



© 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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL*
ANGFAU CRAFT SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
MUTIARA AGUSTIN
2106421027

**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 *Marketing Collateral* Angfau Craft sebagai Media Promosi
Penulis : Mutiara Agustin
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

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

Dosen Pembimbing II

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 19900403202203201



Hak Cipta :

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

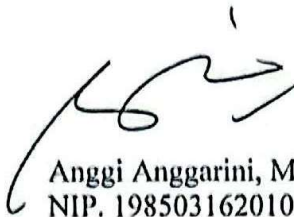
**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* ANGFAU CRAFT
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh:

MUTIARA AGUSTIN
2106421027

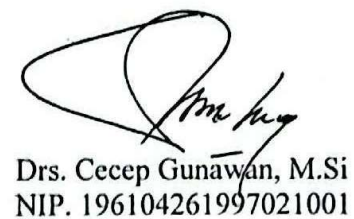
Disahkan:
Depok, 16 Juli 2025

Penguji I



Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Penguji II



Drs. Cecep Gunawan, M.Si
NIP. 196104261997021001

Ketua Program Studi



Dwi Agnes Natalia Bangun, 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 *MARKETING COLLATERAL* ANGAU CRAFT SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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, 2 Juli 2025
Yang menyatakan,



Mutiara Agustin
2106421027

Hak Cipta :

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

ABSTRAK

UMKM berperan besar dalam perekonomian Indonesia, namun masih banyak yang kesulitan menjangkau pasar lebih luas akibat keterbatasan strategi pemasaran dan persaingan yang semakin ketat, termasuk sektor kerajinan tangan. Angfau Craft, UMKM rajutan asal Banten, memiliki kualitas produk dan prestasi yang baik, tetapi belum ditunjang dengan strategi promosi yang efektif. Masalah seperti identitas visual yang belum konsisten, katalog yang minim informasi, serta konten digital yang tidak seragam menghambat jangkauan pasar. Selain itu, pergantian nama dari Ans Craft ke Angfau Craft belum diikuti pembaruan identitas visual yang optimal. Oleh karena itu, dibutuhkan perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi yang mampu memperkuat citra *brand* dan mendukung perluasan pasar. Penelitian ini menggunakan metode campuran (mix method) dengan pendekatan design thinking yang berpusat pada pengguna. Proses diawali dari tahap empathize melalui wawancara, observasi, dan kuesioner untuk memahami perilaku, kebutuhan, serta persepsi audiens terhadap media promosi. Data yang diperoleh dianalisis pada tahap define menggunakan metode SWOT untuk merumuskan kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dihadapi Angfau Craft, sekaligus menyusun arahan kreatif. Pada tahap ideate, eksplorasi ide dilakukan melalui mind map, moodboard, dan sketsa guna menentukan arah visual yang sesuai dengan karakter *brand*. Tahap prototype menghasilkan desain media promosi digital seperti katalog, banner, dan konten media sosial untuk diuji dari segi kesesuaian. Terakhir, tahap test melibatkan evaluasi dari klien dan audiens untuk penyempurnaan. Hasil akhir berupa *marketing collateral* yang menyampaikan pesan personal melalui momen hangat bersama produk handmade dalam suasana piknik, dengan gaya visual yang simpel dan manis. Pendekatan emosional dan konsisten ini diharapkan dapat memperkuat identitas visual Angfau Craft serta menjadi strategi promosi yang efektif untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan membangun keterikatan dengan konsumen.

Kata kunci: umkm, *marketing collateral*, design thinking, *brand identity*

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

MSMEs play a significant role in Indonesia's economy, yet many still struggle to reach a wider market due to limited marketing strategies and increasing competition, particularly in the handicraft sector. Angfau Craft, a crochet-based MSME from Banten, offers high-quality products and notable achievements, but lacks effective promotional strategies. Issues such as inconsistent visual identity, an under-informative catalog, and uncoordinated digital content hinder its market reach. Moreover, the rebranding from Ans Craft to Angfau Craft has not been followed by an optimal update of its visual identity. Therefore, a well-designed set of marketing collateral is needed to enhance brand image and support market expansion. This study adopts a mixed-method approach with a user-centered design thinking framework. The process begins with the empathize stage through interviews, observations, and questionnaires to understand audience behavior, needs, and perceptions toward promotional media. The data is analyzed in the define stage using a SWOT analysis to identify Angfau Craft's strengths, weaknesses, opportunities, and threats, which then inform the creative direction. In the ideate stage, ideas are explored through mind mapping, mood boards, and sketches to establish a visual style aligned with the brand's character. The prototype stage produces promotional materials such as digital catalogs, banners, and social media content, which are tested for relevance and alignment. Finally, in the test stage, client and audience evaluations are conducted for refinement. The final outcome is a set of marketing collateral that conveys a personal message through warm moments with handmade products in a picnic-inspired atmosphere, using a simple and cheerful visual style. This emotional and consistent approach is expected to strengthen Angfau Craft's visual identity and serve as an effective promotional strategy to reach a broader market and foster consumer engagement.

