



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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BLIP KOPI



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
DEVAN ADHA SAPUTRA
2106421010

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

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

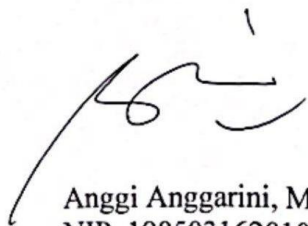
**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada Blip Kopi
Penulis : Devan Adha Saputra
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, 26 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II



MRR Tiya Maheni, S.H., M.H.
NIP. 197608241999032002



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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BLIP KOPI

Oleh:

Devan Adha Saputra
2106421010

Disahkan:

Depok, 16 Juli 2025

Penguji I


Nabila Fajrina, M. Si
NIP. 199509212022032014

Penguji II


Deli Silviā, M.Sc.
NIP. 198408192019032012

Kepala Program Studi
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**


Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan




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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang 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 Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada Blip Kopi

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, 2 Juli 2025
Yang menyatakan,



Devan Adha Saputra
2106421010



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Banyak anak muda membutuhkan alternatif tempat bekerja sebagai akibat dari meningkatnya tren bekerja dari mana saja (WFA) dan menjadi gaya hidup anak muda. Saat ini *coffee shop* menjadi tempat alternatif dalam memenuhi kebutuhan masyarakat saat ini, sehingga jumlah kedai kopi di Indonesia secara masif telah meningkat, hal ini membuat persaingan *coffee shop* di Indonesia semakin ketat. Ditengah peluang usaha yang semakin ketat pada sektor *coffee shop*, “Blip Kopi” hadir menjadi *coffee shop* yang memiliki beberapa kelebihan untuk bertahan dari persaingan *coffee shop* di Indonesia. Tetapi, selama beroperasi “Blip Kopi” tidak mempunyai media promosi khususnya cetak yang menginformasikan kelebihanannya tersebut dan belum konsisten mempromosikan ke media sosial instagram baik dari segi desain maupun konten, sehingga menyebabkan kesulitan dalam menarik pelanggan dan penurunan penjualan selama beberapa bulan terakhir. Pengumpulan data yang dilakukan pada perancangan ini adalah mix method yang terdiri dari metode kualitatif dan kuantitatif melalui wawancara, kuesioner, observasi, dan studi literatur. Perancangan dilakukan dengan menggunakan metode riset design thinking yang terdiri dari *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan test. Hasil data diolah dengan analisis SWOT, dan *Creative Brief*. Tahapan *mind mapping* dan *moodboard* sebagai proses untuk mendapatkan kata kunci *Bold Minimalist*, *Clean*, Alat Musik, dan Kartu. Dilanjutkan ke proses sketsa, digitalisasi desain komprehensif, dan final desain. Selanjutnya ditampilkan dalam bentuk *mockup* sebagai *prototype* untuk tahap testing kepada konsumen. Hasil dari perancangan ini berupa Poster, Buku Menu, Tripod Banner, Brosur dan Desain Feeds Sosial Media. Media ini diharapkan dapat meningkatkan visibilitas *brand* serta meningkatkan penjualan.

Kata kunci: Blip Kopi, *Marketing Collateral*, Media Promosi, Poster



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The increasing trend of working from anywhere (WFA) has become a lifestyle among the younger generation, creating a growing demand for alternative workspaces. Coffee shops have emerged as a popular choice to fulfill this need, leading to a significant rise in the number of coffee shops across Indonesia. This rapid growth has intensified competition within the industry. Amidst this competitive landscape, “Blip Kopi” stands out by offering several advantages that can help it survive in the market. However, since its establishment, “Blip Kopi” has lacked printed promotional media to communicate its strengths and has been inconsistent in utilizing Instagram as a marketing platform, both in terms of design and content. This has resulted in challenges in attracting customers and a decline in sales over the past few months. This design project employed a mixed-method approach, combining both qualitative and quantitative methods through interviews, questionnaires, observations, and literature studies. The design process followed the design thinking methodology, encompassing the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data analysis was conducted using SWOT analysis and a creative brief. The ideation phase included mind mapping and moodboarding, which led to the discovery of keywords such as Bold Minimalist, Clean, Musical Instruments, and Cards. The process continued with manual sketching, digital design development, and finalized comprehensive design. The final designs were visualized through mockups as prototypes for consumer testing. The outcomes of this design project include Posters, Menu Books, Tripod Banners, Brochures, and Social Media Feed Designs. These promotional materials are expected to increase brand visibility and boost sales performance.

Keywords: *Blip Kopi, Marketing Collateral, Promotional Media, Poster*



Hak Cipta:

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral Sebagai Media Promosi* Pada “Blip Kopi” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dan tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan hingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natali Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I
5. MRR Tiya Maheni, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II
6. Seluruh keluarga besar penulis yang telah memberikan izin serta dukungan penuh kepada penulis selama membuat Tugas Akhir
7. Reezal Noerda selaku pemilik *Brand* “Blip Kopi” yang telah membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam *project* perancangan *Desain Marketing Colateral* untuk Tugas Akhir.
8. Paramita Putri Arini yang selalu memberikan support dan semangat kepada penulis.
9. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tugas Akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dalam kesempurnaan baik isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati.

Depok, Juli 2025

Devan Adha Saputra





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
. PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi.....	7
2.1.1 Fungsi Promosi	8
2.1.2 Strategi Promosi.....	9
2.1.3 Jenis - Jenis Media Promosi.....	10
2.3 <i>Marketing Collateral</i>	13
2.4. Warna	14
2.5 Tipografi.....	18
2.5.1 Jenis-Jenis Tipografi.....	19
2.5.2 Prinsip Tipografi	20



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2.6 Gambar	21
2.7 Layout.....	22
2.7.1 Elemen <i>Layout</i>	22
2.7.2 Prinsip Layout.....	23
2.8 <i>Design Thinking</i>	24
2.9 <i>Mind Map</i>	26
2.10 <i>Moodboard</i>	27
BAB III METODE PERANCANGAN.....	28
3.1 Metode Penelitian.....	28
3.2 Data dan Analisis.....	31
3.2.1 Profil Klien	31
3.2.2 Product Knowledge.....	32
3.2.3 Kompetitor	34
3.2.5 Analisis SWOT	40
3.2 Arahan Kreatif.....	42
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Konsep Visual	45
4.1.1 Mind Map	45
4.1.2 <i>Moodboard</i>	47
4.2 Proses Desain	48
4.2.1 Sektsa Thumbnail	48
4.2.2 Sketsa Manual.....	49
4.2.2 Desain Komprehensif	54
4.2.3 Desain Terpilih	58
4.2.4 <i>Prototype</i>	63
4.2.5 Testing	65
4.2.6 <i>Final Art Work</i>	67
4.3 Media Pendukung.....	68



© 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

4.3.1 Tripod Banner	69
4.3.2 Brosur.....	70
4.3.3 Buku Menu	71
4.3.4 Media Sosial Instagram	72
4.4 Pertimbangan Produksi.....	72
BAB V PENUTUP.....	75
5.1 Simpulan.....	75
5.2 Saran.....	77
DAFTAR REFERENSI	78
LAMPIRAN.....	82

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Bagan Kerangka Teori Sumber: Data Pribadi.....	7
Gambar 2. 2 Brosur	11
Gambar 2. 3 Poster	12
Gambar 2. 4 Banner	12
Gambar 2. 5 Media Sosial	13
Gambar 2. 6 Monochromatic Color Scheme	15
Gambar 2. 7 Analogus Color Scheme.....	16
Gambar 2. 8 Complementary Color Scheme	16
Gambar 2. 9 Triadic Color Scheme.....	17
Gambar 2. 10 Font Display Type.....	19
Gambar 2. 11 Contoh Text Type.....	20
Gambar 2. 12 Gambar foto produk	21
Gambar 2. 13 Contoh flat ilustrasi	22
Gambar 2. 14 Design Thinking.....	25
Gambar 2. 15 Mind Map	27
Gambar 2. 16 Moodboard	27
Gambar 3. 1 Bagan metode riset desain Sumber: Data Pribadi	28
Gambar 3. 2 Blip Kopi.....	32
Gambar 3. 3 Salah satu menu makanan Blip Kopi Sumber: Data Pribadi.....	33
Gambar 3. 4 Profile Instagram Terasaya.....	34
Gambar 3. 5 Profile Instagram Kopi Nako	35
Gambar 3. 6 Diagram Data Responden	36
Gambar 3. 7 Diagram Kebiasaan Responden	37
Gambar 3. 8 Diagram Alasan Memilih Coffee Shop.....	37
Gambar 3. 9 Diagram Preferensi Media Promosi	38
Gambar 3. 10 Preferensi desain yang dipilih responden Sumber: Pinterest	39
Gambar 4. 1 Mind Map	46
Gambar 4. 2 Board Inspirational & Reference Board.....	47
Gambar 4. 3 Concept Board.....	48
Gambar 4. 4 Sketsa Thumbnail.....	49
Gambar 4. 5 Desain Alternatif 1	50
Gambar 4. 6 Desain Alternatif 3	51
Gambar 4. 7 Desain Alternatif 2	52
Gambar 4. 8 Desain Alternatif 4	53



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 9 Desain Alternatif 5	53
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 1	55
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 2	56
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 3	57
Gambar 4. 13 Desain Terpilih	59
Gambar 4. 14 Kode Warna	61
Gambar 4. 15 Font Boto Type	62
Gambar 4. 16 Font Poppins	62
Gambar 4. 17 Mock Up Digital Poster	64
Gambar 4. 18 Mock Up Cetak Poster	65
Gambar 4. 19 FAW desain	68
Gambar 4. 20 Tripod Banner	69
Gambar 4. 21 Brosur Desain	70
Gambar 4. 22 Buku Menu Desain	71
Gambar 4. 23 Desain sosmed Instagram	72



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Matrix Analisis SWOT	40
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	42
Tabel 4. 1 Kata Kunci Mind Map	47
Tabel 4. 2 Kelebihan & Kekurangan Testing.....	66





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Lembar Bimbingan
- Lampiran 2 Cek Plagiarisme
- Lampiran 3 Hasil kuesioner untuk Cunsumer Insight
- Lampiran 4 Transkrip Wawancara
- Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Kafe
- Lampiran 6 Transkrip Wawancara Testing
- Lampiran 7 Dokumentasi testing ke konsumen
- Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Saat ini banyak anak muda membutuhkan alternatif tempat bekerja sebagai akibat dari meningkatnya tren bekerja dari mana saja (WFA), sekaligus untuk bersosialisasi, berswafoto, atau sekadar melepas penat setelah seharian bekerja, maka keberadaan *coffee shop* menjadi salah satu alternatif tempat yang baik sebagai ruang yang mendukung produktivitas dan gaya hidup mereka. Maraknya pertumbuhan *coffee shop* diperkuat dengan desain konsep *coffee shop* yang dirancang secara khusus, agar lebih menarik untuk diabadikan dalam foto, sehingga menjadi bagian dari identitas sosial dan gaya hidup anak muda masa kini.

