



© 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 MEDIA PROMOSI *EVENT FUN RUN* SEBAGAI
*BRANDING SUAR RUANG COFFEE GROUND***



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
KALISTA HISWARI
2106421020

**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 mengumunkan 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 Media Promosi *Event Fun Run* Sebagai
Branding Suar Ruang Coffee Ground
Penulis : Kalista Hiswari
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, 1 Juli 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

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

Drs. Djony Herfan, M.I.Kom.
NIP 22992014110319631213



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT FUN RUN* SEBAGAI *BRANDING* SUAR RUANG COFFEE GROUND

Oleh:

KALISTA HISWARI
2106421020

Disahkan:
Depok, 10 Juli 2025

Penguji I

Andriyanto, S.E., M.Kom.
NIP 23272015100119730629

Penguji II

Sari Puspita Dewi, M.Pd.
NIP 198208312015042001

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 mengumunkan 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 *EVENT FUN RUN* SEBAGAI *BRANDING* SUAR RUANG COFFEE GROUND

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 10 Juli 2025



Kalista Hiswari



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Pertumbuhan tren konsumsi kopi serta meningkatnya kesadaran akan gaya hidup sehat menjadi peluang strategis bagi pelaku bisnis *coffee shop*. Suar Ruang Coffee Ground merespons tren ini dengan merancang *Event Fun Run* sebagai strategi *branding* untuk memperkuat hubungan dengan pelanggan dan menarik minat konsumen baru. Namun, belum tersedianya media promosi menjadi hambatan dalam menyampaikan nilai dan semangat *event* kepada target audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari lima tahap: *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Pada tahap *Empathize*, dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan kuesioner guna memahami kebutuhan audiens dan karakter *brand*. Hasil analisis kemudian dirumuskan dalam tahap *Define* untuk mengidentifikasi permasalahan utama. Tahap *Ideate* dilakukan melalui eksplorasi visual menggunakan *mind mapping* dan *moodboard* untuk merumuskan arah desain. Tahap *Prototype* diwujudkan dalam bentuk sketsa dan digitalisasi alternatif desain media promosi. Tahap akhir *Test* dilakukan dengan uji coba desain kepada audiens dan klien untuk memperoleh masukan guna penyempurnaan desain. Konsep visual yang dikembangkan menekankan kesan ceria, energik, dan komunikatif dengan pendekatan konsep desain yang *simple* dan *fun*. *Final artwork* kemudian diterapkan ke berbagai media cetak dan digital, seperti poster, *banner*, *flyer*, dan konten media sosial, sebagai bentuk visualisasi strategi *branding* yang konsisten dan relevan.

Kata kunci: *Branding, Event Fun Run, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The growing trend of coffee consumption and increasing public awareness of healthy lifestyles present strategic opportunities for coffee shop businesses. Suar Ruang Coffee Ground responds to this trend by organizing a Fun Run event as part of its branding strategy, aiming to strengthen relationships with existing customers and attract new audiences. However, the absence of representative promotional media poses a challenge in effectively communicating the event's value and spirit. This study applies the Design Thinking approach, which consists of five stages: Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test. In the Empathize stage, data was collected through observation, interviews, and questionnaires to understand audience needs and brand characteristics. The Define stage identifies key problems based on the insights gathered. During the Ideate stage, visual concepts were explored using mind mapping and moodboard to establish a design direction. The Prototype stage involved sketching and digitizing design alternatives for promotional media. In the final Test stage, the designs were evaluated by the target audience and stakeholders to gather feedback and guide refinement. The resulting visual concept emphasizes a fun, energetic, and communicative tone with a simple and playful design style. The final artwork was applied to various media such as posters, banners, flyers, and social media content as a consistent and relevant visual representation of Suar Ruang's branding strategy.

Keywords: Branding, Fun Run Event, Promotional Media.

**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

PRAKATA

Segala puji dan syukur ke hadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Media Promosi *Event Fun Run* Sebagai *Branding* Suar Ruang Coffee Ground”. Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada kedua Orang Tua dan semua pihak yang telah memberikan doa, dukungan, serta membantu penulis selama penyusunan Laporan Tugas Akhir di antaranya:

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.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. sebagai dosen pembimbing materi dari jurusan dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Drs. Djony Herfan, M.I.Kom. sebagai dosen pembimbing teknis dari jurusan dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir
6. Kepada Theodore Rocky yang selalu memberi motivasi dan selalu menemani untuk menyelesaikan laporan Tugas Akhir.

Saya menyadari bahwa perancangan Laporan Tugas Akhir ini masih dapat dikembangkan lebih luas lagi. karena itu saya memohon maaf bila ada kekurangan dan saya mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, saya berharap Laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak, baik penulis maupun pembaca.

Depok, 10 Juli 2024

Kalista Hiswari



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.4.1 Manfaat Pembahasan	3
1.4.2 Tujuan	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	5
2.1 Promosi.....	5
2.2 Media Promosi	6
2.2.1 Jenis Media Promosi	6
2.3 Event	10
2.3.1 Manfaat Event	10
2.4 Branding	11
2.4.1 Tujuan Branding	12
2.5 Prinsip Desain Grafis.....	12
2.6 Layout	14
2.6.1 Jenis Layout.....	15
2.7 Tipografi	17
2.7.1 Klasifikasi Huruf	18
2.8 Warna	18
2.8.1 Psikologi Warna	19
2.8.2 Kombinasi Warna.....	21
2.9 Ilustrasi	22
2.10 Teori Design Thinking	23



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 III METODE PERANCANGAN.....	25
3.1 Metode Riset Desain	25
3.2 Metode Pengumpulan Data	26
3.2.1 Observasi.....	26
3.2.2 Wawancara.....	26
3.2.3 Kuesioner.....	27
3.2.4 Studi Literatur	27
3.3 Data dan Analisis.....	27
3.3.1 Profil Suar Ruang Coffee Ground.....	27
3.3.2 <i>Product Knowledge</i>	29
3.3.3 Kompetitor	30
3.4 Hasil Wawancara.....	31
3.5 <i>Consumer Insight</i>	32
3.6 Analisis SWOT.....	33
3.7 <i>Positioning</i>	34
3.8 Arahan Kreatif.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	37
4.1 <i>Ideate</i>	37
4.1.1 <i>Mind map</i>	37
4.1.2 <i>Moodboard</i>	38
4.2 <i>Prototype</i>	39
4.2.1 Sketsa	39
4.4 <i>Test</i>	49
4.4.1 Pertimbangan Produksi	50
4.5 <i>Final Art Work</i>	52
BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan.....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR REFERENSI	60
DAFTAR LAMPIRAN	65