Keywords: MSMEs, marketing collateral, design thinking, brand identity

**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

Puji dan syukur kami panjatkan kepada Allah Subhanahu Wata'ala, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga kami dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul **“Perancangan *Marketing Collateral* Angfau Craft sebagai Media Promosi”** dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penulisan laporan ini, kami mendapatkan banyak bantuan, dukungan, dan doa dari orang-orang terdekat. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan kerendahan hati, kami mengucapkan terima kasih 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 Natalia Bangun, S. Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Dwi Agnes Natalia Bangun, S. Ds., M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan memberi pengarahan hingga akhir.
5. Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing II atas segala dukungan, bimbingan, dan pembelajarannya.
6. Segenap Dosen di Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Program Studi Desain Grafis. Terimakasih atas ilmu, pelajaran, serta hal-hal baik yang telah diberikan selama menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Kak Anggi Nursila Dewi yang telah mempercayai saya untuk merancang Desain Kemasan produknya.
8. Orang tua dan keluarga yang selalu memberikan semangat, serta telah memberikan dukungan moral dan material dalam penyusunan Tugas Akhir, khususnya mama saya yang telah memberikan *support* dan doa sehingga saya bisa menyelesaikan laporan ini.



Hak Cipta :

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

9. Teman-teman Program Studi Desain Grafis, terutama DGA yang saling memberikan semangat dan motivasi selama menjalankan perkuliahan bersama.
10. Sahabat-sahabat penulis yaitu Linda Saputri, Astridya Nur Zalfa, Widhi Adriani Nur Andita, dan Dwi Ariana Utami yang selalu mendukung dan memberikan dukungan emosional dan masukan yang baik selama proses pembuatan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki banyak kekurangan, baik dalam isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan akan diterima dengan penuh perhatian. Akhirnya, semoga tulisan Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya. Aamiin.

Depok, 1 Juli 2025

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Mutiara Agustin



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB 1 PENDAHULUAN	13
1.1 Latar Belakang	13
1.2 Rumusan Masalah	15
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	15
1.4 Tujuan dan Manfaat	15
1.5 Sistematika Penulisan.....	16
BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN	18
2.1 Promosi.....	18
2.1.1 Tujuan Promosi	19
2.1.2 Bentuk-bentuk Promosi.....	19
2.2 <i>Marketing Collateral</i>	20
2.2.1 Fungsi <i>Marketing Collateral</i>	20
2.2.2 Jenis <i>Marketing Collateral</i>	21
2.3 Desain Grafis.....	29
2.3.1 Elemen desain grafis	29
2.3.2 Prinsip desain grafis	44
2.4 Metode Riset Desain	45
BAB 3 METODE PERANCANGAN.....	47
3.1 Metode Penelitian.....	47



© 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

3.2 Data dan Analisis	50
3.2.1 Profil Klien.....	50
3.2.2 Target Market.....	51
3.2.3 Media Promosi Terdahulu.....	51
3.2.4 <i>Product Knowledge</i>	54
3.2.5 Kompetitor	61
3.2.6 <i>Consumer Insight</i>	65
3.2.7 Analisis SWOT	66
3.3 Arah Kreatif.....	68
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	71
4.1 Konsep Visual (<i>Ideate</i>).....	71
4.1.1 <i>Mind Map</i>	71
4.1.2 Mood board	72
4.1.3 Sketsa Imposisi.....	75
4.1.4 Sketsa Manual	75
4.2 Proses Desain (<i>Prototype</i>).....	79
4.2.1 Desain Komprehensif.....	79
4.2.2 Desain Terpilih.....	83
4.2.3 <i>Prototype</i> Desain.....	94
4.3 Testing.....	95
4.4 Media pendukung.....	96
4.5 Pertimbangan produksi.....	99
BAB 5 PENUTUP	100
5.1 Simpulan.....	100
5.2 Saran.....	101
DAFTAR REFERENSI	102
LAMPIRAN.....	107