Menikmati kopi saat ini bukan hanya sekadar cara untuk mengusir kantuk, tetapi juga telah menjadi bagian dari gaya hidup (Kasali et al., 2010). Menurut Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI), per tahun 2023 jumlah kedai kopi yang ada di Indonesia bisa mencapai angka 10.000 gerai, ini terjadi secara masif karena telah menjadi kebiasaan bahkan bergeser menjadi sebuah gaya hidup. Menurut Huda (2024), salah satu bentuk ekspresi anak muda adalah dengan menghabiskan waktu di *coffee shop* yang memiliki konsep modern dan estetik.

Menurut Alyya (2024), anak muda memiliki *antusiasme* lebih pada kafe yang mengusung nilai estetika dan visual menarik. Salah satu strategi yang bisa dilakukan adalah menggunakan *marketing collateral*. *Marketing collateral* dapat secara efektif meningkatkan *brand awareness*, memperkuat citra *brand*, dan mengoptimalkan promosi penawaran produknya (Li et al., 2022). Pentingnya peran *marketing collateral* mendorong *brand* untuk memikirkan representasi visual yang menarik dan mudah untuk diingat serta diterima konsumen. Menurut Miller & Peterson (2020) *Marketing Collateral* yang dibuat oleh brand akan menarik minat konsumen yang akan berakhir pada penjualan yang ditawarkan. Situasi ini mendorong “Blip Kopi” menyusun strategi



© 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

promosi lebih efektif, salah satunya melalui perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi untuk menarik perhatian pelanggan di tengah persaingan coffee shop yang semakin ketat.

Salah satu aspek penting dalam media promosi adalah warna, karena sangat mudah diingat oleh konsumen (Sibarani et al., 2019). Warna didalamnya dapat mengkomunikasikan suasana seperti apa yang ingin dibawa oleh *brand*. Oleh karena itu *brand* yang memiliki sedikit desain promosi, apalagi berupa media sosial saja cenderung kurang mendapat perhatian dan promosi gratis dari pengunjung. Menurut Bustalim (2021), desain *banner*, spanduk, dan buku menu terbukti efektif dalam menarik perhatian konsumen melalui media pemasaran cetak atau offline, sehingga dapat meningkatkan daya tarik sebuah *brand*.

“Blip Kopi” merupakan salah satu *coffee shop* yang berlokasi di Jakarta Timur dan berdiri pada tahun 2020. “Blip Kopi” hadir dengan konsep tempat industrial yang menawarkan kenyamanan, serta ruang ideal bersosialisasi dan bekerja bagi anak muda. Namun “Blip Kopi” belum memiliki media promosi cetak serta media promosi digital yang belum menginformasikan kelebihanannya tersebut, media yang digunakan hanya media sosial yang kurang *eye catching* dari hasil observasi kompetitor. Selain itu masih menggunakan buku menu yang tidak memiliki visual, sehingga dari hasil wawancara dengan klien ini menjadi kendala bagi konsumen untuk memesan makanan dan mempengaruhi pembelian, ditambah lagi dari hasil wawancara dengan klien, banyak konsumen kesulitan menemukan lokasi “Blip Kopi” dikarenakan berada di lantai 2 sebuah ruko, apalagi tidak adanya banner promosi sangat menyulitkan konsumen untuk berkunjung. Didukung dengan penelitian sebelumnya (Alyya, 2024) dan wawancara dengan klien, anak muda memiliki *antusiasme* lebih pada kafe yang mengusung nilai estetika dan visual menarik, membuat desain poster dekorasi kafe menjadi perlu bagi “Blip Kopi” untuk mendukung gaya hidup target konsumen yaitu anak muda, oleh karena itu membuat “Blip Kopi” belum siap bersaing dengan *coffee shop* serupa yang sudah banyak bermunculan.



Hak Cipta :

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

Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, maka perancangan *marketing collateral* ini penting untuk dilakukan sebagai media promosi berupa perancangan desain, media sosial, buku menu, *banner*, dan desain poster dekorasi kafe. *Marketing collateral* ini diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi *brand* untuk meningkatkan penjualan serta dikenal oleh masyarakat luas.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan diatas, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi Blip Kopi?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam proses penyusunan dan penulisan tugas akhir ini, diperlukan batasan pembahasan agar memastikan fokus tetap terjaga pada tujuan yang ingin dicapai. Maka ditentukan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”
2. Penerapan elemen, serta prinsip teori desain grafis dalam desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan tugas akhir ini, tujuan dan manfaat penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

a. Tujuan

Tujuan pembahasan dari penulisan Tugas Akhir mengenai perancangan desain media collateral sebagai media promosi pada “Blip Kopi” adalah sebagai berikut:

1. Merancang desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”



Hak Cipta :

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

2. Menerapkan elemen, serta prinsip teori desain grafis yang digunakan dalam proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”.
3. Penerapan desain *marketing collateral* pada media promosi utama yaitu poster kedalam media turunan lainnya.

b. Manfaat

Manfaat yang ingin diperoleh dari penulisan tugas akhir mengenai perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi “Blip Kopi” adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian, penulisan, sampai perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”, nantinya bisa bermanfaat sebagai referensi pada penelitian, penulisan, serta perancangan desain *marketing collateral* sejenis berikutnya.

2. Manfaat Praktis

a) Bagi Klien

“Blip Kopi” akhirnya dapat memiliki *marketing collateral* yang dapat digunakan sebagai media promosi untuk sarana meningkatkan penjualan serta bisa lebih dikenal oleh konsumen.

b) Bagi Pengembangan Ilmu Desain Grafis

Perancangan desain *marketing collateral* ini dapat menjadi pengembangan serta suatu acuan yang dapat berguna untuk menjawab permasalahan terkait dengan apa yang dibahas pada Tugas Akhir ini, juga dapat menjadi referensi dalam aspek visual, pemilihan tipografi, pembuatan elemen visual, pemilihan warna, serta penerapannya pada berbagai media yang ada. Supaya peneliti lain dapat melanjutkan dan memperbaiki kekurangan pada penelitian ini sehingga penelitian selanjutnya dapat menjadi penelitian yang lebih baik 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

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, pembahasan akan disampaikan secara sistematis untuk memudahkan pembaca dalam memahami penulisan dengan jelas. Sehingga dapat dipahami dengan mudah dan terfokus. Berikut adalah struktur penulisan tugas akhir “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada Blip Kopi”:

BAB I PENDAHULUAN

Pada Bab ini berisi penjelasan yang memuat alasan-alasan berupa permasalahan serta fakta-fakta yang diperoleh dari klien kemudian didukung oleh berbagai penelitian dan literatur yang telah dilakukan sebelumnya sehingga melatarbelakangi perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi”. Pada bab ini berisi tentang latar belakang, perancangan, *marketing collateral*, selain itu juga berisi rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan tugas akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi penjelasan dan tinjauan tentang ilmu dan teori desain grafis serta teori-teori pendukung lainnya yang akan digunakan dan didukung dalam proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada “Blip Kopi” Teori bersumber dari jurnal, artikel ilmiah, buku, serta pendapat para ahli dibidangnya.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini berisi pembahasan metode perancangan serta pengumpulan data yang digunakan untuk memperkuat penelitian. Analisis data riset yang dikumpulkan berkaitan tentang profil “Blip Kopi”, Kompetitor, hingga riset yang dilakukan dibuat dalam bentuk matriks SWOT untuk dijadikan acuan data pada arahan kreatif perancangan desain *marketing collateral* “Blip Kopi”.



Hak Cipta :

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

Bab ini menguraikan tahapan dalam merancang desain *marketing collateral* untuk “Blip Kopi”. Proses dimulai dari eksplorasi ide melalui pembuatan *mindmap* dan *moodboard*, dilanjutkan dengan pengembangan sketsa secara manual maupun digital. Setelah itu, dilakukan penyusunan desain komprehensif, pemilihan desain akhir, serta pengaplikasian desain ke berbagai media turunan yang berfungsi sebagai alat bantu dalam kegiatan promosi.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dan saran yang diperoleh dari hasil proses perancangan desain *marketing collateral* untuk “Blip Kopi”, yang bertujuan sebagai media promosi.

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Pada Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada Blip Kopi, didapatkan Kesimpulan yang sesuai dengan tujuan perancangan ini.