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Poster	6
Gambar 2.2 Contoh Banner	7
Gambar 2.3 Contoh Flyer.....	7
Gambar 2.4 Contoh Merchandise	8
Gambar 2.5 Contoh Merchandise	9
Gambar 2.6 Contoh Website	9
Gambar 2.7 Contoh Mondarin Layout.....	15
Gambar 2.8 Contoh Axial Layout.....	15
Gambar 2.9 Contoh Big Type Layout.....	16
Gambar 2.10 Contoh Cicrus Layout	16
Gambar 2.11 Contoh Huruf Serif.....	17
Gambar 2.12 Contoh Huruf Sans Serif	17
Gambar 2.13 Contoh Huruf Script	18
Gambar 2.14 Contoh Pengelompokan Warna.....	19
Gambar 2.15 Contoh Harmonisasi Warna	22
Gambar 3.1 Logo Suar Ruang Coffee Ground.....	27
Gambar 3.2 Produk Suar Ruang Coffee Ground	29
Gambar 3.3 Logo Gama Coffee House.....	30
Gambar 3.4 Logo Bening Coffee Space	31
Gambar 4.1 Mind map	38
Gambar 4.2 Moodboard	39
Gambar 4.3 Sketsa Alternatif 1.....	40
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 2.....	41
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 3.....	41
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 4.....	42
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 5.....	43
Gambar 4.8 Sketsa Ilustrasi Kucing.....	43
Gambar 4.9 Digitalisasi Alternatif 1	44
Gambar 4.10 Digitalisasi Alternatif 2	45
Gambar 4.11 Digitalisasi Alternatif 4	46
Gambar 4.12 Desain Terpilih.....	47
Gambar 4.13 Warna Desain Poster	48



© 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 4.14 Tipografi Desain Poster.....	48
Gambar 4.15 Ilustrasi	49
Gambar 4.16 Foto	49
Gambar 4.17 Testing Cetak Poster.....	50
Gambar 4.18 Final Art Work	53
Gambar 4.19 Mockup Roll Banner	54
Gambar 4.20 Mockup Standing Flyer.....	55
Gambar 4.21 Mockup Standing Flyer.....	55
Gambar 4.22 Mockup Standing Flyer.....	56
Gambar 4.23 Mockup T-Shirt.....	56
Gambar 4.24 Mockup Sticker	57
Gambar 4.25 Mockup Voucher.....	57
Gambar 4.26 Mockup Sertifikat.....	58
Gambar 4.27 Mockup Instagram Feeds	58
Gambar 4.28 Mockup Instagram Story.....	59
Gambar 4.29 Mockup Twibbon.....	59

**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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks SWOT	33
Tabel 3.2 Arahana Kreatif.....	35
Tabel 4.1 Key Visual.....	38





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	65
Lampiran 2 Transkrip Kuesioner	66
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	67
Lampiran 4 Dokumentasi Testing.....	73
Lampiran 5 Transkrip Testing.....	74
Lampiran 6 Cek Plagiarisme.....	75
Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup.....	81





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perlunya perancangan desain media promosi. Selain itu, diuraikan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam Laporan Tugas Akhir.

1.1 Latar Belakang

Perubahan pola hidup masyarakat perkotaan yang semakin sibuk dan dinamis telah mendorong munculnya tren konsumsi kopi sebagai bagian dari gaya hidup *modern*. *Coffee shop* tidak hanya menjadi tempat untuk menikmati minuman, tetapi juga berfungsi sebagai ruang sosial, tempat bersantai, atau bahkan bekerja. Fenomena ini menyebabkan bisnis kopi berkembang pesat dalam satu dekade terakhir, dengan pertumbuhan yang signifikan dari kota besar hingga kota kecil.

Berdasarkan data dari Organisasi Kopi Dunia (*International Coffee Organization/ICO*) (Dinda & Fitriani, 2020) dalam web *Investor.id*, tingkat konsumsi kopi di Indonesia meningkat sebesar 44% dalam sepuluh tahun terakhir (Dinda & Fitriani, 2020). Indonesia sendiri menempati posisi kelima sebagai negara dengan konsumsi kopi terbesar di dunia. Peningkatan ini menunjukkan bahwa kopi telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat, terutama di kalangan perkotaan.

Menyikapi tren ini, banyak *coffee shop* mulai menyeimbangkan antara kebiasaan minum kopi dan gaya hidup sehat. Menurut Survei Susenas BPS tahun 2021, sekitar 41,54% penduduk Indonesia menyukai olahraga lari. Dari angka tersebut, terlihat bahwa minat terhadap lari lebih tinggi di daerah perkotaan (40%) dibandingkan dengan pedesaan (29,04%).

Hal tersebut membuat beberapa *coffee shop* mengadakan *event* yang mengusung tema kesehatan sebagai bagian dari strategi pemasaran. Seperti Gama Coffee House di Cinere yang pernah mengadakan *event run* dengan nama “Suburban Run”, yang diadakan pada bulan oktober tahun 2024. Kesadaran akan



© 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

pentingnya gaya hidup sehat mendorong banyak orang untuk mencari aktivitas fisik yang menyenangkan dan mudah diakses, salah satunya dengan muncul atau populernya *trend fun run*. *Fun run* merupakan jenis lari santai atau lomba lari yang lebih menekankan pada unsur kesenangan, partisipasi, dan kebersamaan daripada kompetisi atau kecepatan.

Menurut (Rosaline & Manalu, n.d.), *fun run* kini, tidak hanya menjadi ajang olahraga, tetapi juga dimanfaatkan sebagai *media branding* oleh berbagai merek atau komunitas. Dalam penelitian (Permatasari, 2022), menyatakan bahwa penyelenggaraan *event* dapat menjadi alat promosi yang efektif jika digunakan dengan tepat, karena mampu meningkatkan kesadaran merek (*brand awareness*) dan memperkenalkan produk kepada khalayak yang lebih luas.

Tren positif ini menjadi peluang bagi Suar Ruang Coffee Ground, sebuah *coffee shop* yang berlokasi di Depok. Suar Ruang menawarkan beragam pilihan makanan dan minuman dengan menu yang sangat variatif, cita rasa yang lezat, serta porsi yang cukup banyak. *Coffee shop* ini memiliki potensi pelanggan yang besar, terutama karena identitasnya sebagai tempat *work from coffee (WFC)*.

Suar Ruang kerap mendapatkan *feedback* positif dari pelanggan, khususnya mahasiswa, yang mencari tempat nyaman untuk bekerja, mengerjakan tugas, atau sekadar bersantai (nongkrong) dengan suasana yang *homy*. Kombinasi antara fasilitas yang mendukung produktivitas dan suasana yang hangat membuat Suar Ruang menjadi pilihan favorit bagi banyak mahasiswa.