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Brosur lipat	22
Gambar 2.2 Katalog buku	22
Gambar 2.3 Katalog online	23
Gambar 2.4 Materi Cetak Poster	24
Gambar 2.5 <i>Roll up banner</i>	25
Gambar 2.6 Materi Cetak Kartu Nama	25
Gambar 2.7 <i>Banner Iklan Online</i>	26
Gambar 2.8 <i>Email Marketing</i>	27
Gambar 2.9 Konten Instagram	27
Gambar 2.10 <i>Slide Power Point</i>	28
Gambar 2.11 Warna Komplementer	31
Gambar 2.12 Wana Analogous	31
Gambar 2.13 Warna Triadic	31
Gambar 2.14 Warna Split Komplementer	32
Gambar 2.15 Warna Tetradic (Rectangle)	32
Gambar 2.16 Huruf Serif	33
Gambar 2.17 Huruf Sans Serif	34
Gambar 2.18 Huruf Script	34
Gambar 2.19 Huruf Dekoratif	35
Gambar 2.20 <i>Product Photography by Lauren Camposano</i>	35
Gambar 2.21 Ilustrasi	36
Gambar 2.22 Contoh Bentuk Geometris dan Organik	36
Gambar 2.23 Macam-macam Garis	37
Gambar 2.24 Contoh pengaplikasian tekstur	38
Gambar 2.25 <i>Sequence</i>	39
Gambar 2.26 <i>Emphasis</i>	40
Gambar 2.27 <i>Balance</i>	41
Gambar 2.28 <i>Unity</i>	41
Gambar 2.29 Contoh <i>Column Grid</i>	42
Gambar 2.30 Contoh <i>Modular Grid</i>	43
Gambar 2.31 Contoh <i>Manuscript Grid</i>	43
Gambar 2.32 Contoh <i>Hierarchical Grid</i>	44
Gambar 3.1 Logo Angfau Craft	50
Gambar 3.2 Media Promosi terdahulu	54
Gambar 3.3 Macam-macam Tas rajut Angfau Craft	56
Gambar 3.4 Amigurumi Karakter	57
Gambar 3.5 <i>Cardigan Panjang dan Crop Top Cardigan</i>	57
Gambar 3.6 Topi Angfau Craft	58
Gambar 3.7 <i>Vest Motif Bergaris dan Vest Motif Bergaris</i>	58
Gambar 3.8 <i>Sweater Rajut</i>	59
Gambar 3.9 Gantungan Kunci	60
Gambar 3.10 <i>Cardholder, Pouch Grany, dan Dompot Daisy</i>	60
Gambar 3.11 Logo Telulas Craft	61
Gambar 3.12 Hadir pameran dan katalog produk Telulas Craft	62