1. Metode riset desain yang digunakan mengacu pada metode *Design Thinking*, yang terdiri dari beberapa tahapan. Tahap pertama, *Empathize*, dilakukan dengan pendekatan metode campuran (*mixed methods*). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dengan klien, penyebaran kuesioner kepada konsumen menggunakan platform Google Form, observasi langsung terhadap lingkungan kafe beserta area sekitarnya, analisis kompetitor, serta studi pustaka. Tahap berikutnya adalah *Define*, yaitu proses merumuskan permasalahan yang diperoleh dari analisis data menggunakan matriks SWOT yang menghasilkan strategi menojolkan kelebihan fasilitas dari Blip Kopi yaitu Kopi yang premium dan tempat yang nyaman. Hasil dari tahap ini kemudian disusun dalam bentuk *creative brief* yang digunakan sebagai pedoman utama. Selanjutnya pada tahap *ideate* menggunakan mind map dan *moodboard* menghasilkan key visual yaitu Kartu, Alat musik, Bold Minimalist, dan Clean.

Selanjutnya, proses perancangan berlanjut ke tahap pembuatan sketsa dengan mengeksplorasi beberapa konsep visual. Dari berbagai alternatif yang dikembangkan, tema *Energetic Card Brew*, *Cozy Chill Spot*, dan *Vibe & Sound Night* terpilih untuk digunakan sebagai dasar pengembangan desain selanjutnya sehingga terpilih hanya satu alternatif yaitu *EnergIC Card Brew* namun dengan beberapa penyesuaian. Tahapan berikutnya adalah pembuatan *prototype*, yang diwujudkan dalam bentuk dummy poster, buku menu, brosur, dan banner menggunakan media kertas art carton dan art paper serta abnner albatros sebagai bahan simulasi. Setelah prototipe selesai, dilaksanakan tahap *testing* dengan cara



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

menguji coba desain kepada target audiens. Target audiens memberikan respons positif terhadap desain *marketing collateral*, khususnya pada aspek visual ilustrasi yang ditonjolkan melalui foto serta penggunaan ukuran teks yang dianggap nyaman untuk dibaca dan kontras.

2. Perancangan *marketing collateral* yang dikembangkan menerapkan prinsip-prinsip serta elemen-elemen grafis secara terstruktur untuk mendukung komunikasi visual yang efektif. Pada desain poster, prinsip keseimbangan asimetris diterapkan dengan penataan elemen grafis yang proporsional, sehingga keseluruhan tampilan tetap harmonis dan mudah dipahami oleh audiens. Seluruh komponen visual dirancang dalam satu kesatuan gaya yang mengusung konsep *bold minimalist* dipadukan dengan unsur *line art*. Prinsip penekanan diterapkan secara strategis melalui penggunaan warna kontras pada judul utama “RASA PREMIUM” dan singkatan “EKB. Penggunaan ruang kosong (*white space*) yang optimal memberikan kesan bersih dan rapi, sekaligus memperjelas elemen informasi penting agar mudah terbaca..Dari sisi tipografi, hanya digunakan satu jenis font yakni *sans serif*, dengan pembedaan pada fungsinya. Teks *headline* menggunakan font Boto Type yang berkarakter tebal dan tegas untuk menciptakan daya tarik visual yang kuat. Sedangkan subheadline dan body text menggunakan font Poppins yang memiliki karakter huruf sederhana dan bersih, mendukung tampilan modern dan profesional, serta memastikan keterbacaan yang tinggi. Visual desain juga diperkuat dengan elemen fotografi produk Blip Kopi serta ilustrasi mesin kopi yang berfungsi mendukung citra rasa premium yang ingin disampaikan.
3. Media utama yang dikembangkan dalam perancangan ini adalah poster promosi, yang berperan sebagai dasar visual bagi pengembangan berbagai media turunan lainnya. Media turunan tersebut mencakup brosur, banner, buku menu, serta konten untuk platform media sosial Instagram. Konsistensi penerapan elemen visual dalam seluruh rangkaian desain *marketing collateral* ini berfungsi untuk memperkuat identitas merek Blip Kopi, sekaligus berkontribusi dalam membangun citra brand yang solid dan mendorong peningkatan penjualan secara efektif.



Hak Cipta:

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

5.2 Saran

Berdasarkan Perancangan *Desain Marketing Collateral sebagai Media Promosi pada Blip Kopi*, terdapat beberapa saran sebagai berikut:

1. Desain *marketing collateral* yang telah dirancang ini dapat dimanfaatkan oleh Blip Kopi sebagai pendukung dalam kegiatan operasional bisnis, khususnya dalam aspek promosi. Agar desain tersebut memberikan hasil yang optimal, Blip Kopi disarankan untuk melakukan kegiatan promosi secara rutin dan berkelanjutan salah satunya di media sosial, serta mencetak banner, brosur, buku menu, dan poster sehingga fungsi dan potensi dari media promosi yang telah dibuat dapat dimaksimalkan secara efektif sehingga visibilitas dari “Blip Kopi” semakin meningkat.
2. Untuk penelitian selanjutnya, pada perancangan desain *marketing collateral* ini dibutuhkan uji efektivitas atau evaluasi secara kuantitatif terkait desain *marketing collateral* sebagai media promosi. Hal tersebut dilakukan untuk mengetahui dampak *marketing collateral* yang mencitrakan brand terhadap peningkatan penjualan, minat beli, brand awareness pada konsumen. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan terkait aspek strategi isi konten yang berperan dalam membangun hubungan emosional antara brand dengan 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

DAFTAR REFERENSI

- Antonio, A., Lazarusli, I. A., Lukas, S., & Widjaja, P. (2021). Feature Addition To The Color Harmonization Application In Two Dimensional Image. *Information System Development*, 6(2).
- Doorley, S., Holcomb, S., Klebahn, P., Segovia, K., & Utley, J. (2018). *Design Thinking Bootleg*.
- Eveerykit. (n.d.). *Color Harmony: Menjaga Keselarasan Warna dalam Desain* [Article Website]. Blog Eveerykit. <https://blog.eveerykit.com/color-harmony-menjaga-keselarasan-warna-dalam-desain/>
- Fadijah, S. N., & Satriadi. (2024). *Peran Warna Dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo*.
- garaika, G., & Feriyan, W. (2019). Promosi Dan Pengaruhnya Terhadap Terhadap Animo Calon Mahasiswa Baru Dalam Memilih Perguruan Tinggi Swasta. *Jurnal AKTUAL*, 16(1), 21–27. <https://doi.org/10.47232/aktual.v16i1.3>
- Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). *Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan Promosi*.
- Irawan, O., Negara, I. N. S., & Sarjani, N. K. P. (2023). Perancangan Ilustrasi Promosi Go-Jek Wilayah Bali Pada Dados Desain Studio Di Badung. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 100–108. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1960>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Jannata, N. F. (2023). *Pengembangan Desain Busana Modifikasi Adat Gayo Melalui Media Pembelajaran Moodboard*. 3.
- Januar Ibrahim, Olivia Dolorosa Tambunan, & Abdul Husenudin. (2025). Analisis Pengaruh Branding Visual terhadap Minat Beli Konsumen. *MES Management Journal*, 4(1). <https://doi.org/10.56709/mesman.v4i1.606>
- Kholida Qothrunnada . (2022, Maret 28). *Apa Itu Brosur? Ini Pengertian, Fungsi, dan Ciri-cirinya* [Article Website]. Detik Finance. <https://finance.detik.com/berita->



Hak Cipta :

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

ekonomi-bisnis/d-6011582/apa-itu-brosur-ini-pengertian-fungsi-dan-ciri-cirinya

- Lembang, I. (2022). *Perancangan Buku Cerita Bergambar Tentang Pengenalan Emosi Dan Sifat Baik Untuk Anak Usia Dini 3-6 Tahun Di Early Step School*.
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2022). Peningkatan Kemampuan Desain Grafis untuk Meningkatkan Kreativitas Dakwah pada PC IPM Medan Area. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 7(1), 107–111. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v7i1.2308>
- Laudia Tysara. (2022, September 13). *Pengertian Banner Adalah Media Promosi dan Media Informasi, Pahami Fungsinya* [Article Website]. Liputan6. <https://www.liputan6.com/hot/read/5057726/pengertian-banner-adalah-media-promosi-dan-media-informasi-pahami-fungsinya>
- Melini, E., Hananto, B. A., Suwanto, K. M., & Tenardi, S. G. (2023). *Analisis Metode Mind Mapping Dalam Proses Pembelajaran Desain Grafis*. 10.
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visualideas*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>
- Mulyana, M. (2019). *Strategi Promosi Dan Komunikasi*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/v7dfr>
- Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>
- Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394Alyya Haliza Maharani, Martini Martini, & Hidayath, A.N. (2024). Trend Coffee Shop Pada Konsumen Remaja Berperilaku FOMO Di Kelurahan Pulo Gebang. *Jurnal Manajemen*



Hak Cipta :

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

- Pariwisata dan Perhotelan*, 2(3), 77–96. <https://doi.org/10.59581/jmpp-widyakarya.v2i3.3372>
- 403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>
- OCBC Indonesia. (2024, Februari 12). *Marketing Collateral Adalah: Pengertian, Jenis, dan Contohnya* [Article Website]. <https://www.ocbc.id/id/article/2024/02/12/marketing-collateral-adalah>
- Putri, I. (2022). *Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja*. 2.
- Rahel. (2024). *Perancangan Ulang Identitas Visual Untuk Meningkatkan Branding Catering Anakabu*.
- Rahmi, A. (2017). *Pembuatan Buku Panduan Media Promosi Perpustakaan Di Perpustakaan Amanah Masjid Taqwa Muhammadiyah Sumatera Barat*. 6(1).
- Rijke, J. W. P., Sn, S., & Sn, M. (2021). *Perancangan Ilustrasi Sebagai Media Promosi Online Midtown Di Janji Design Lab*.
- Rahma Fiska. (2022, September 22). *Pengertian Poster Adalah: Ciri, Tujuan, dan Jenisnya* [Article Website]. Gramedia Literasi. <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-poster-adalah/>
- Rosyada, I. (2021, April 16). *7 Elemen Dasar Desain Grafis yang Wajib Dipahami* [Article Website]. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/irfanrosyada/6079ac46d541df47ac07f462/7-elemen-dasar-desain-grafis-yang-wajib-dipahami>
- Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2024). Analisis Perkembangan Dan Pengaruh Tipografi Pada Sampul Majalah Bobo Terhadap Ketertarikan Anak. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1). <https://doi.org/10.5614/Jkvw.2024.15.1.1>
- Siagian, A. O., & Cahyono, Y. (2021). Strategi Pemulihan Pemasaran UMKM di Masa Pandemi Covid-19 Pada Sektor Ekonomi Kreatif. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 206–217. <https://doi.org/10.47233/jiteksis.v3i1.212>
- Sibarani, K., Rokhmawati, R. I., & Az-Zahra, H. M. (2019). *Analisis Warna Pada E-Commerce Terhadap Brand Awareness*.
- Siwalankerto, J. (2022). *Bryan Wiguna1, Daniel Kurniawan2*.
- ToffeeDev. (n.d.). *Elemen Desain Grafis* [Article Website]. ToffeeDev.