Dalam waktu dekat, Suar Ruang Coffee Ground berencana mengadakan *Event Fun Run* dengan tujuan memperkenalkan *brand* mereka (*branding*) sekaligus mengikat konsumen lama dan menarik minat konsumen baru. Namun, karena ini merupakan kali pertama Suar Ruang menyelenggarakan *event*. Suar Ruang membutuhkan desain promosi yang efektif untuk mengkomunikasikan *event* tersebut secara jelas dan menarik kepada calon peserta. Dengan harapan Suar Ruang dapat memiliki banyak peserta yang mengikuti *event* pertamanya. Oleh karena itu, perancangan desain media promosi, seperti poster, *satnding flyer*, dan *package merchandise* untuk *Event Fun Run* ini menjadi langkah penting dalam strategi *branding* Suar Ruang Coffee Ground.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan di atas maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu, “Bagaimana merancang desain media promosi untuk *Event Fun Run* sebagai branding Suar Ruang Coffee Ground?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, ditentukan ruang lingkup pembahasan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir sebagai berikut:

1. Proses desain media promosi untuk Suar Ruang Coffee Ground.
2. Proses penerapan teori desain grafis pada perancangan media promosi untuk Suar Ruang Coffee Ground.
3. Proses penerapan media turunan untuk Suar Ruang Coffee Ground.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini terdapat tujuan dan manfaat, yaitu sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Pembahasan

1. Manfaat Akademis

Perancangan ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang proses pembuatan desain media promosi serta menjadi referensi bagi mahasiswa desain grafis dalam merancang media promosi untuk sebuah *event* di industri makanan dan minuman.

2. Manfaat Praktis

Perancangan ini diharapkan dapat mendukung *event* Suar Ruang Coffee Ground dalam menyediakan media promosi yang sesuai dengan tema mereka.

1.4.2 Tujuan

1. Menjelaskan proses desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground.



Hak Cipta :

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

2. Menjelaskan penerapan prinsip dan elemen desain grafis dalam perancangan media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground.
3. Mengaplikasikan media turunan yang relevan untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang perlunya perancangan desain media promosi. Selain itu, diuraikan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan kajian teoritis yang menjadi dasar penyusunan Tugas Akhir. Teori yang digunakan meliputi teori desain grafis dan teori pendukung lainnya terkait perancangan media promosi untuk acara.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian dan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground. Selain itu, dijelaskan profil perusahaan, hasil riset, analisis data, serta arahan kreatif dalam perancangan media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan tahapan proses desain, mulai dari penerapan konsep visual, proses pengerjaan desain, hingga media pendukung yang digunakan dalam perancangan media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan simpulan dan saran terkait proses perancangan media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground berdasarkan Laporan Tugas Akhir yang telah disusun.



Hak Cipta :

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

Bab ini menjelaskan simpulan dan saran terkait proses perancangan desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground berdasarkan Tugas Akhir yang telah disusun.

5.1 Simpulan

Dari perancangan desain media promosi *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground menggunakan pendekatan *Design Thinking*. *Empathize* (pencarian masalah) bahwa Suar Ruang belum memiliki media promosi untuk *Event Fun Run* yang akan diselenggarakan. *Define* (menentukan permasalahan) bahwa Suar Ruang Coffee Ground membutuhkan desain media promosi *event* yang memiliki tujuan sebagai *branding*. *Ideate* (pemikiran ide) berupa *mind map* menghasilkan *key visual* untuk *moodboard* dan divisualisasikan pada sketsa dan digitalisasi sebagai *Protoype*. *Test* (evaluasi) untuk mendapatkan *feedback* audiens bahwa desain sudah menerapkan konsep *fun* dan *simple* serta saran, yaitu menambahkan elemen lain agar desain terlihat lebih meriah.
2. Desain media promosi untuk *Event Fun Run* Suar Ruang Coffee Ground dirancang dengan konsep visual yang menyenangkan (*fun*) dan energik, sesuai dengan tema acara. Warna yang digunakan didominasi oleh palet cerah, seperti kuning, biru, *pink*, hijau, dan *orange* untuk menciptakan kesan ceria dan semangat. Gaya ilustrasi yang dipilih adalah *flat design* agar terlihat *simple* dan *fun* dengan *outline* tebal, menampilkan ilustrasi kucing dalam berbagai *pose* dinamis seperti berlari dan melompat. Elemen ilustrasi lainnya meliputi garis *finish*, konfetti, dan *splash* untuk memperkuat kesan kebersamaan dan kegembiraan. Seluruh tahapan desain ini berlandaskan pada berbagai teori, seperti teori warna, tipografi, ilustrasi, *layout*, dan teori media promosi. Teori-teori yang dijelaskan dapat membantu dalam



Hak Cipta :

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

mengolah proses perancangan sehingga hasil desain yang diperoleh sejalan dengan prinsip serta teori desain grafis.

3. Berbagai media pendukung dikembangkan untuk mendukung *event* ini. *Banner* dan *standing flyer* dibuat sebagai media informasi di lokasi. Berbagai *merchandise*, seperti *lanyard*, *tote bag*, *T-shirt*, dan *sticker* diproduksi untuk keperluan *branding*. *Voucher* dan sertifikat dirancang sebagai bentuk apresiasi bagi peserta. Konten promosi digital dibuat untuk *platform* Instagram. Seluruh media ini didesain dengan menjaga konsistensi visual menggunakan elemen-elemen yang sama, sehingga pesan *event* dapat dikomunikasikan secara efektif melalui berbagai saluran.

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan seluruh proses perancangan media promosi, terdapat beberapa saran untuk penelitian dan perancangan berikutnya:

1. Mempertahankan konsistensi visual dalam sebuah desain. Agar tidak menggunakan referensi desain yang tidak sejalan dengan *key visual*. Setiap elemen (warna, tipografi, *layout*, dan aset grafis) harus mengikuti arahan kreatif yang telah dirancang agar sesuai dengan klien.
2. Eksplorasi desain sesuai pada arahan kreatif yang sudah ada, bukan menambahkan ide baru yang berpotensi mengurangi konsistensi. Pengulangan elemen utama (logo, warna, ilustrasi) akan memperkuat identitas *event* dan memudahkan audiens mengenali *brand*.
3. Pastikan semua media pendukung memiliki fungsi spesifik dalam strategi promosi, dengan tetap mengutamakan keseragaman visual. Dengan tujuan agar meningkatkan *brand awareness* Suar Ruang Coffee Ground tanpa kehilangan fokus pada konsep yang sudah dirancang.