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 3.13 Laman Instagram Telulas Craft & laman website Telulas Craft.....	62
Gambar 3.14 Logo Ratu Handmade.....	63
Gambar 3.15 Tampilan Laman Instagram	63
Gambar 3.16 Logo Hook and Go Crochet	64
Gambar 3.17 Tampilan Laman Instagram Hook and Go Crochet	65
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	72
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	73
Gambar 4.3 Referensi Foto (Amigurumi, Ganci, dan Tas).....	74
Gambar 4.5 Sketsa Imposisi.....	75
Gambar 4.6 Sketsa pertama "Cerita Rajut".....	76
Gambar 4.7 Sketsa Kedua "Jurnal Rajutan".....	76
Gambar 4.8 Sketsa Ketiga "Rajut Bersurat".....	77
Gambar 4.9 Sketsa Keempat "Galeri Rajut".....	78
Gambar 4.10 Sketsa Kelima "Piknik Rajutan".....	78
Gambar 4.11 Desain Komprehensif "Cerita Rajut".....	79
Gambar 4.12 Desain Komprehensif "Jurnal Rajutan".....	80
Gambar 4.13 Desain Komprehensif "Rajut Bersurat".....	81
Gambar 4.14 Desain Terpilih.....	84
Gambar 4.15 <i>Feed Instagram</i>	85
Gambar 4.16 <i>Instagram Story</i>	86
Gambar 4.17 <i>Grid System</i>	87
Gambar 4.18 <i>Crop Zone Feeds Instagram</i>	87
Gambar 4.19 Tampilan <i>Mobile Instagram Story</i>	88
Gambar 4.20 Halaman Produk, <i>Feed</i> , dan <i>Story Instagram</i>	89
Gambar 4.21 Halaman Produk, <i>Feed</i> , dan <i>Story Instagram</i>	89
Gambar 4.22 <i>Feed Instagram</i> , Halaman Produk, dan <i>Story Instagram</i>	90
Gambar 4.23 <i>Color Pallete</i>	91
Gambar 4.24 <i>Typography</i>	91
Gambar 4.25 Elemen Visual	92
Gambar 4.26 <i>Retouch</i> di Adobe Photoshop	93
Gambar 4.27 <i>Dummy Digital Katalog</i> di <i>Flipbook</i>	94
Gambar 4.28 <i>Dummy Cetak</i>	94
Gambar 4.29 Proses Testing Katalog.....	96
Gambar 4.30 <i>Landing page</i> Angfau Craft	97
Gambar 4.31 <i>X-Banner</i> Angfau Craft	97
Gambar 4.32 Kartu Nama	98
Gambar 4.33 <i>Tote Bag</i>	98



Hak Cipta :

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

Table 3.1 <i>Matrix Analisis SWOT</i>	66
Table 3.2 <i>Creative Brief</i>	68
Table 4.1 <i>Key Visual</i>	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 LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
2. Dokumentasi Observasi
3. Transkrip Wawancara
4. Kuisisioner
5. Referensi Foto Katalog
6. Bukti Cek Plagiarisme
7. *Curriculum Vitae*





Hak Cipta :

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

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini, Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memegang peran vital dalam perekonomian Indonesia. Berdasarkan studi (Efilia dkk., 2024), UMKM menyumbang lebih dari 60 % terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap sekitar 97 % tenaga kerja nasional. Peran ini diperkuat oleh pernyataan Kemenko Perekonomian (2022) bahwa UMKM menjadi pilar pemerataan ekonomi lokal karena sebagian besar pelaku usaha berasal dari masyarakat setempat (Kemenko Perekonomian, 2022). Walaupun potensinya besar, banyak pelaku UMKM terutama di sektor kerajinan tangan menghadapi kendala dalam pemasaran. Tingginya nilai estetika produk rajut tetap sulit menjangkau pasar yang lebih luas karena persaingan ketat dan terbatasnya strategi pemasaran (Reginata & Utomo, 2025).

Salah satu elemen penting dalam pemasaran adalah *marketing collateral*, yaitu berbagai materi promosi seperti brosur, katalog, poster, serta konten media sosial yang dirancang untuk meningkatkan visibilitas dan daya saing produk (Syahputra & Subandrio, 2023). Agar media promosi dapat bekerja secara efektif, diperlukan konsistensi dalam tampilan visual, mulai dari penggunaan logo, warna, hingga tipografi. Konsistensi ini berperan penting dalam membangun citra merek yang kuat dan meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk yang ditawarkan (DK dkk., 2023). Oleh karena itu, pemahaman terhadap elemen-elemen desain yang tepat menjadi kunci agar strategi pemasaran UMKM dapat berjalan optimal dan mampu menjangkau pasar yang lebih luas.

Angfau Craft adalah salah satu UMKM yang bergerak di bidang kerajinan rajut, didirikan oleh Anggi Nursila Dewi pada tahun 2018 di Pandeglang, Banten. Berawal dari hobi merajut, usaha ini berkembang menjadi produsen berbagai produk *handmade*, seperti *sling bag*, amigurumi



Hak Cipta :

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

karakter, *cardigan*, *topi*, *vest*, *sweater*, gantungan kunci, dan *pouch granny*. Selain melayani penjualan reguler, Angfau Craft juga menerima pesanan khusus untuk hadiah acara tertentu. Angfau Craft juga telah mendapatkan Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) dalam bentuk Merek Dagang serta meraih juara pertama dalam Seleksi Kreativesia Provinsi Banten 2024 di bidang kriya, yang semakin memperkuat reputasinya sebagai UMKM unggulan di sektor kerajinan tangan.