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

<https://toffee.dev.com/blog/design/element-design-graphics/>

Walker, C., Nolen, T., Du, J., & Davis, H. (2019). Applying Design Thinking: *Proceedings of the 2019 ACM SIGUCCS Annual Conference*, 19–19. <https://doi.org/10.1145/3347709.3347775>

Widayati, W., & Augustinah, F. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Promosi Makanan Ringan Kripik Singkong Di Kabupaten Sampang. *DIALEKTIKA : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 4(2), 1–20. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v4i2.345>

Yuswanti. (2015). *Penggunaan Media Gambar Untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa Pada Pembelajaran IPS Di Kelas IV SD PT. Lestari Tani Teladan (LTT) Kabupaten Donggala*. 3(4), 185–199.

Yudhistira. (2023, Januari 5). *Contoh Media Promosi Adalah: Jenis dan Cara Memilihnya* [Article Website]. Bhinneka Blog. <https://www.bhinneka.com/blog/contoh-media-promosi-adalah/>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan

Bimbingan Dosen Pembimbing 1

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	27 Februari 2025	Pada latar belakang bab 1, permasalahan masih kurang tajam dan latar belakang masih belum terlihat urgensinya. masih kurang fenomena fenomena yang melatarbelakangi judul yang diangkat dan latar belakang belum selesai	Menyelesaikan Bab 1 dan mempertajam urgensi kenapa dibutuhkan marketing collateral dan mengumpulkan kembali data seperti wawancara dengan owner perihal target market yang jelas serta keunggulan yang ingin diangkat pada marketing collateral
2	6 Maret 2025	Pada judul untuk menghilangkan tujuan brand awareness pada laporan diganti menjadi sebagai media promosi saja dan mengubah rumusan masalah serta tujuan yang masih tertulis brand awareness. pada latar belakang sudah lebih baik daripada minggu kemarin tapi masih kurang fenomena yang memberikan persaingan usaha coffee shopnya. pada bab 2 dimulai untuk kerangka teori	Mengganti tujuan judul menjadi media promosi pada Blip Kopi sehingga tidak perlu ada teori brand awareness untuk bab 2. Serta menambahkan fenomena mengenai persaingan usaha coffee shop. pada minggu ini juga sudah mulai mencari teori teori untuk bab 2 nya.
3	8 Maret 2025	Pada latar belakang bab 1 pada paragraf ke 2 sampai 3 isinya hampir sama dan susunannya masih bisa diperbaiki sehingga untuk paragraf 2 disusun ulang kata katanya sehingga lebih baik lagi. dan ditambahkan kembali pada fenomena mengenai persaingan usaha coffee shop yang beredar. pada ruang lingkup pembahasan untuk media turunan dihapus karena sudah banyak media untuk marketing collateral.	Merevisi dengan catatan yang sudah diberikan dan sudah mulai memikirkan kerangka teori untuk bab 2
4	13 Maret 2025	Bab 1 sudah acc. Untuk bab 2 kerangka teori mendapatkan beberapa penyesuaian seperti sub bab, sub sub bab. sudah mulai membuat pertanyaan untuk kuesioner dan survey yang nantinya akan mendukung untuk bab 3. ada beberapa revisi pertanyaan seperti sebaiknya ditulis pilihan jawabannya untuk pertanyaan tertutup.	Melanjutkan bab 2 yang sudah ditetapkan kerangka teorinya serta melanjutkan pertanyaan kuesioner untuk disebar nantinya minggu ini
5	11 April 2025	Bab 2 sudah acc, dan bab 3 perlu ada penambahan bagan agar mempermudah nantinya, selain itu ada revisi mengenai metode penelitian dan matrix SWOT yang kurang menjurus	Merevisi bab 3 sesuai arahan, dan membuat bagan untuk di metode penelitian, serta mengubah SWOT menjadi lebih tajam strateginya
6	24 April 2025	Mengajukan bimbingan revisi hasil sempro yang sudah di berikan oleh penguji. Serta membahas konsep visual/BAB 4 yang akan dilanjutkan nantinya kedalam mindmap	Merevisi Latar belakang supaya lebih menjurus dan mengerucut ke permasalahan. merevisi bab 3 sesuai arahan.



© 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	6 Mei 2025	Mengajukan hasil mindmap yang sudah dibuat. Terdapat beberapa komentar yaitu kata kunci not dan bubble yang harus dipilih salah satu karena itu merupakan simbol yang nantinya agak sulit untuk dieksplor.	Merevisi hasil mindmap dengan mengubah kata kunci menjadi lebih eksploratif berupa alat musik, kartu, bold minimalist, dan clean
8	8 Mei 2025	Membahas mengenai materi moodboard, dan asistensi mindmap yang sudah direvisi kemarin	Membuat moodboard dari hasil kata kunci yang ditemukan pada mind map, sehingga mendapatkan referensi visual untuk desain
9	15 Mei 2025	Mengasistensikan moodboard yaitu (inspirational board, reference board, dan concept board), ada beberapa revisi yaitu hapus visual atau gambar yang bernuansa sepi karena berbanding terbalik dengan kelebihan blip kopi. lebih banyak menambahkan visual kata kunci	Merevisi moodboard yang sesuai arahan pembimbing, serta akan melanjutkan kedalam sketsa thumbnail
10	28 Mei 2025	Asistensi abstrak untuk keperluan tetamekraf, ada beberapa catatan yaitu dibuat lebih singkat dan padat untuk abstrak. serta permasalahan lebih di tekankan sehingga butuh marketing collateral	Merevisi abstrak sesuai arahan pembimbing untuk submit tetamekraf
11	29 Mei 2025	Asistensi desain thumbnail dan desain manual, ada beberapa revisi yaitu untuk menyederhanakan bentuk dari desain thumbnail sehingga bisa untuk di eksplor desain lainnya. dan desain sketsa diulang karena terlalu detail sketsa manualnya	membuat ulang sketsa manual dengan menggunakan grid dan bentuk yang tidak terlalu detail. serta merevisi desain thumbnail supaya lebih sederhana lagi

12	5 Juni 2025	Asistensi desain sketsa manual, dan segera melanjutkan ke desain komprehensif dan desain terpilih	Membuat desain komprehensif yang dibuat secara digital, serta memilih desain yang akan dijadikan desain FAW
13	16 Juni 2025	Asistensi desain komprehensif, dan langsung untuk membuat desain FAW dengan beberapa revisi seperti, menambahkan ilustrasi mesin kopi untuk memberikan kesan premium dalam poster, dan mengkombinasikan ilustrasi dengan foto sehingga lebih hidup	Membuat desain terpilih dengan beberapa revisi sesuai arahan, dan mulai untuk membuat beberapa desain turunan seperti brosur, buku menu, sosmed.
14	24 Juni 2025	Mengasistensikan FAW dan hasil cetak kepada pembimbing, ada beberapa revisi yaitu di FAW foto produk dibesarkan sehingga terlihat menyegarkan kepada konsumen, dan ada beberapa perubahan di material cetak	Merevisi hasil FAW sesuai arahan pembimbing, dan mencetak ulang untuk bagian buku menu sesuai dengan arahan revisi desain dan bahan produksi
15	26 Juni 2025	Mengasistensikan laporan, dan beberapa revisi berupa poster, dan sosmed untuk mendapatkan tanda tangan pembimbing	Merevisi beberapa catatan didalam poster



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

Bimbingan Dosen Pembimbing 2

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	14 Maret 2025	Untuk Bab 1 masih banyak pengulangan pengulangan kata yang tidak efektif sehingga latar belakang bertele tele untuk penjelasannya. kemudian masih belum mengangkat masalah pada bagian permasalahan kenapa membutuhkan marketing collateral seperti banner, buku menu, flayer, brosur dari segi konsumennya sehingga membutuhkan media tersebut untuk Blip Kopi.	Merancang ukang kata kata untuk bab 1 sehingga penjelasan tidak terlalu panjang dan bertele tele. serta menambahkan permasalahan dari segi konsumen
2	11 April 2025	Perlu diefektifkan lagi pada bagian bagian di bab 1 untuk penggunaan kalimatnya. Selain itu ada beberapa revisi teknis seperti penulisan sitasi, dan penulisan sub bab	Melakukan perbaikan untuk penggunaan kalimat yang lebih efektif dan tidak bertele tele, selain itu memperbaiki format penulisan teknisnya
3			
4			
5			
6			
7			
8			