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Abdul, K. S., Septyadi, M., 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. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>
- Agustiar N. Y., & Basuk E. A. (2021). Perancangan Company Profile Pt Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi.
- Andrew, A. (2023). Pengertian Warna Primer: Jenis, dan Makna Psikologis. Gramedia Blog.
- Anggoro, A. D., Susanto, H., Arifin, R., Nugroho, O. C., Purwati, E., & Ridho, I. N. (2023). Manajemen Event Budaya Sebagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Ponorogo. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 7(1). <https://doi.org/10.58258/jisip.v7i1.4434>
- Arafat, M. (2022). Rancang Bangun Sistem Informasi Pemesanan Online Percetakan Sriwijaya Multi Grafika Berbasis Website. *INTECH*, 3(2), 6–11. <https://doi.org/10.54895/intech.v3i2.1691>
- Arief, S. F., & Sugiarti, Y. (2022). Literature Review: Analisis Metode Perancangan Sistem Informasi Akademik Berbasis Web. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komputer*, 8(2), 87–93. <https://doi.org/10.35329/jiik.v8i2.229>
- Arifin, S. (2023). 12 Jenis Layout untuk Desain Grafis dan Media Cetak. <https://www.gamelab.id/news/2319-12-jenis-layout-untuk-desain-grafisdan-%20media-cetak-lengkap-dengan-gambar>
- Budiarti, E., Anggreini, D., Susanti, D. A. P., Damayanti, Y., & Yunita, Y. (2023). Strategi Branding Sekolah dalam meningkatkan Kepercayaan Masyarakat di Indonesia. *JIIP - Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan*, 6(5), 3568–3576. <https://doi.org/10.54371/jiip.v6i5.2074>
- Camelia, A., & Nadia, Z. (2023). Studi Literatur Tahapan Pembuatan Design User Interface Aplikasi Kesehatan Berdasarkan Metode Design Thinking. *Jurnal Desain*, 11(1), 105. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i1.15711>
- Darmanto, D., Hadiprawiro, Y., & Djonaedi, E. (2022). Perancangan Brosur Ra Nuurus Sa’adah.



Hak Cipta :

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

- Dinda, S., & Fitriani, F. (2020). Konsumsi Kopi di Indonesia Naik 44%. Investor.Id. https://investor.id/business/222474/konsumsi-kopi-di-indonesia-naik-44#goog_rewarded
- Ditiana, U., & Aryanto, H. (2023). Perancangan Buku Ilustrasi Tokoh Prajurit Dunia Untuk Remaja Usia 15-19 Tahun. 4(3).
- Eka Fauzia, A., & Pudjoprastyono, H. (2025). Penggunaan Logo dan Banner Sebagai Upaya Pengoptimalan Branding UMKM “Nda Sulthon.”
- Firman Mutaqin & Gading Mas Algamar. (2024). Penerapan Smart Communication Bot Dengan Model Chatgpt Dalam Proses Pemilihan Dan Penempatan Objek Dalam Desain Poster Komersil. Jurnal Dasar rupa: Desain dan Seni Rupa, 5(3), 1–9. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v5i3.169>
- Fitriani, A., & Rosandini, M. (2024). Kajian visual produk merchandise pada museum di Jakarta. Jurnal Desain, 12(1), 172. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i1.21087>
- Hamidah, Z. H., & Prameswari, N. S. (2023). Creative Strategy Analysis Of Bakertime Promotion Content On Instagram Social Media.
- Hendi, H. (2020). 16 Gaya Desain Yang Perlu Kamu Ketahui. <https://h3ndy.com/16-gaya-desain-yang-perlu-kamu-ketahui/>
- Jamila Lestyowati. (2021). Publikasi Layanan Pembelajaran Di Era Baru: Studi Kasus Online Learning Pada Kementerian Keuangan. Jurnal Administrasi Publik, 17(2), 211–231. <https://doi.org/10.52316/jap.v17i2.73>
- Kuswardani, R., & Yunianti, N. (2023). Analisis Faktor – Faktor Yang Memengaruhi Minat Berkunjung Ke Event Edu Expo.
- Mentari, N. M. I., Prayoga, I. M. S., & Berlianti, A. (2024). Meningkatkan Efisiensi Dalam Penyusunan Laporan Keuangan Dan Membantu Dalam Merealisasikan Terkait Pemasaran Pada Avery Le Nixsun Villas. Jurnal Abdi Dharma Masyarakat (JADMA), 5(1), 65–70. <https://doi.org/10.36733/jadma.v5i1.8920>
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia.



Hak Cipta :

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

VISUALIDEAS, 2(2), 70–75.

<https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>

Nurussofiah, F. F., Karimah, U., Khodijah, S., & Hidayah, U. (2022). Penerapan Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Di Era Globalisasi. *DEVELOPMENT: Journal of Community Engagement*, 1(2), 92–108. <https://doi.org/10.46773/djce.v1i2.329>

Octavia Isroisholikhah, W. (2022). Efektivitas Content Creator Dalam Strategi Promosi Di Era Digital. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, 2(1), 121–128. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i1.507>

Pahira, G., Kusuma, R. P., & Suhendar, H. (2022). Perancangan Desain Merchandise Menggunakan Metode Kreatif Sebagai Promosi Brand Produk (Studi Kasus: Gifa Group). *Jurnal Digit*, 12(1), 103. <https://doi.org/10.51920/jd.v12i1.221>

Permatasari, D. N. C. (2022). Strategi Peningkatan Brand Awareness Dan Aktifitas Promosi Dalam Sport Event (Studi Kasus: Event Maybank Bali Marathon 2019, Gianyar, Bali). *Jurnal Kepariwisata*, 21(1), 1–18. <https://doi.org/10.52352/jpar.v21i1.697>

Pratidina, N. D., & Mitha, J. (2023). Dampak Penggunaan Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Masyarakat: Studi Literature. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi*, 23(1), 810. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v23i1.3083>

Ratna, S., & Watini, S. (2022). Implementasi Model Asyik Dalam Pembelajaran Mengenal Konsep Warna Pada Anak Usia Dini. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 8(3), 1737. <https://doi.org/10.37905/aksara.8.3.1737-1746.2022>

Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (n.d.). Pelatihan Branding Produk Umkm Dan Digital Branding Kerupuk Kulit “Rambakku”.

Risi, A., & Zulkifli, Z. (2022). Kajian Semiotika Ilustrasi Digital Karya Agung Budi Santoso (Pendekatan Semiotika Roland Barthes). *MAVIS : Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(02), 47–55. <https://doi.org/10.32664/mavis.v4i02.739>



Hak Cipta :

