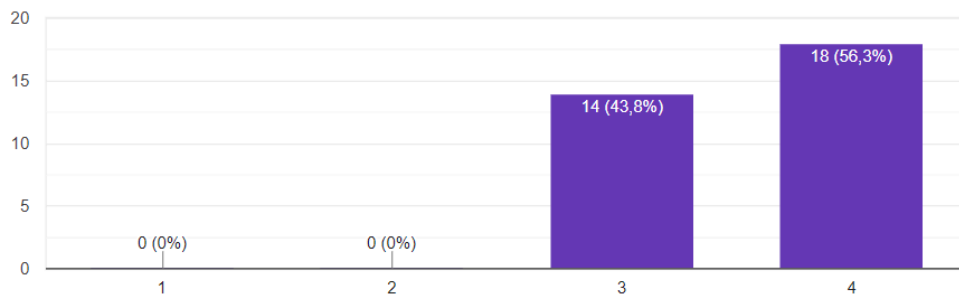
1 2 3 4

Sangat tidak setuju     Sangat setuju

Konten Instagram Casa Grande menarik perhatian saya.

[Salin](#)

32 jawaban








## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

16. Teks yang dituliskan pada media promosi menambah daya tarik

Teks yang dituliskan pada media promosi menambah daya tarik \*



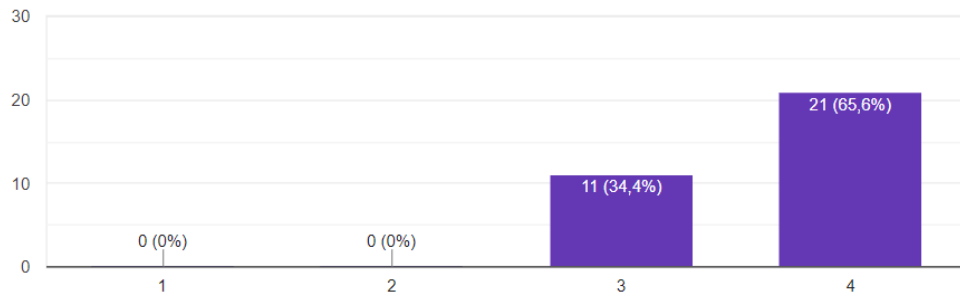
1 2 3 4

Sangat tidak setuju     Sangat setuju

Teks yang dituliskan pada media promosi menambah daya tarik

Salin

32 jawaban



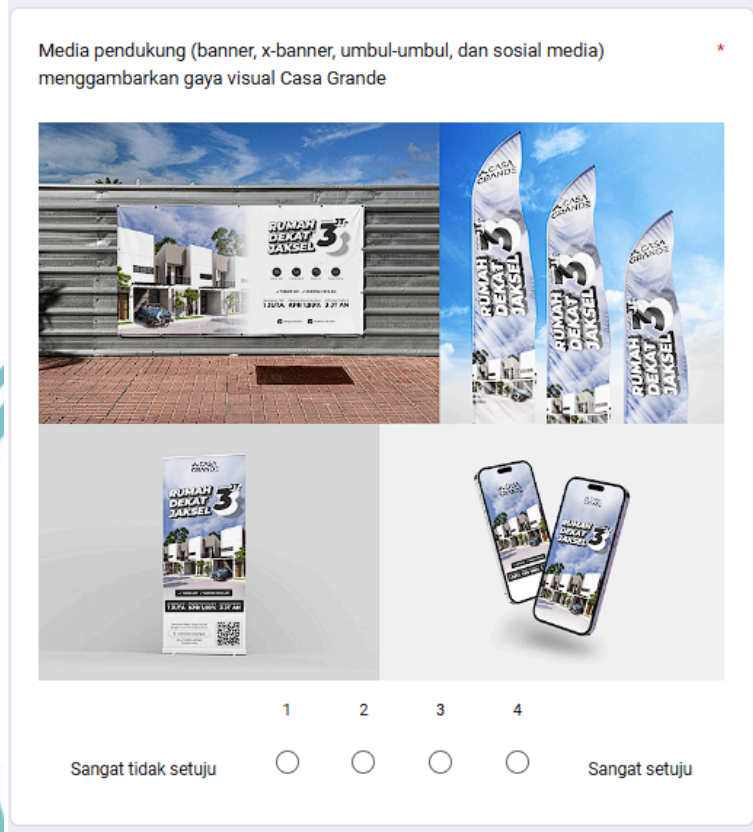


## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

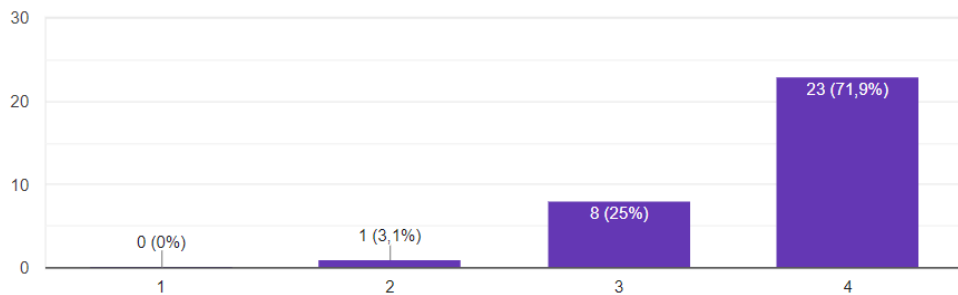
17. Media pendukung (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) menggambarkan gaya visual Casa Grande



Media pendukung (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) menggambarkan gaya visual Casa Grande

[Salin](#)

32 jawaban





## Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

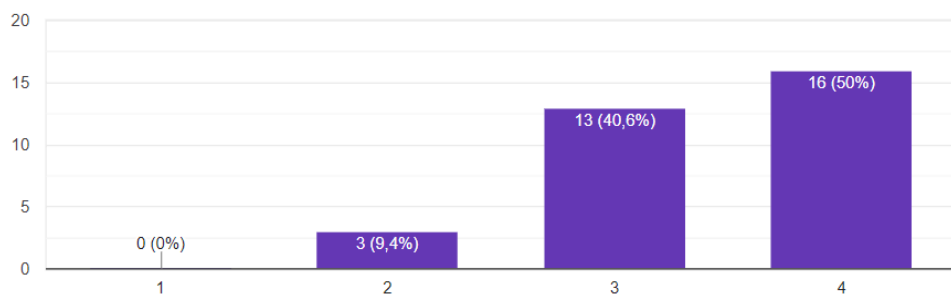
18. Media promosi ini sesuai dengan selera dan kebutuhan saya