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Cek Plagiarisme

Similarity Report ID: oid:3618:102517498

PAPER NAME	AUTHOR
DG8A_Devan Adha Saputra_Perancangan Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada Blip Kopi	Devan Adha Saputra
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
11590 Words	71949 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
71 Pages	2.7MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jun 26, 2025 9:53 AM GMT+7	Jun 26, 2025 9:56 AM GMT+7

● 7% Overall Similarity

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

• 7% Internet database

• 2% Publications database

• Crossref database

• Crossref Posted Content database

• 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

• Bibliographic material

• Quoted material

Summary



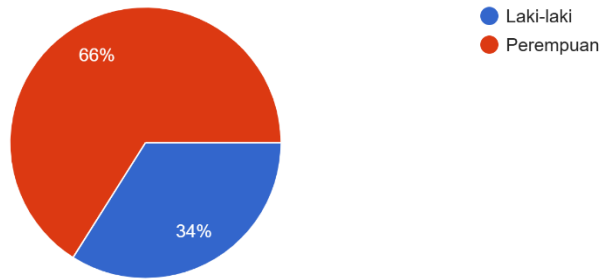
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

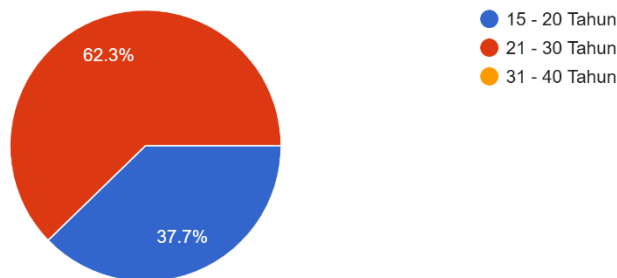
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 3 Hasil kuesioner untuk Cunsumer Insight

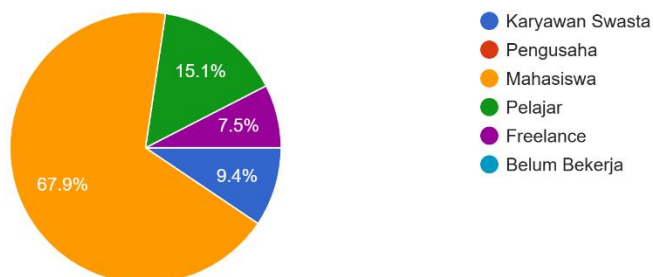
Jenis Kelamin
53 responses



Usia
53 responses



Pekerjaan
53 responses



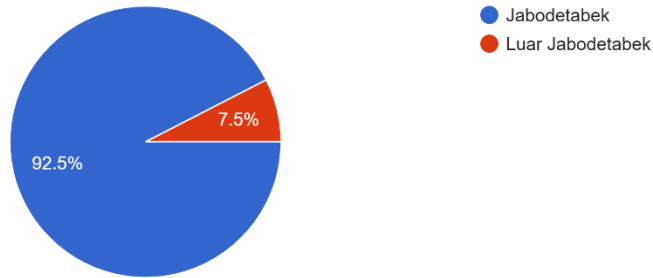


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

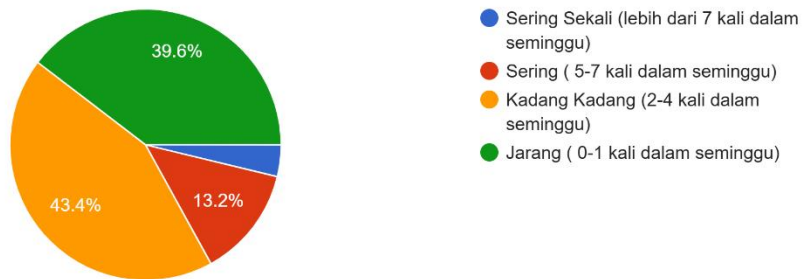
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Domisili
53 responses

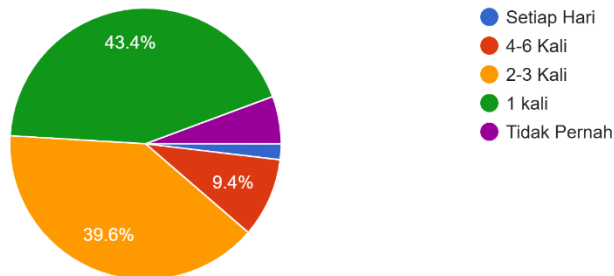


Riset Kebiasaan Responden

Apakah anda sering minum kopi?
53 responses



Seberapa sering anda pergi ke coffee shop dalam 1 minggu?
53 responses





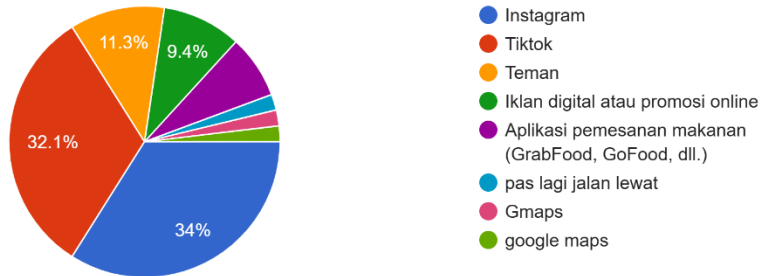
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

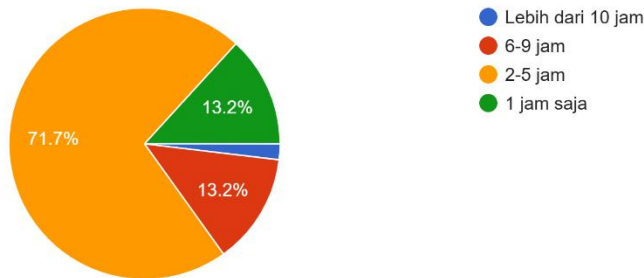
Dimana biasanya anda mendapatkan/mengetahui informasi tentang coffee shop?

53 responses



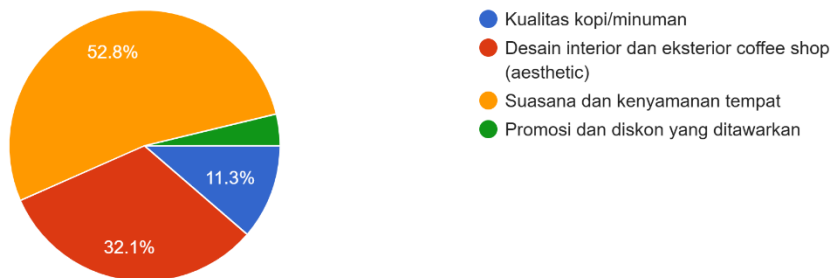
Berapa lama anda biasanya nongkrong/minum/bekerja di coffee shop?

53 responses



Apa yang paling Anda perhatikan saat memilih coffee shop untuk dikunjungi?

53 responses





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

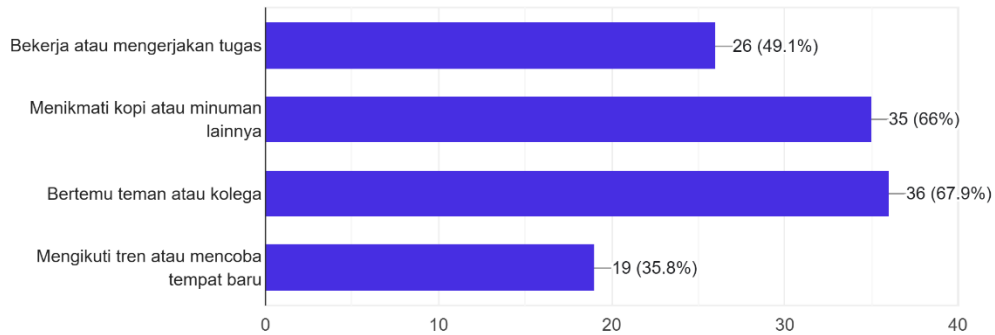
Hak Cipta :

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

Riset Coffee Shop

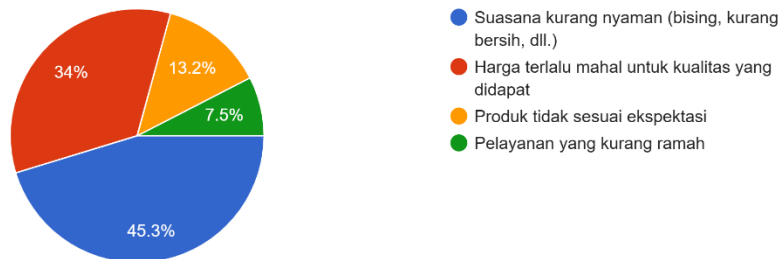
Apa alasan utama Anda mengunjungi coffee shop? (Boleh pilih lebih dari satu)

53 responses



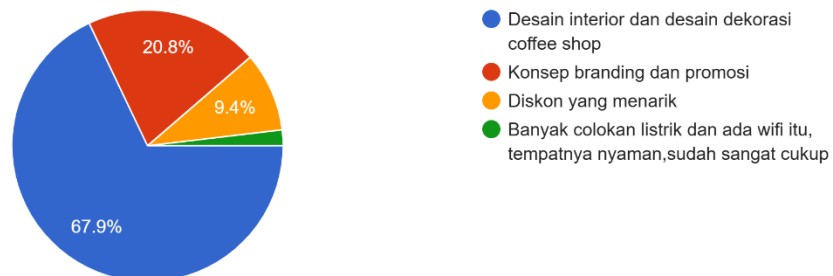
Jika anda pernah mengunjungi coffee shop yang memberikan pengalaman tidak menyenangkan, apa yang membuat pengalaman anda kurang menyenangkan?

53 responses



Dari coffee shop yang pernah Anda kunjungi sebelumnya, apa yang menurut Anda paling menarik?