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

- Rosaline, M. G., & Manalu, S. R. (n.d.). Running Event “Trackpresso: 5k Color Run 2024 Di Kota Semarang, Jawa Tengah” Sebagai Program Manager, Production, Pic Event, Serta Liaison Officer Di Dalam Rangkaian Acara.
- Saputro, A., Anif, M., & Prasetyo, B. H. (2022). Desain Branding Kemasan Produk UMKM Yang Menarik dan Ekonomis.
- Saragih, H. S., Soemitra, A., & Nurbaiti, N. (2023). Pengaruh Promosi, Persepsi Manfaat Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Penggunaan E-Wallet. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JURKAMI)*, 8(3), 639–649. <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i3.2963>
- Setiyo Adi Nugroho, Daniel Rudjiono, & Febrian Rahmadhika. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan Dalam Bentuk stationery Desain Di Rumah Kreasi Grafika. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 48–57. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>
- Simbolon, E. Y. (2021). Penerapan Ornamen Pada Desain Tote Bag Berdasarkan Prinsip Desain. 10.
- Sitompul, A. L., Patriansyah, M., & Pangestu, R. (2021). Analisis Poster Video Klip Lathi: Kajian Semiotika Ferdinand De Saussure. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(1). <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i1.1830>
- Suharyanto, E., Trisianto, C., & Persada, G. N. (2022). Cara Desain Poster Promosi Dari Aplikasi “Canva” Pada Smp Pgri 1 Ciputat. *Jurnal Abdimas Indonesia*, 2(2), 171–177. <https://doi.org/10.53769/jai.v2i2.218>
- Sulistio, B. (2020). **BRANDING SEBAGAI INTI DARI PROMOSI BISNIS.**
- Tri, M. (2021). Public Relations Event. In *Membangun Image, Reputasi dan Mutual Understanding* (1st ed.). Kencana. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=8oM8EAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=info:aiu9a13C0RgJ:scholar.google.com&ots=Oo9JrFj7b5&sig=ZStl-XLRZSHc_mKXEk0NWj-RunA&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Utami, S., Sn, S., Sn, M., Malini, I. G. A., Ds, S. T., Sn, M., & Emawati, N. K. S. (n.d.). Pengenalan Teknik Patchwork Dalam Pembuatan Produk Busana Dengan Memanfaatkan Limbah Pakaian Bekas Sebagai Ide Bisnis.



Hak Cipta :

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

Utomo, Y. T., & Salsabila, A. (2021). Pengaruh Promosi, Produk, Dan Event Terhadap Keputusan Beli Konsumen Islamic Book Fair Syakaa Organizer. 7(1).

Vedaarum, M. J. R., & Islam, M. A. (2023). Analisis Preferensi Gaya Desain Y2k Pada Visual Desain Konten Instagram @Popbela_Com. 5(1).

Wedhana, A. P., Dewi, A. K., & Putra, G. B. S. (2023). Perancangan Merchandise Bertemakan Tari Leko Untuk Zaloukh Apparel. Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual, 4(01), 123–131. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1962>

Wulandari, E. A., & Zuriyah, Z. (2021). Visual Analysis Of Jepara Carved Batik Using Five Design Principles.

Yassinta, F., & Virgian Darmanto, R. (2023). Analisis Visual Perubahan Tipografi pada Logotype Telkomsel.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Kalista Hsawari	
NAMA PEMBIMBING		Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Media Promosi Event "Fun Run" Sebagai Branding Suar Ruang Coffee Ground	
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	24.02.2025	Mengulik beberapa pertanyaan kepada klien: 1. Problem utama dari klien? 2. Target Audience dalam event berapa? 3. Mengapa melakukan pendekatan melalui event tersebut?	1. Mewawancarai klien secara lebih detail mengenai problem utama perlunya sebuah desain promosi event 2. Melakukan bimbingan kedua untuk mengetahui acc judul dan melanjutkan Bab 1
2	13.03.2025	1. Merevisi Bab 1 agar paragraf satu sama lain terhubung 2. Mengulik lebih detail pada Pihak klien mengenai event fun run	1. Merevisi Bab 1 2. Membuat catatan data mengenai event 3. Senin 17 Maret 2025 Bimbingan ke 3
3	10.04.2025	Review Secara keseluruhan mulai dari Bab 1-3	1. Merisivi beberapa point 2. Menambahkan calon responden untuk wawancara
4	05.05.2025	1. Menggunakan kata yang positif atau kata baku, jangan seperti certa pada bagian mindmap dan moodboard 2. Membuat nama atau tema masing-masing sketsa yang telah dibuat 3. Menjelaskan pada bagian profile klien bahwa kucing sebagai konsen	1. Merevisi kalimat penjelasan 2. Merevisi Sketsa 3. Menambahkan Penjelasan tentang kosnen pada kucing
5	19.05.2025	Lanjutkan progresnya dan mention untuk seminar nasional, prosiding artikel, serta poster presntasi	Melanjutkan sketsa dan digitalisasi
6	29.05.2025	Review dan revisi Abstrak untuk Semnas	Merevisi rangkalan abstrak dan kirim melalui email
7	17.06.2025	Poster Presentasi untuk Semnas	Mervisni rangkain kata saja sedikit
8	01.07.2025	Meriview hasil desain dan materi pada Bab 4 serta Bab 5	Merevisi desain dan membetulkan materi yang kurang

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Kalista Hsawari	
NAMA PEMBIMBING		Drs. Djony Herfan, M.I Kom	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Media Promosi Event "Fun Run" Sebagai Branding Suar Ruang Coffee Ground	
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	25.02.2025	1. Instal KBBI 6 atau Halo Bahasa (Wajib) 2. Bimbingan setiap Bab (1,2,3) 3. Setiap bimbingan membawa hardcopy	Mengkonfirmasi judul dan melanjutkan Bab 1 untuk pertemuan selanjutnya
2	24.02.2025	Membetulkan kalimat yang typo, memberi Italic pada kalimat yang menggunakan bahasa inggris dan membetulkan jarak serta ketetapan yang sesuai dengan buku panduan	Membawa hasil revisi serta progres bab 3
3	09.04.2025	Merapikan jarak antar baris	Merevisi tenkis penulisan sesuai panduan
4	21.06.2025	Meriview Abstrak dan Poster Seminar Nasional	Lanjutkan
5	01.07.2025	Membetulkan penulisan Bab 4 & 5	Merapikan pengunaan kalimat dan tanda baca
6			
7			
8			