Media promosi ini sesuai dengan selera dan kebutuhan saya

[Salin](#)

32 jawaban







Hak Cipta :

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

19. Media promosi turunan (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) membuat saya ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Casa Grande

Media promosi turunan (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) membuat saya ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Casa Grande

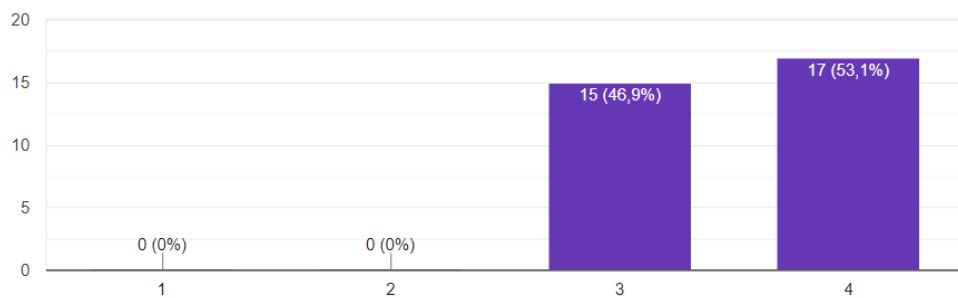
1      2      3      4

Sangat tidak setuju                              Sangat setuju

Media promosi turunan (banner, x-banner, umbul-umbul, dan sosial media) membuat saya ingin mengetahui lebih lanjut mengenai Casa Grande

[Salin](#)

32 jawaban





**Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta**

**Hak Cipta :**

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

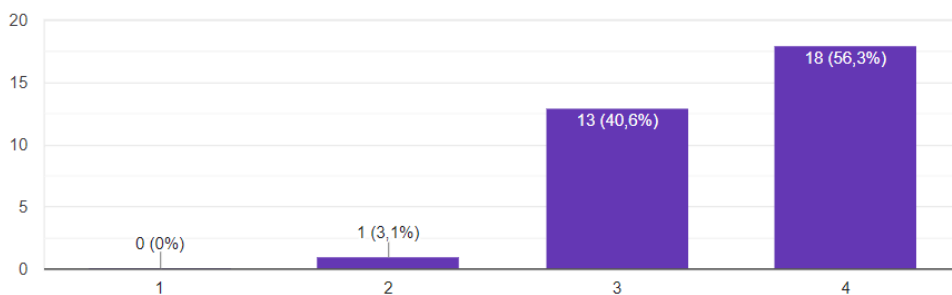
20. Saya merasa tertarik untuk membeli rumah di Casa Grande setelah melihat media promosi ini.



Saya merasa tertarik untuk membeli rumah di Casa Grande setelah melihat media promosi ini.