Namun, meskipun telah mendapatkan pengakuan dalam berbagai ajang, penjualan Angfau Craft masih stagnan dan sebagian besar pelanggan berasal dari relasi pribadi atau jaringan komunitas terdekat. Hingga saat ini, pemasaran belum mampu menjangkau audiens yang lebih luas, sehingga pertumbuhan bisnis masih stagnan. Pergantian nama dari Ans Craft menjadi Angfau Craft menuntut penyesuaian *branding* agar lebih dikenal oleh pasar yang lebih luas. Ditemukan pula beberapa kekurangan dalam pemasaran, seperti katalog produk yang belum profesional, dengan foto yang tidak konsisten, ketiadaan informasi harga, dan *layout* yang kurang rapi, serta promosi digital melalui Instagram yang belum optimal, ditandai dengan penggunaan *typeface* dan warna yang tidak seragam serta kualitas foto produk yang kurang, sehingga daya tarik visualnya lemah. (Nugrahani, 2015) menyatakan bahwa elemen visual seperti warna, tipografi, dan tata letak memengaruhi daya tarik produk dan dapat meningkatkan nilai jualnya secara signifikan.

Berdasarkan permasalahan tersebut, tujuan penelitian ini adalah merancang *marketing collateral* sebagai media promosi bagi Angfau Craft untuk meningkatkan visibilitas produk, memperluas jangkauan pasar, dan pada akhirnya meningkatkan penjualan. Oleh karena itu judul tugas akhir ini adalah “Perancangan Marketing Collateral Angfau Craft sebagai Media Promosi”



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu, “Bagaimana merancang *marketing collateral* untuk Angfau Craft sebagai media promosi?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, terdapat ketentuan ruang lingkup pembahasan untuk memfokuskan pembahasan diantaranya:

1. Proses perancangan *marketing collateral* untuk Angfau Craft sebagai media promosi.
2. Proses penerapan teori desain grafis agar dapat mendukung proses perancangan *marketing collateral* Angfau Craft.
3. Proses penerapan desain pada berbagai media *marketing collateral* seperti katalog, serta materi promosi digital sesuai kebutuhan *brand*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan permasalahan diatas, ditentukan tujuan dan manfaat dari perancangan laporan tugas akhir sebagai berikut:

1. Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

 - a. Melakukan proses perancangan *marketing collateral* Angfau Craft.
 - b. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral*.
 - c. Menerapkan desain pada media *marketing collateral* seperti katalog, serta materi promosi digital sesuai kebutuhan *brand*.
2. Manfaat

Adapun manfaat dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

 - a. Manfaat bagi Angfau Craft

Penelitian terkait perancangan *marketing collateral* Angfau Craft sebagai media promosi diharapkan dapat meningkatkan daya tarik produk melalui



Hak Cipta :

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

media promosi yang efektif sehingga memperluas jangkauan pasar dengan strategi pemasaran yang lebih baik.

b. Manfaat bagi akademis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam hal menjadi sumber referensi untuk penelitian terkait perancangan *marketing collateral* yang ditujukan sebagai media promosi ataupun meningkatkan *branding* dari sebuah *brand*.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika dalam penulisan laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis dan rinci. Berisi 5 (lima) bagian yang antar bagian memiliki kesatuan dalam proses penyusunannya, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami pembahasan. Dengan sistematikanya sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Pada Bab ini memberikan gambaran tentang Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat, serta Sistematika Penyusunan yang berkaitan dalam penulisan tugas akhir.

BAB 2 LANDASAN PERANCANGAN

Pada Bab ini menerangkan teori-teori yang mendukung proses perancangan *marketing collateral*. Materi yang dibahas mencakup konsep dasar *marketing collateral*, elemen-elemen desain komunikasi visual, serta teori terkait promosi digital melalui media sosial dan pameran.

BAB 3 METODE PERANCANGAN

Pada bab ini menjelaskan metode riset desain, metode pengumpulan data. Dalam Bab ini juga menjelaskan tentang profile perusahaan, hasil riset, analisis data, SWOT, serta arahan kreatif.