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

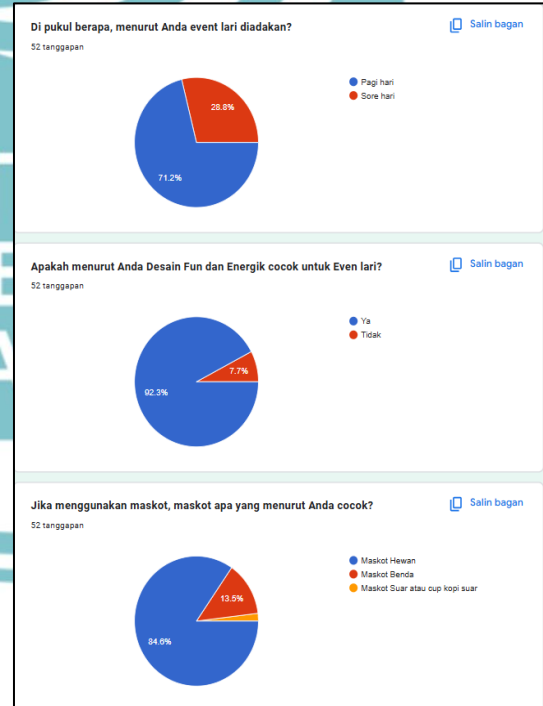
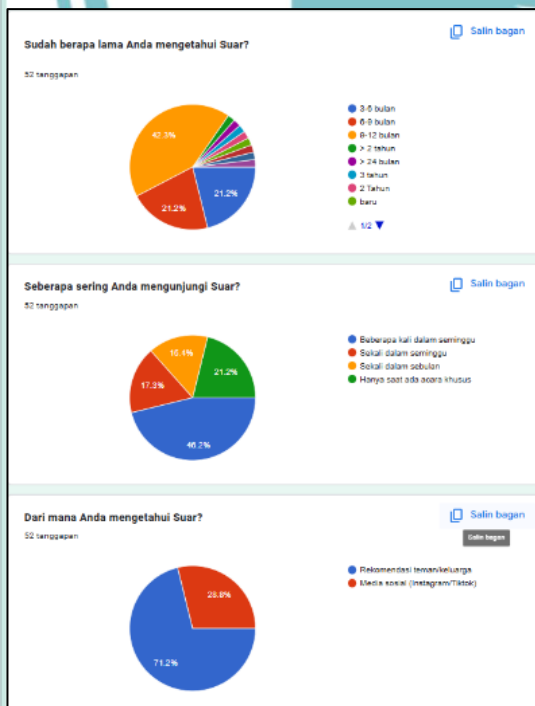
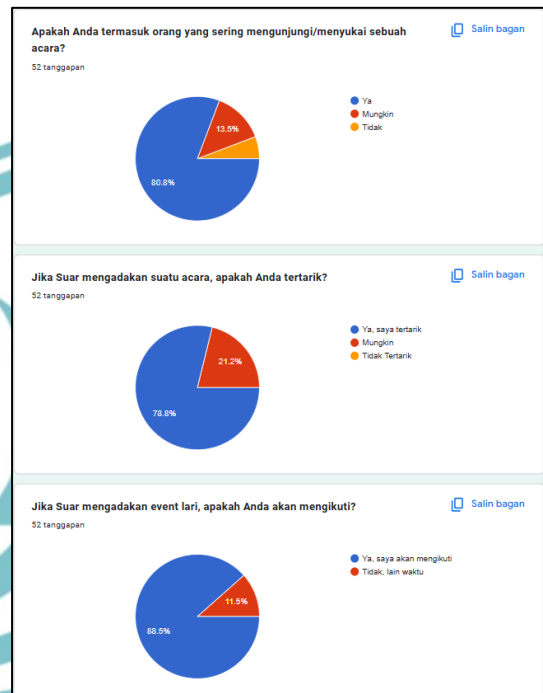
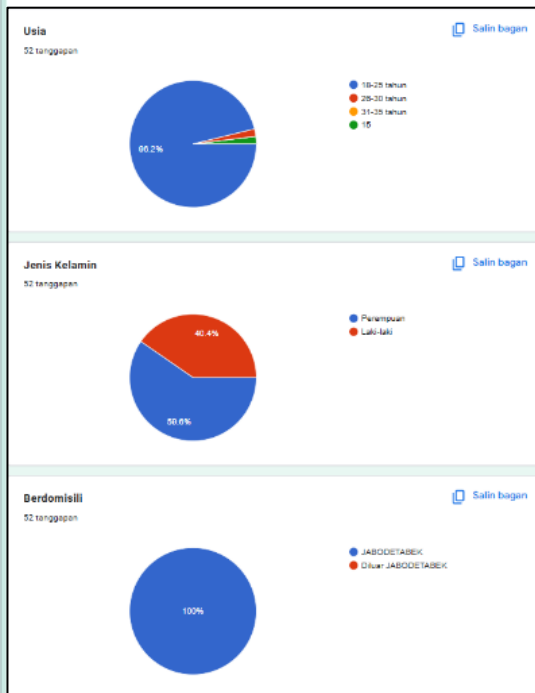


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Transkrip Kuesioner

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Transkrip Wawancara

Hari, Tanggal : Jumat, 21 Februari 2025
Narasumber : Kak Nabil, Kak Yusuf, Kak Fathin
Jabatan : *Owner, Headbar, Team Marketing*
Lokasi Wawancara : Suar Ruang Coffee Ground
Q (question) A (answer)

Q : Kak, boleh certain background singkat tentang Suar Ruang Coffee Ground?

A : Suar didirikan pada 15 Desember 2021, kebetulan yang ownernya adalah Kak Nabil. Suar diambil dari kata mercusuar yang ingin sekali dijadikan tempat berinteraksi dan selalu memancarkan hal positif ke masyarakat luas. Sekarang Suar sudah memiliki satu cabang yang bernama Kylau Common Space masih di daerah Depok. Suar menjual produk minuman khususnya kopi dengan *beans* yang identik dengan rasa *fruity*, namun untuk kopi *signature* memiliki rasa yang *soft* dan *creamy*. Suar memang dibangun dengan konsep yang *homy* atau terkesan nyaman untuk mengerjakan tugas, pekerjaan maupun sekedar bersantai.

Q : Karena Suar sudah lumayan lama, bagaimana *feedback*/testimoni dari konsumen tentang produk maupun tempatnya kak?

A : Karena Suar Ruang adalah coffee shop yang identik dengan “WFC” atau *work from coffee*, rata-rata kebanyakan customer memberikan *feedback* yang cukup baik. Karena mereka memang sangat membutuhkan tempat yang nyaman untuk membuka laptop dan mengerjakan tugas ataupun pekerjaan, ditambah dengan suasana yg *homy*. Untuk testimoni makanannya terbilang enak dan porsi banyak serta untuk minumannya variatif serta *creamy* dan *fruity* banget kopinya.

Q : Target konsumen Suar itu siapa ya kak? Dan kebanyakan pembeli selama setahun terakhir ini memiliki profil yang seperti apa kak?

A : Untuk target hampir semua kalangan yang menyukai coffee, namun jika di spesifikasikan pastinya kemungkinan besar adalah mahasiswa. Karena Suar berada di lingkungan kampus dan di wilayah dekat dengan kosan para mahasiswa. Untuk pembeli setahun terakhir rata-rata adalah mahasiswa, berbagai macam mulai dari maba (mahasiswa baru), hingga mahasiswa semester akhir. Dan untuk profil



© 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

background pembelinya yang pasti menyukai kopi dan suka mengerjakan tugas di *coffee shop*.

Q : Oiya kak, untuk rata-rata penjualan per hari atau per minggu kalau boleh tahu bisa menjual berapa cup kak?

A : Biasanya Suar mendapatkan sales kurang lebih sekitar 4jt untuk setiap harinya. Dan untuk per cup Suar dapat menjual sebanyak 200 cup dalam seharusnya, Semua akan tentatif tergantung pada kondisi.

Q : Untuk Suar apakah ada pesaingnya kak? Dan bagaimana kondisi pasar dan pertumbuhan Suarnya kak?

A : Dikarenakan Suar Ruang tumbuh dan berada di lingkungan kampus dan kosan. Yang kita tahu bahwa kampus memiliki regenerasi setiap tahun. Pesaing nya ada tiga, Bening Coffee Space, Sekar Coffee & Eatery, sama Osfa Hub. Dengan kondisi pasar kebanyakan di lingkungan Kutek (kukusan teknik) ini didominasi dengan mahasiswa yang sekedar bersantai/nongkrong, makan (pagi, siang, malam), dan yang mengerjakan tugas.