Salin

32 jawaban





Hak Cipta :

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

Lampiran 6 Hasil Transkrip Wawancara dengan Target Pasar

1. Narasumber: Oki

Profesi: Karyawan Swasta

P: Sebagai Penulis

K: Sebagai Konsumen

P: Halo, Kak Oki. Gue izin nanya-nanya soal media promosi Casa Grande ya. Apa yang paling menarik perhatian lu dari media promosi tersebut?

K: Halo. Gue suka banget sama desainnya yang modern dan *clean*. Bener-bener *eye-catching*.

P: Gimana pendapat lu tentang desain dan tata letak brosur?

K: Desain sama layoutnya oke sih. Simple tapi tetap informatif. Enak dilihat juga.

P: Ada elemen desain tertentu yang menurut lu bisa diperbaiki atau diubah?

K: Menurut gue udah bagus semua sih, sesuai dan cocok sama Casa Grande.

P: Tulisan *copywriting* di brosur membuat lu merasa relate nggak? Gimana menurut lu?

K: Relate banget sih. Bahasa yang digunakan juga cocok sama target anak muda. Nggak kaku.

P: Menurut lu, pesan utama dari media promosi ini tersampaikan dengan baik nggak?

K: Tersampaikan dengan baik. Gue jadi ngerti kelebihan sama promo yang mereka tawarin.

P: Ada informasi yang menurut lu kurang atau terlalu banyak disajikan?

K: Mungkin bisa tambahin info detail soal fasilitas lebih banyak lagi.

P: Menurut lu, media promosi ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan lu sebagai target audience belum?





Hak Cipta :

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

K: Udah sesuai banget. Desainnya modern dan informasi yang disampaikan juga jelas.

P: Apa yang bisa ditingkatkan agar lebih sesuai dengan target *audience*?

K: Dibuat lebih banyak gambar kali ya. Biar bisa lebih kebayang.

P: Bagaimana kesan lu tentang konten yang ada di Instagram Casa Grande?

K: Kontennya menarik, informatif, tapi bisa lebih interaktif lagi.

P: Ada saran khusus untuk konten Instagram agar lebih menarik dan efektif?

K: Mungkin bisa tambahin lebih banyak video atau reels tentang *daily life* di perumahan. Biar orang bisa kebayang lebih jelas.

2. Narasumber: Azmi

Profesi: Freelancer

P: Sebagai Penulis

K: Sebagai Konsumen

P: Halo, Kak Azmi. Gue mau tanya-tanya soal media promosi Casa Grande nih. Apa yang paling menarik perhatian lu dari media promosi tersebut?

K: Halo, bro. Desainnya keren sih, modern banget. Bikin penasaran.

P: Gimana pendapat lu tentang desain dan tata letak brosur?

K: Desain sama tata letaknya pas. Simple tapi informatif. Enak diliat.

P: Ada elemen desain tertentu yang menurut lu bisa diperbaiki atau diubah?

K: Mungkin bisa lebih berani pakai warna-warna terang biar lebih *eye-catching* lagi.

P: Tulisan *copywriting* pada brosur membuat lu merasa *relate* nggak? Gimana menurut lu?

K: Lumayan *relate* sih. Bahasanya juga gaul, pas buat target anak muda.



## 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

P: Menurut lu, pesan utama dari media promosi ini tersampaikan dengan baik nggak?

K: Tersampaikan sih. Gue jadi ngerti kelebihan dan promonya.

P: Ada informasi yang menurut lu kurang atau terlalu banyak disajikan?

K: Mungkin lebih banyak detail soal fasilitas bisa ditambah.

P: Menurut lu, media promosi ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan lu sebagai target audience belum?

K: Udah pas sih. Desain modern dan informasinya jelas.

P: Apa yang bisa ditingkatkan agar lebih sesuai dengan target audience?

K: Lebih banyak konten visual menarik, kayak infografis atau ilustrasi.

P: Bagaimana kesan lu tentang konten yang ada di Instagram Casa Grande?

K: Kontennya menarik, tapi bisa lebih interaktif lagi.

P: Ada saran khusus untuk konten Instagram agar lebih menarik dan efektif?

K: Lebih banyak video atau reels tentang daily life di perumahan bisa bikin lebih menarik.

### 3. Narasumber: Fikri

Profesi: Manajer Marketing Casa Grande

P: Sebagai Penulis

K: Sebagai Klien

P: Halo, Fikri. Gue izin nanya-nanya sedikit soal Casa Grande buat pembuatan desain media promosi ya. Apa yang paling menarik perhatian lu dari media promosi tersebut?

K: Halo, bro. Gue suka banget sama desainnya yang clean dan modern. Bener-bener eye-catching.

P: Gimana pendapat lu tentang desain dan tata letak brosur?

K: Desain sama layoutnya pas sih. Simple tapi tetap informatif. Enak dilihat juga.



**Hak Cipta :**

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

P: Ada elemen desain tertentu yang menurut lu bisa diperbaiki atau diubah?