**Hak Cipta :**

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

BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses visualisasi konsep perancangan *marketing collateral* untuk Angfau Craft dimulai dari pengumpulan data dan fakta, konsep visual, *mind mapping*, *moodboard*, sketsa, alternatif desain, desain final hingga pemilihan material media promosi untuk pameran seperti katalog, *X-banner*, dan *display* produk.

BAB 5 PENUTUP

Pada bab ini berisi kesimpulan dan saran dari seluruh pembahasan perancangan *marketing collateral* Angfau Craft 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB 5

PENUTUP

5.1 Simpulan

Melalui hasil perancangan *marketing collateral* untuk Angfau Craft, didapatkan beberapa simpulan yang disesuaikan dengan tujuan perancangan ini.

1. Perancangan *marketing collateral* Angfau Craft dilakukan dengan pendekatan *design thinking* yang terdiri dari lima tahap, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Metode yang digunakan adalah *mix method*, yakni gabungan pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Pada tahap *empathize*, dilakukan wawancara dengan pemilik *brand*, penyebaran kuesioner, observasi bazar UMKM, studi literatur, serta analisis media sosial kompetitor untuk memahami kebutuhan promosi dan preferensi audiens. Hasil temuan tersebut dirumuskan ke dalam *creative brief* yang menjadi dasar pengembangan konsep visual. Tahap *ideate* menghasilkan lima alternatif konsep, yaitu Cerita Rajut, Jurnal Rajutan, Rajut Bersurat, Galeri Rajut, dan Piknik Rajutan. Setelah melalui proses evaluasi bersama klien, dua konsep terpilih yaitu Cerita Rajut dan Jurnal Rajutan dikembangkan ke dalam berbagai media, seperti katalog produk, konten Instagram, *X-banner*, kartu nama, dan media pendukung pameran. Pada tahap *test*, desain diuji oleh klien dan perwakilan audiens, dan hasilnya menunjukkan bahwa desain dinilai sesuai dengan karakter *brand*, menarik secara visual, serta komunikatif. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat citra Angfau Craft dan memperluas jangkauan promosi secara *online* maupun *offline*.
2. Dalam perancangan *marketing collateral* Angfau Craft, telah diterapkan prinsip dan elemen desain grafis yang mendukung kesan *handmade*, hangat, dan ceria. Gaya visual menggunakan *flat illustration* dengan bentuk dua dimensi sederhana serta warna-warna lembut untuk menciptakan nuansa yang bersahabat dan ringan. Prinsip *emphasis* diterapkan melalui ilustrasi alat rajut dan elemen khas seperti benang, hakpen, dan hasil rajutan sebagai fokus utama. Penggunaan *white space* yang seimbang memberi kesan minimalis dan rapi,

Hak Cipta :

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

sementara *unity* dicapai melalui konsistensi elemen visual seperti warna, ilustrasi, dan tipografi di semua media. *Layout* disusun dengan *grid* terstruktur dan alur baca yang fleksibel sesuai kebutuhan konten. Tipografi menggunakan jenis tulisan tangan Caveat pada *headline* untuk memberi kesan personal, kreatif, dan informal, sedangkan Nunito Sans digunakan untuk isi teks karena tampilannya modern, bersih, serta nyaman dibaca, sehingga memperkuat citra Angfau Craft sebagai *brand* produk *handmade* yang dekat dan ramah.

3. Selain katalog dan konten Instagram (*feed dan story*), sebagai media utama, perancangan juga dilakukan pada media pendukung guna memperkuat identitas visual Angfau Craft. Seluruh media pendukung dirancang dengan pendekatan visual yang konsisten. Beberapa media pendukung yang dibuat meliputi konten *landing page*, *X-banner*, kartu nama, *totebag* untuk kebutuhan promosi di pameran atau bazar.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan *marketing collateral* Angfau Craft, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

1. Bagi Angfau Craft
Desain yang telah dirancang dapat digunakan sebagai panduan visual dalam kegiatan promosi sehari-hari, baik secara daring maupun luring. Disarankan untuk menjaga konsistensi penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, dan ilustrasi agar identitas *brand* tetap kuat dan mudah dikenali. Selain itu, promosi perlu dilakukan secara berkala melalui media sosial maupun keikutsertaan dalam bazar UMKM agar visibilitas *brand* semakin meningkat.
2. Bagi Peneliti Selanjutnya
Penelitian ini terbatas pada tahap uji coba desain secara visual kepada target audiens dan klien, tanpa mengukur dampak jangka panjang terhadap performa *brand*. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengkaji efektivitas penggunaan *marketing collateral* dalam membangun persepsi *brand* dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian 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