Q : Nah kak, aku boleh tahu ga ka? Kenapa Suar ingin mengadakan *event* lari ini kak?

A : Nah untuk *event* ini dibuat agar Suar memiliki beragam tipe-tipe *customer* atau yang sering didengar sebagai suatu *branding* juga buat Suar. Intinya sebagai strategi agar Suar bisa memperluas market yang ada. Dan kenapa *event*-nya lari karena beberapa *customer* Suar menyukai olahraga yang mudah dan hemat, yaitu lari, dan dilihat dari beberapa tren sekarang lari sedang meningkat trennya. Banyak jugakan yang sukak *posting* disalah satu sosial media contohnya kaya Instagram (banyak yang suka *upload story* Instagram).

Q : Terus apakah Suar sangat membutuhkan media promosi kak?

A : Jelas butuh, karena membantu menarik calon peserta untuk dating pada *event* yang akan diselenggarakan nanti. Karena tidak semua konsumen *aware* sama sosial



© 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

media atau Instagram kita. Maka butuh media promosi cetak atau bisa dikombinasi agar semua pesan tersampaikan secara jelas menyesuaikan kebutuhan konsumen.

Q : Untuk target peserta *event* lari ini berapa kak? Dan bagaimana jenis *personality*-nya? Lalu, akan diadakan Dimana ka?

A : Kira-kira sebanyak data yang pernah daftar member di Suar sekitar 1.000 target. Dan semoga akan terlaksanakan dengan lancar. Dan lebih spesifiknya adalah orang-orang (seperti mahasiswa/pekerja) yang memiliki hobi/menikmati olahraga, terkhususnya lari. *Personality* dari tiap orang pun berbagai macam, mulai dari yang hanya olahraga (lari), hanya sekedar iseng, hanya olahraga (lari) ketika bersama komunitas, bahkan sampai yang setiap hari olahraga lari. Untuk cakupan pesertanya nanti dari Jabodetabek. Rencana diadakan disekitar daerah kampus Universitas Indonesia, namun harus memiliki izin terlebih dahulu jika pesertanya banyak maka dari itu untuk tempat diusahakan tidak berganti.

Q : Apakah *event* ini berbayar kak? Jika mengikuti *event* ini calon peserta akan mendapatkan apa saja kak?

A : *Event* dilaksanakan tidak memungut biaya apapun, dan calon peserta akan mendapatkan beberapa hadiah seperti merchandise dan voucher diskon makanan minuman serta dapat mengikuti *giveaway* dan semoga ada hal lain yang lebih seru.

Q : Apa pembedanya *event* lari yang diadakan oleh Suar dari *event* lari yang mungkin berapa *coffee shop* sudah pernah mengadakan?

A : Nantinya ada sesi untuk icip-icip kopi manual brew secara gratis untuk beberapa calon peserta, sekaligus akan dijelaskan oleh beberapa barista tentang *flavour* serta jenis beans yang digunakan. Dan memang dari awal Suar tidak akan memungut biaya sebisa mungkin semua merasakan atmosfer *fun* serta kebersamaan.

Q : *Event* ini menggunakan sponsor atau *invite* sebuah media gitu ga kak?

A : Tidak karena *pure* disponsori oleh The Lucent Quarter, yaitu perusahaan yang menaungi Suar dan Kylau. Sepertinya juga tidak mengundang media tapi memanfaatkan atau *mutualisme* oleh komunitas yang ada nantinya.



© 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

Q : Untuk kelengkapan desain nih ka, ada ga ya pesan yang mau disampaikan dari desainnya? Dan media promsi seperti apa yang kakak inginkan?

A : Pengennya *event* lari ini memunculkan rasa senang dan kebersamaan. Lalu untuk media promosinya paling untuk instagram (*story* dan *feeds*), *banner*, poster, kupon, standing *flyer* dan berharap bisa ada merchandise. Terus boleh bikin salah satu mascot dan warna yang lebih colorful kali ya. Biar kesannya ga terlalu kaku juga jadi semua umur bisa masuk sama desainnya juga.

Q : Harapannya apa ka, dibikinnya desain media promosi ini?

A : Semoga banyak yang mengetahui *event* ini dari media promosinya dan semoga tampilannya nyaman dibaca dan membangun vibes yang menyenangkan.

Hari, Tanggal : Kamis, 10 April 2025
Narasumber : Alya dan Roqi
Jabatan : *fulltime Barista*
Lokasi Wawancara : Suar Ruang Coffee Ground
Q (*question*) A (*answer*)

A : Siapa saja beberapa akhir ini cakupan *customer* yang sering datang? Dan bagaimana profil background *customer* Suar?

Q : Mahasiswa, suka nugas dan sudah pasti menyukai kopi

A : Produk yang sering diorder apa saja?

Q : Kalau *coffee* itu Kopi Suar (kopi susu gula aren), Black dengan dua macam jenis beans (*fruity* dan *floral*), *customer* juga sering bertanya mengenai beberapa beans manual brew yang dipajang di depan kasir. Jika untuk *non coffee* menjadi *favorite* yaitu, Pink Paradise (*mocktails*) serta *food* yaitu, Mentai Mozaru Rice (*butter rice with smoked beef*) dan Chicken Grilled Sambal Matah. Donat Kampung juga menjadi salah satu pilihan *pastry* yang banyak diminati *customer* Suar.

A : Apakah pernah mendapatkan apresiasi atau *complain*?

Q : Sering sekali mendapatkan apresiasi karena minumannya dengan *taste yang creamy* serta memiliki banyak varian rasa yang unik. Tidak kalah juga dengan



© 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

makanannya karena porsinya yang bikin kenyang dan harga yang *affordable*. Untuk *complain* pernah mendapatkan tetapi sudah lama sekali, dengan kesalahan pelayanan dalam memindahkan *table customer* yang ingin pindah. Namun, sudah ditangani dengan musyawarah dan memberikan *compliment*.

Hari, Tanggal : Kamis, 10 April 2025
Narasumber : Natasya dan Fatih
Jabatan : *customer Suar Ruang Coffee Ground*
Lokasi Wawancara : Suar Ruang Coffee Ground
Q (question) A (answer)

Q : Kalian sudah mengena Suar dari kapan?

A : Sudah tau dari 2022 dari kita semester 1 kak.

Q : Menurut kalian Suar memiliki tempat yang bagaimana? Kesan kalian gimana untuk Suar?

A : Tempatnya nyaman untuk nugas, makanannya enak dan kopinya *creamy* banget. Kesan kita itu lebih ke senang bisa berbincang sama barista-baristanya.

Q : Akhir-akhir ini sudah berapa kali kalian ke Suar?

A : Akhir-akhir ini kita sering banget ke Suar buat nugas dan belajar untuk ulangan, bisa dibilang hampir setiap hari.