53 responses





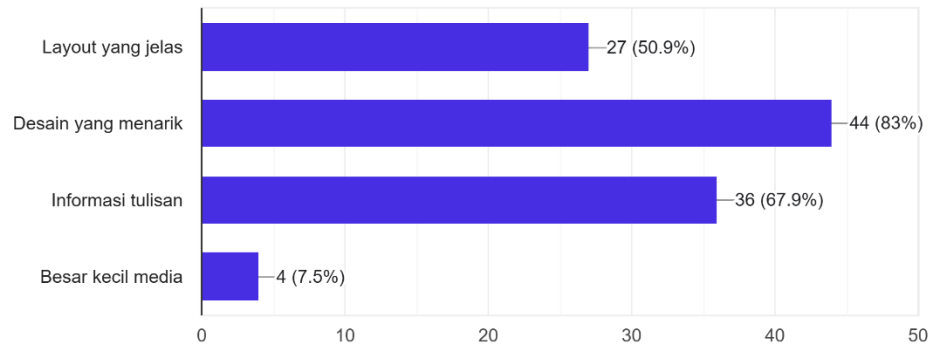
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

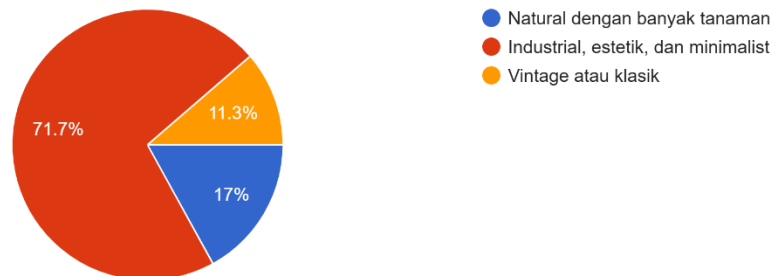
Apa yang anda perhatikan lebih dahulu ketika melihat sebuah media promosi? (bisa pilih lebih dari 1)

53 responses



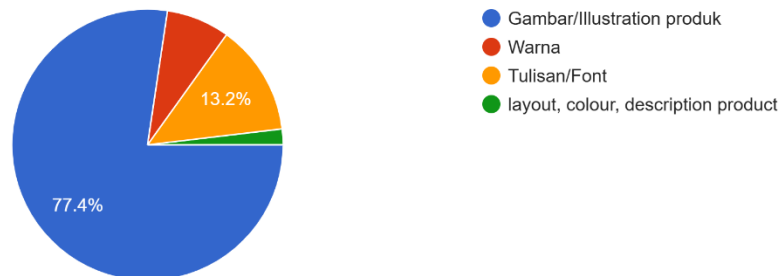
Menurut Anda, konsep seperti apa yang menarik untuk sebuah coffee shop kekinian

53 responses



Menurut anda unsur desain apa yang paling penting dalam media promosi coffee shop ini agar terlihat efektif menarik perhatian konsumennya?

53 responses





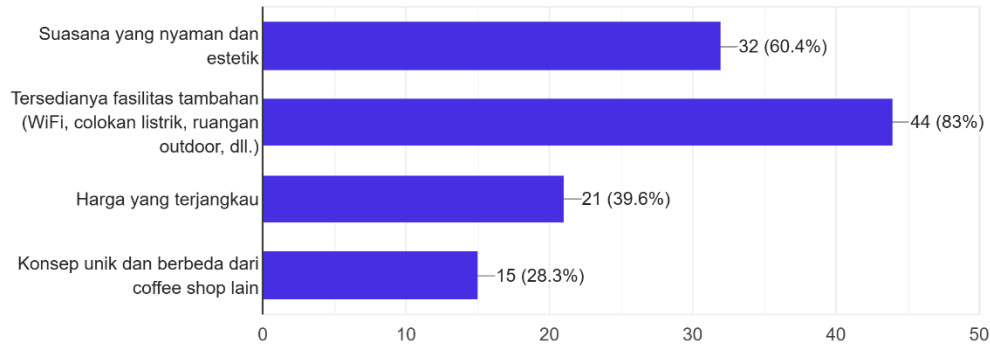
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

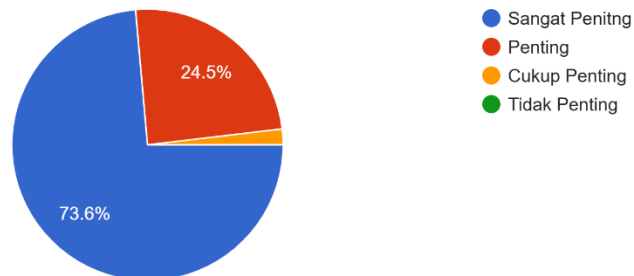
Apa yang paling Anda harapkan dari sebuah coffee shop selain minuman kopi (pilih 2)

53 responses



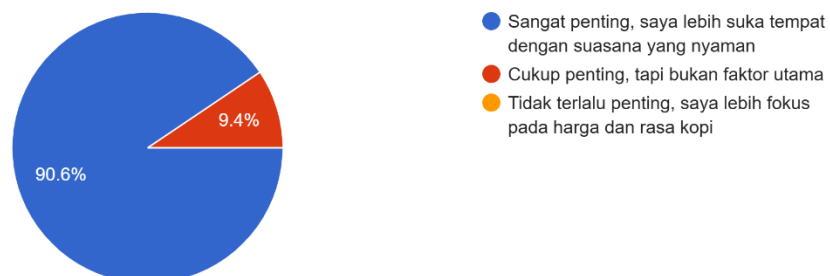
Menurut kamu seberapa penting kemudahan informasi yang ditawarkan dalam coffee shop (info produk, info harga, info promo)

53 responses



Seberapa penting suasana dan kenyamanan tempat dalam keputusan Anda mengunjungi coffee shop?

53 responses





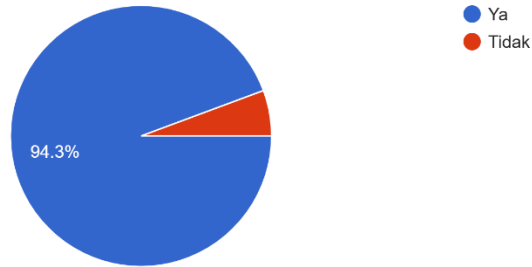
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apakah media sosial yang menarik dan memberikan informasi produk merupakan salah satu faktor untuk mengunjungi coffee shop?

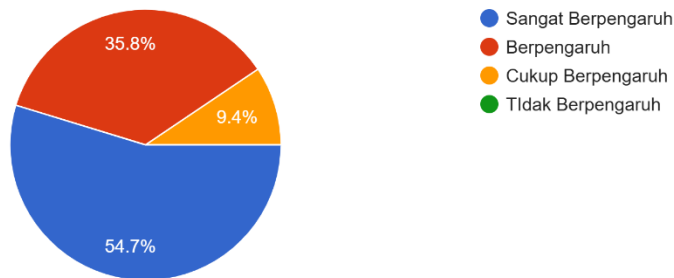
53 responses



Riset Media Promosi

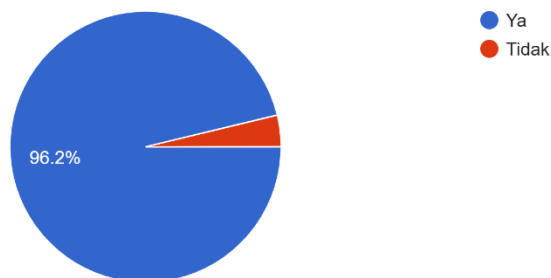
Seberapa besar pengaruh desain marketing (poster, brosur, media sosial, dll.) dalam menarik perhatian Anda serta keputusan Anda untuk mengunjungi sebuah coffee shop?

53 responses



Apakah gambar produk pada media sosial atau media promosi lainnya merupakan faktor anda tertarik mengunjungi coffee shop?

53 responses





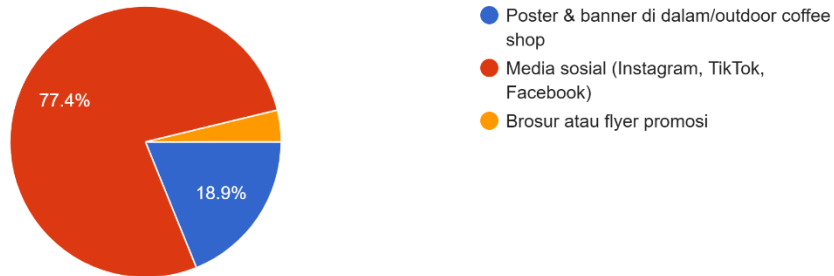
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

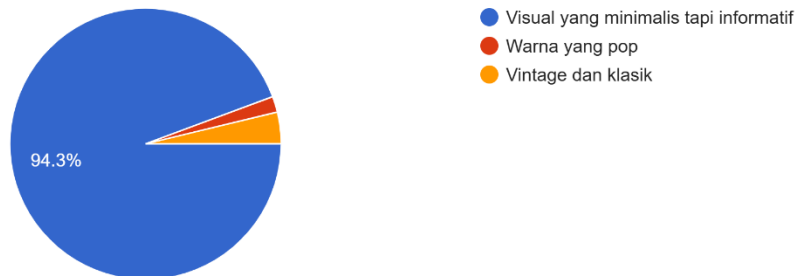
Dari media promosi coffee shop yang pernah Anda lihat (contoh: poster, banner, brosur, media sosial, dll.), media apa yang paling menarik perhatian Anda?

53 responses



Dari pengalaman Anda, media promosi coffee shop seperti apa yang paling efektif dalam menarik perhatian Anda?