K: Mungkin warna-warna bisa lebih hidup lagi. Biar lebih eye-catching.

P: Tulisan copywriting pada brosur membuat lu merasa relate nggak? Gimana menurut lu?

K: Relate banget. Bahasa yang digunakan pas banget buat target anak muda. Nggak kaku.

P: Menurut lu, pesan utama dari media promosi ini tersampaikan dengan baik nggak?

K: Tersampaikan dengan baik sih. Gue jadi ngerti kelebihan sama promo yang kita tawarin.

P: Ada informasi yang menurut lu kurang atau terlalu banyak disajikan?

K: Mungkin lebih banyak detail soal fasilitas bisa ditambah.

P: Menurut lu, media promosi ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan lu sebagai target audience belum?

K: Udah sesuai banget. Desainnya modern dan informasinya jelas.

P: Apa yang bisa ditingkatkan agar lebih sesuai dengan target audience?

K: Lebih banyak konten visual yang menarik mungkin, kayak infografis atau ilustrasi

P: Bagaimana kesan lu tentang konten yang ada di Instagram Casa Grande?

K: Kontennya menarik, informatif, tapi bisa lebih interaktif lagi.

P: Ada saran khusus untuk konten Instagram agar lebih menarik dan efektif?

K: Mungkin bisa tambahkan lebih banyak video atau reels tentang daily life di perumahan. Biar orang bisa kebayang lebih jelas.

4. Narasumber: Finia

Profesi: Konsultan Keuangan

P: Sebagai Penulis

K: Sebagai Konsumen





## 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

P: Selamat siang, Mbak Finia. Saya izin tanya-tanya soal media promosi Casa Grande ya. Apa yang paling menarik perhatian Anda dari media promosi tersebut?

K: Selamat siang. Saya tertarik dengan desainnya yang modern dan informasi yang disajikan dengan jelas.

P: Bagaimana pendapat Anda tentang desain dan tata letak brosur?

K: Desain dan tata letaknya sudah sangat baik, terstruktur, dan informatif.

P: Apakah ada elemen desain tertentu yang menurut Anda bisa diperbaiki atau diubah?

K: Mungkin penggunaan warna bisa lebih beragam untuk menarik perhatian lebih.

P: Apakah tulisan copywriting pada brosur membuat Anda merasa relate? Bagaimana menurut Anda?

K: Cukup relate. Bahasa yang digunakan juga mudah dipahami dan cocok untuk target pasar.

P: Menurut Anda, apakah pesan utama dari media promosi ini tersampaikan dengan baik?

K: Ya, pesan utamanya tersampaikan dengan sangat baik.

P: Apakah ada informasi yang menurut Anda kurang atau terlalu banyak disajikan?

K: Mungkin bisa ditambah informasi detail tentang fasilitas lebih lanjut.

P: Menurut Anda, apakah media promosi ini sudah sesuai dengan selera dan kebutuhan Anda sebagai target audience?

K: Sudah sangat sesuai. Desain modern dan informasinya jelas.

P: Apa yang bisa ditingkatkan agar lebih sesuai dengan target audience?

K: Lebih banyak konten visual yang menarik mungkin, seperti infografis atau ilustrasi.

P: Bagaimana kesan Anda tentang konten yang ada di Instagram Casa Grande?

K: Kontennya sudah baik, tetapi bisa lebih interaktif lagi.



**Hak Cipta :**

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

P: Ada saran khusus untuk konten Instagram agar lebih menarik dan efektif?

K: Mungkin lebih banyak video atau reels tentang kehidupan sehari-hari di perumahan bisa membuatnya lebih menarik.

5. Narasumber: Salsa

Profesi: Pengusaha

P: Sebagai Penulis

K: Sebagai Konsumen

P: Halo, Salsa. Gue izin nanya-nanya soal media promosi Casa Grande ya. Apa yang paling menarik perhatian lu dari media promosi tersebut?

K: Halo! Gue suka banget sama desainnya yang modern dan clean. Bener-bener eye-catching.

P: Gimana pendapat lu tentang desain dan tata letak brosur?

K: Desain sama layoutnya oke sih. Simple tapi tetap informatif. Enak dilihat juga.

P: Ada elemen desain tertentu yang menurut lu bisa diperbaiki atau diubah?

K: Mungkin warna-warna bisa lebih cerah lagi biar lebih hidup. Kadang terlalu banyak putih.

P: Tulisan copywriting pada brosur membuat lu merasa relate nggak? Gimana menurut lu?

K: Relate banget sih. Bahasa yang digunakan juga cocok sama target anak muda. Nggak kaku.

P: Menurut lu, pesan utama dari media promosi ini tersampaikan dengan baik nggak?

K: Tersampaikan