Q : Menurut kalian dengan Suar membuat *event*, bisa bikin Suar dapat dikenal banyak orang ga?

A : Iya bisa banget, apalagi Suar dari dulu belum pernah membuat *event*.

Q : Menurut kalian *Event Fun Run* cocok ga ya buat Suar?

A : Cocok karena kami juga suka olahraga lari, lari jadi salah satu olahraga yang paling mudah juga dan tidak harus pakai alat apapun itu. Terus kami sering lihat beberapa orang yang abis lari pasti langsung ke Suar untuk ngopi dan berbincang.

Q : Menurut kalian penting ga media promosi kaya poster atau postingan sosial media buat *event* 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

A : Penting banget, apalagi Suar ada mading dan anak jaman sekarang banyak juga yang memakai sosial media buat mencari informasi.

Q : Kalian kalau lihat media promosi dari apanya?

A : Kayaknya pertama dari tampilannya (desain) setelah itu baru informasi yang jelas dan tulisannya enak dilihat (*layout/font*).



Lampiran 4 Dokumentasi Testing



Hak Cipta :

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



Lampiran 5 Transkrip Testing

No.	Pertanyaan	Respon
1.	Apakah desain poster sudah baik dan enak dilihat?	10 Responden = Sudah
2.	Apakah semua teks (logo, tagline, label "Gratis") mudah dibaca?	10 Responden = Sudah
3.	Apakah ilustrasi, warna, font dan elemen visual yang digunakan sudah terlihat fun dan simple?	10 Responden = Sudah sama simple, ilustrasinya lucu, warnanya cerah, tulisannya mudah dibaca,
4.	Apakah desain sesuai dengan target audiens (18-35 tahun)?	10 Responden = Sudah, lucu jadi gemas dan seru
5.	Apakah pesan utama poster mudah dipahami?	10 Responden = Sudah, Fun Run dan info eventnya dibawah
6.	Apakah konten poster menarik bagi Anda?	6 Responden = Sudah 4 Responden = Sudah, tapi masih terlalu sepi pada bagian langitnya dan bawahnya samping teksnya masih terlihat belum seru
7.	Secara keseluruhan, apakah poster ini efektif membuat Anda tertarik mengikuti acara?	10 Responden = Sudah efektif 4 Responden = Mungkin kalau lebih ramai desainnya jadi terlihat seru pasti semua akan tertarik

Hak Cipta :

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 6 Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:102985986

11% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 10% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.pnj.ac.id	2%
	Internet	
2	journal.widyatama.ac.id	<1%
	Internet	
3	dasarupa.nusaputra.ac.id	<1%
	Internet	
4	machung.ac.id	<1%
	Internet	
5	repository.dinamika.ac.id	<1%
	Internet	
6	journal.lppmunindra.ac.id	<1%
	Internet	
7	kc.umh.ac.id	<1%
	Internet	
8	123dok.com	<1%
	Internet	

Sources overview

Hak Cipta :

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



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102985986

9	gamelab.id	<1%
	Internet	
10	interstudi.edu	<1%
	Internet	
11	ejurnal.pps.ung.ac.id	<1%
	Internet	
12	jurnal.portalpublikasi.id	<1%
	Internet	
13	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
14	jurnal.stiki.ac.id	<1%
	Internet	
15	melatijournal.com	<1%
	Internet	
16	jurusan.tik.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
17	jurnal.um-tapsel.ac.id	<1%
	Internet	
18	parlez.prezly.com	<1%
	Internet	
19	psmb.ppns.ac.id	<1%
	Internet	
20	sergaptkp.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



Similarity Report ID: oid:3618:102985986

21	coursehero.com	<1%
	Internet	
22	journal.ubm.ac.id	<1%
	Internet	
23	eprints.uny.ac.id	<1%
	Internet	
24	ejournal.bhamada.ac.id	<1%
	Internet	
25	eprosiding.idbbali.ac.id	<1%
	Internet	
26	e-journal.unmas.ac.id	<1%
	Internet	
27	sinta.unud.ac.id	<1%
	Internet	
28	scribd.com	<1%
	Internet	
29	amesbostonhotel.com	<1%
	Internet	
30	indrak.eu.org	<1%
	Internet	
31	id.123dok.com	<1%
	Internet	
32	widuri.raharja.info	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



Similarity Report ID: oid:3618:102985986

33	provenexpert.com	<1%
	Internet	
34	Arik Putra Wedhana, Alit Kumala Dewi, Gede Bayu Segara Putra. "PERA...	<1%
	Crossref	
35	artikelpendidikan.id	<1%
	Internet	
36	carolina-gorun.com	<1%
	Internet	
37	edoc.site	<1%
	Internet	
38	rentalmotordimalang.com	<1%
	Internet	
39	repository.iainkudus.ac.id	<1%
	Internet	
40	repository.umy.ac.id	<1%
	Internet	
41	paper.id	<1%
	Internet	
42	Davina Suci Laudya, Parlaungan Gabriel Siahaan, Novridah Reanti Purb...	<1%
	Crossref	
43	I Putu Raditya Kusuma Putra, Gede Bayu Segara Putra, Putu Gde Satria...	<1%
	Crossref	
44	deprintz.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102985986

45	ejournal.sisfokomtek.org	<1%
	Internet	
46	ejournal.unesa.ac.id	<1%
	Internet	
47	epsikologi.com	<1%
	Internet	
48	geograf.id	<1%
	Internet	
49	halosumatera.com	<1%
	Internet	
50	library.um.ac.id	<1%
	Internet	
51	moneyduck.com	<1%
	Internet	
52	ngalam.co	<1%
	Internet	
53	repository.trisakti.ac.id	<1%
	Internet	
54	sesawi.net	<1%
	Internet	
55	Famatohu Zebua, Tri Hartati Sukartini Hulu, Delipiter Lase, Eduar Baen...	<1%
	Crossref	
56	eprints.walisongo.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



Similarity Report ID: oid:3618:102985986

57	putrimiia.wordpress.com	<1%
	Internet	

58	repository.isi-ska.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Kalista Hiswari

Graphic Designer

Phone/ +62 816 506 795

Email/ Kalistahiswar08@gmail.com

Instagram/ @kalistahiswari

About Me

I'm currently a student at Jakarta State Polytechnic studying graphic design. I love learning new things, and I'm really into meeting deadlines. After I graduate, I hope to work in graphic design for creative industries, government agencies, or any company that needs graphic design help.

Language

Indonesian



Englsh



Skills

Graphic Design
Photography
Communication
Time Management

Education

High School Diploma in
SMKS Media Informatika

Diploma Graphic Design in
Politeknik Negeri Jakarta

Work Experience

Internship Graphic Design in
PT. Santana Jaya Media

Designing and illustrating outdoor media promotion materials, like illustrations for billboards, banners, etc.

Organizational Experience

Event Division in
TGP Artistiton

Infusing creativity into event planning to deliver memorable experiences for attendees.