53 responses



NEGERI
JAKARTA



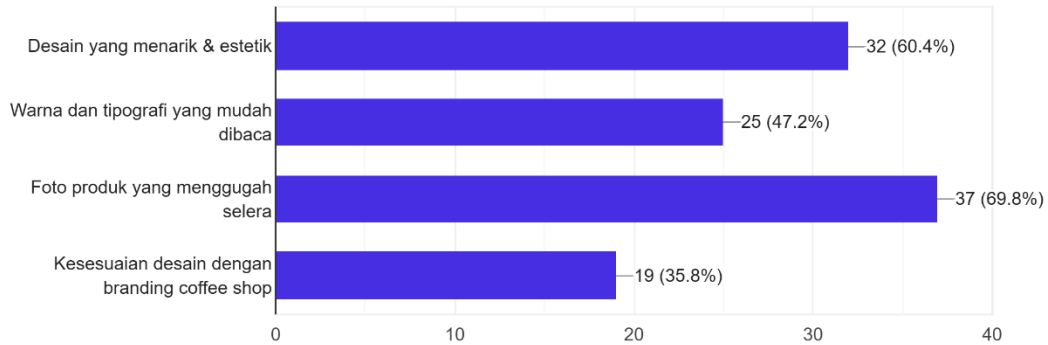
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

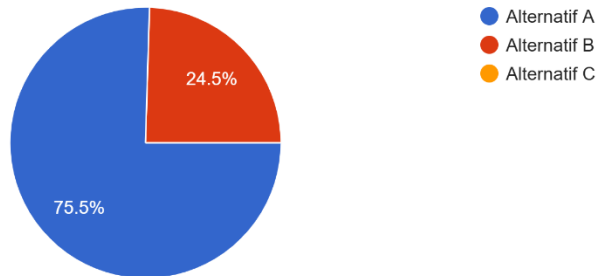
Apa yang Anda sukai dari media promosi coffee shop yang pernah Anda lihat? (pilih 2)

53 responses



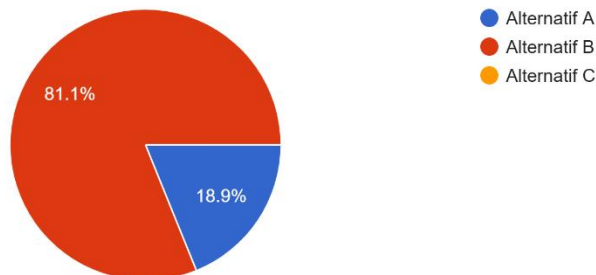
Dari ketiga gambar diatas, desain manakah yang menurut anda sesuai dengan coffee shop kekinian dengan target anak muda, serta gaya bangunan industrial/modern?

53 responses



Dari ketiga gambar diatas, desain manakah yang memiliki kejelasan informasi produk paling baik

53 responses





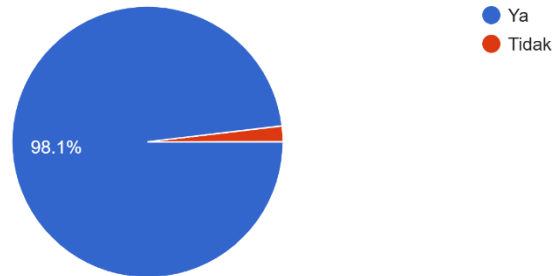
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Menurut anda, apakah desain yang anda pilih bisa diterapkan ke semua media promosi (brosur, buku menu,dekorasi kafe, banner)

53 responses



Apa alasan anda memilih desain tersebut?

53 responses

desain nya menarik

Cafe dengan gaya bangunan modern minimalist cenderung relevan dengan desain yang modern. Di mana desain modern identik dengan tipografi yang kuat, layout bersih, serta warna yang minim. Saya rasa Alternatif A memiliki desain yang sesuai dengan konsep cafe yang dimaksudkan. Namun, untuk kejelasan informasi Alternatif B memiliki keunggulan tersendiri karena memiliki layout yang mempermudah audiens untuk memahami informasi.

karena sesuai dengan konsep, dan informasi mudah dibaca

gambar dan warnanya menarik, informasi yg jelas

menarik dan informatif

kalau untuk media promosi saya rasa anak muda akan lebih suka dengan konsep cafe alternatif A karena sangat kekinian dan modern

menarik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa alasan anda memilih desain tersebut?

53 responses

karena desainnya kekinian banget untuk yang pertama, foto produk jelas juga dan menggugah selera, tapi dengan desain yang ke 2 memiliki informasi yang sangat baik, jadi bisa dikombinasikan antara ke 2 desain tersebut

Alasan saya memilih desain A adalah karena gaya layout dan pemilihan warnanya sangat baik sehingga menggugah selera audiens yang melihatnya, akan tetapi dari segi kejelasan informasi saya memilih desain B dikarenakan ia lebih mengutamakan informasi yang jelas daripada estetika desain layout-nya

Desain menarik,imut

Karena kalau dari desainnya, mencerminkan anak muda dan kekinian dalam desainnya

- Desain A memiliki konsep baru dan lebih modern dibandingkan dengan desain B dan C, baik dari segi pemilihan font yang digunakan, layout desainnya, pemilihan warna yang umum di era sekarang. Sehingga desain A ini terbilang cocok dengan konsep modern yang memiliki target kepada anak muda.

- Desain B memiliki ukuran font yang jelas dan informasi yang tertera lebih komplit dibandingkan dengan desain lainnya. Hanya saja terlihat cukup kuno dan kurang menarik jika dilihat.

Apa alasan anda memilih desain tersebut?

53 responses

Informasi nya jelas

bagus

terlihat menarik dan mudah dibaca

Karena terlihat lebih modern sesuai dengan target yang dituju, serta memiliki desain yang unik dan lebih menarik dilihat oleh mata

Karena desain A memiliki foto produk yang sangat menarik perhatian karena jelas dan paling terlihat juga, ini cocok untuk media promosi, karena bukan sekedar tulisan saja, namun gambar yang bermain

Lebih suka yang minimalis aja sebenarnya, dan desain minimalis yang dipilih menunjukkan hampir segala aspek yang diperluin dalam media promosi sebuah kafe

menurut saya, karena desain tersebut sesuai dengan pertanyaan. selain itu, gambar C merupakan desain yang vintage dan kurang informatif.

Menarik perhatian



Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Transkrip Wawancara

Waktu : 11 Februari 2025
Narasumber : Bapak Reezal Noerdza (Founder Blip Kopi)
Lokasi : Blip Kopi Jl. Kalisari II, Kalisari, Pasar Rebo, Jakarta Timur
Hasil : Informasi mengenai Blip Kopi

b. Kapan usaha Blip Kopi ini dibuat?

Awalnya Blip Kopi ini saya bangun pada saat pandemi covid mas, karena filling dan plan saya, kalau pandemi ini selesai, usaha ini langsung bisa berjalan gitu, jadi awal pembangunan itu ditahun 2020, memang saya persiapkan tahun 2021 Blip Kopi sudah siap buat dijalankan.

c. Kenapa ingin membuat usaha coffee shop, apa alasannya?

Jadi awalnya sebenarnya saya tuh pengen buat warkop, karena memang saya suka kopi dan sering ngopi gitu di kafe dengan ambience dan vibes yang tentunya berbeda dengan warkop. Awalnya memang ingin buka warkop tapi saya pikir kenapa ngga coba kafe aja yang lebih cozy gitu makanya kita bikin Blip ini as a coffee shop.

d. Arti nama Blip Kopi itu apa?

Awalnya itu karena kita nih pecinta marvel, awalnya saat si tony stark itu memblip yang ke dua, yang mengembalikan semua manusia di bumi dari Thanos. Jadi arti Blip itu singkatan kata artinya balik lagi ke blip dengan segala kenyamanan yang ada jadi costumer yang loyal gitu awalnya.

e. Apa yang membedakan Blip Kopi dengan coffee shop sejenis?

Mungkin saat ini adalah services, jadi di Blip itu saya harus pastikan orang yang datang itu ditanya oleh si Barista, jadi ketika datang ke dua kalinya kita bisa sebut

Hak Cipta :

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

nama, ngobrol, dan ada bounding antara costumer dengan karyawan. Memang rata rata yang dateng kesini kita tau nama. Selain itu ada yang namanya EKB, itu adalah menu signaturanya Blip Kopi, nah saya sudah riset rata rata kopi susu kaya gitu, rasanya kan lebih ke cream yaa, jadi kurang rasa kopinya, nah di Blip Kopi ada EKB yang saya buat memang pake bahan premium, rasa kopinya tetep ada dan pas walaupun udah di diemin beberapa lama gitu. Jadi EKB ini bisa jadi menu yang membedakan dengan coffee shop sejenis.

f. Apa saja menu yang ada di Blip Kopi?

Blip Kopi punya beberapa menu mulai dari kopi, non kopi, mocktail, snack juga ada, makanan berat juga ada, jadi cocok buat yang mau nongkrong gitu ama temen temen. Menunya juga disini affordable dibanding yang lain, karena yang lain lebih mahal tapi tempatnya kurang luas, ngga ada wifi, ngga ada colokan.

g. Kendala apa aja yang sering dihadapi oleh konsumen Blip Kopi?

Selama ini kendalanya pertama mungkin ada di akses yaa, karena kan kita ada di lantai dua ruko dan tangganya meamng agak tersembunyi, jadi kadang konsumen sempet bilang kalo susah kesininya, ngga nemu nemu gitu. Yang ke dua karena buku menu kita ngga ada gambarnya ya, kasir sering bilang kalo konsumen nanya mulu soalnya “ini kaya apaa makananya” gitu dan saya menyadari juga si memang perlu ada foto buat konsumen jadi lebih tertarik gitu buat beli.

h. Kelebihan Blip Kopi saat ini?

Nah kalo kelebihan Blip Kopi sebenarnya udah bisa diliat dari awal masuk ya, Blip ini memang sengaja saya buat luas untuk coffee shopnya jadi bisa dibikin acara disini, entah buat komunitas kah atau reuni kah yakan. Jadi beda dengan coffee shop lainnya yang memang hanya untuk minum kopi, dsini buat acara bisa, buat nongrong bisa, buat bekerja apalagi ya kan. Kalo diliat setiap tempat duduk ada stop kontak buat yang mau kerja disini. Ada wifi yang kenceng jugaa, ada musolah,



© 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

ada kamar mandi. Jadi cocok lah buat yang mau WFA yaa disini, kalo dari minuman, tadi udah dijelasin kalo disini ada menu signature yang pake bahan yang premium mahal gitu, gak cuman EKB doang tapi semua bahan disini kita persiapin yang premium karena kualitas ga pernah bohong yaaa.

i. Apa yang diharapkan untuk Blip Kopi?

Yang saya harapkan Blip Kopi ini mungkin kedepannya bisa dikenal sama banyak orang dan kalau bisa ini harapan saya pribadi sebenarnya, Blip Kopi bukan hanya tempat bekerja atau nongrong tapi tempatnya komunitas musik si buat ngumpul silaturahmi bareng disini.



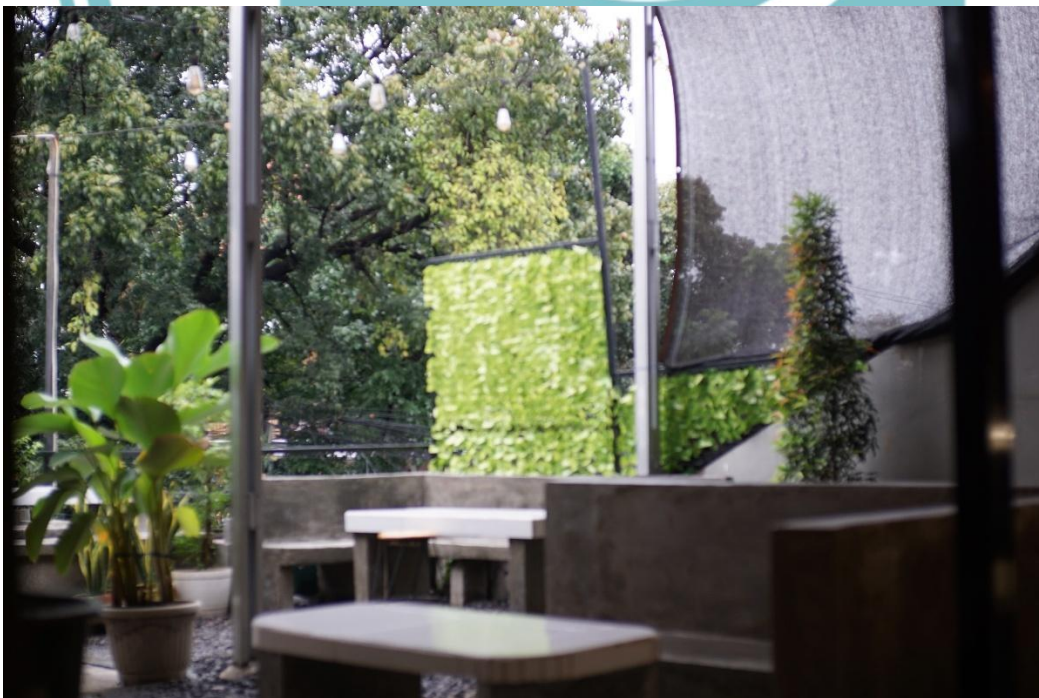


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Dokumentasi Observasi Kafe

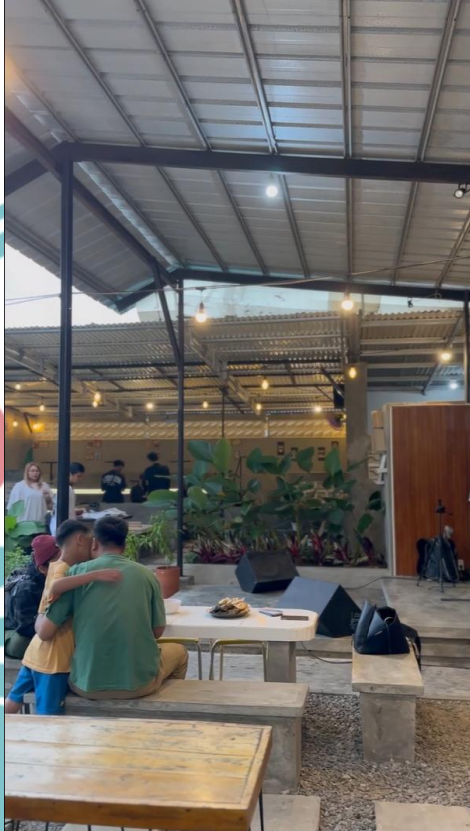




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

Lampiran 6 Transkrip Wawancara Testing



Waktu : 21 Juni 2025
 Narasumber : Ibu Dwi (Founder Blip Kopi)
 Lokasi : Blip Kopi Jl. Kalisari II, Kalisari, Pasar Rebo, Jakarta Timur
 Hasil : FAW Marketing Collateral Blip Kopi

Penulis : Selamat malam bu, untuk desainnya sudah selesai, menggunakan warna yang sesuai identitas blip dan menggunakan konten atau foto asli blip bu. Boleh dilihat dulu desainnya bu

Bu Dwi : Soree van, ini apa nih poster yaa, wah ini keren banget, kamu ngerjainnya berapa lama ini?. Ini berarti ilustrasi yang bakal dipake terus ya sama blip?

Penulis : terima kasih bu, sekitar 3 hari bu soalnya kemarin ada beberapa revisi di sketsa manualnya. Ilustrasi dipake terus bu jadi kalau mau digunakan di media sosial, atau konten promosi lain bisa dipakai ilustrasinya. Kalau dari ibu apa yang perlu diperbaiki?

Bu Dwi : sebenarnya ini udah oke banget, ga ada yang perlu di revisi van, ibu sampe terharu, soalnya dulu pernah ada desainer tapi ga semasuk ini desainnya sama blip. Ohh ini kurang foto ya menunya?



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

Penulis : iya bu kemarin pada saat foto produk belum ready dari kitchen untuk memasaknya. Kalau dari foto udah aman belum bu apa ada ayng harus diperbaiki dari hasil konten atau keterbacaannya kurang jelas?

Bu Dwi : udah udah sii, ini udah sesuai semua kalo dari ibu yaa. Foto udah sesuai, konten juga nati bakal menyusul yaa untuk yang di sosmed. Jadi overall ibu suka warna birunya juga udah banyak yaa, sesuai sama warna blipnya

Penulis : Oke bu, kemungkinan bakal saya lanjut ke finalisasi dan proses percetakan ya bu

Bu Dwi : Siap van, mau buat berapa sama dimana?

Penulis : Karena banyak orang yang kesuitan menemukan tangga Blip, kemungkinan untuk banner saya taruh bawah bu

Bu Dwi : okee, makasih ya van

Penulis : Iya bu, sama sama.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7 Dokumentasi testing konsumen



JAKARTA



© Hak Cipta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup



Hai!
I'm Devan
Adha Saputra

I am a student at Jakarta State Polytechnic majoring in Graphic Design. I have proficiency in various software, including Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe After Effects, and Premiere Pro. I have experience working as a Graphic Designer and creating content for social media and promotional materials. I enjoy working in a team and am always eager to learn new things.

Email

devanadha.s12@gmail.com

Phone

081316386286

Instagram

devanadha_s12

linkedin

Devan Adha Saputra

Education

Bachelor of Graphic

Jakarta State Polytechnic
 Sept 2021 – Present

Work Experience

Karsa Creative

Motion Designer, Graphic Designer Freelance
 Jan 2025 – Present

- Responsible for creating social media designs for Sehat Inaco and Imcoco
- Creating promotional motion videos and social media for Sehat Inaco and Imcoco

PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk.

Motion Designer, Graphic Designer
 Sep – Dec 2024

- Created over 45 Instagram feed designs to educate customers and bank officers at Bank BRI.
- Actively created Instagram Reels content, achieving 11,708 views on the Instagram
- Responsible for creating motion designs that provide education to bank officers, UMI partners, and customers, from storyboard creation to the final video.
- Designed event materials such as apparel, jackets, and banners.

Dewan Perwakilan Rakyat (DPR RI)

Motion Designer, Graphic Designer
 Feb– Jun 2024

- Responsible for creating graphic designs and motion infographics for internal use by the House of Representatives (DPR) and national TV stations.
- Developed motion graphics for major events within the Secretariat General of the House of Representatives
- Successfully designed social media content for TVR Parliament, such as Instagram Reels and YouTube Thumbnails.

Azzad Indonesia

Graphic Designer
 Juni – Nov 2023

- Collaborated with the team in producing several annual report books for state-owned enterprises (BUMN) ITDC, PTPN XII, and PTPN VIII, covering cover design, layout, and infographics.
- Successfully managed two corporate social media accounts as a graphic designer, achieving over 20,000 total engagements.
- Designed event materials supported by Azzad Indonesia, including banners, nametags.

Sahabat UMKM | DG Berkemas Jakarta State Polytechnic

Graphic Designer
 Juni – Nov 2023

- Successfully developed packaging design for UMKM using design theories such as Creative Brief, Mind Map, Mood Board, and Brainstorming for selected UMKM products.
- Redesigned pouch packaging for the UMKM product "Dingdong Kentang Mustofa" following the provided brief.
- Awarded an Intellectual Property Rights (HKI) certificate for the packaging design of "Dingdong Kentang Mustofa."

Skills & Abilities



Adobe Photoshop



Adobe After Effect



Adobe Premiere Pro



Adobe Illustrator



Adobe Indesign

Team work, Communication, Creativity,
 Problem Solving, Fast adaptation