- Andari, K. (2025, Februari 20). *Desain Grafis: Pengertian, Fungsi, dan Jenis-Jenisnya*. <https://www.visuwisu.co/desain-grafis-adalah>
- Anggraeny, F. T., Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Wahanani, H. E., Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Akbar, F. A., Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Raharjo, M. I. P., Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, Rizkyando, S., & Informatika, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. (2021). Peningkatan Ketrampilan Kreativitas Desain Grafis Digital Siswa SMU Menggunakan Aplikasi CANVA pada Ponsel Pintar. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 2(2), 86–91. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art5>
- Arviana, G. N. (2020, September 29). Memahami Marketing Collateral, Produk yang Dukong Kegiatan Marketing dan Sales. *Glints TapLoker Blog*. <https://glints.com/id/lowongan/marketing-collateral-adalah/>
- Assidiq, M. Z. (2023, November 15). *Tipografi: Pengertian, Elemen, Fungsi, Klasifikasi dan Tips Penggunaan—Telkom University*. <https://telkomuniversity.ac.id/tipografi-pengertian-elemen-fungsi-klasifikasi-dan-tips-penggunaan/>
- BINUS UNIVERSITY. (2023, Agustus 2). 7 Elemen Desain Komunikasi Visual, Apa Saja? *BINUS UNIVERSITY MALANG | Pilihan Universitas Terbaik di Malang*. <https://binus.ac.id/malang/2023/08/7-elemen-desain-komunikasi-visual/>
- DK, M. T. M., Fajrina, N., Susilawati, Pramesti, R. D., & Andriyanto. (2023). Pembuatan Desain Identitas Visual Sebagai Salah Satu Kekuatan Brand Untuk Mendukung Daya Saing Produk Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(01), Article 01. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v7.i01.a7344>
- dsi-ivan. (2022, Juni 14). Perbedaan X Banner, Y Banner, & Roll Up Banner. *DSI QUANTAC®*. <https://dsi.co.id/perbedaan-x-banner-y-banner-roll-up-banner/>
- Efilia, R. Y., Putri, S. A., Riskiyana, S., & Azizah, A. N. (2024). *PERAN UMKM DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN DI INDONESIA*. 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Ekawardhani, Y. A., & Natagracia, G. (2012). KAJIAN PRINSIP POKOK TIPOGRAFI (LEGIBILITY, READABILITY, VISIBILITY, DAN CLARITY) PADA POSTER FILM BERANAK DALAM KUBUR THE MOVIE DAN JELANGKUNG. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 4(1). <https://doi.org/10.33375/vslt.v4i1.1112>
- fdik Esa Unggul. (2024, Oktober 31). *Mengenal Warna dan Emosi: Psikologi Warna dalam Desain Komunikasi Visual - Fakultas Desain dan Industri Kreatif*. <https://fdik.esaunggul.ac.id/mengenal-warna-dan-emosi-psikologi-warna-dalam-desain-komunikasi-visual/>
- Foleon. (n.d.). *19 Types of Marketing Collateral You Need Now [2025 Guide]*. <https://www.foleon.com/topics/19-types-of-marketing-collateral-you-need-now>
- Hanna. (2025, Maret 3). The Benefits and Uses of Printed Marketing Materials. *UpClose Printing*. <https://www.upcloseprinting.com/printed-marketing-materials/>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Hutomo, F. R. P., & Utami, M. P. (2021). TINJAUAN LAYOUT PADA INFOGRAFIS WHO “MENGATASI STRES SELAMA WABAH COVID-19.” *TUTURRUPA*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v4i1.5191>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Kartika, R. (2015). Memilih dan Memanfaatkan Tipografi. *Humaniora*, 6(3), Article 3. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i3.3352>
- Kemenko Perekonomian. (2022, Oktober 1). *Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah—Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia*. <https://ekon.go.id/publikasi/detail/4593/perkembangan-umkm-sebagai-critical-engine-perekonomian-nasional-terus-mendapatkan-dukungan-pemerintah>
- Kumalasari, R. (2022, Agustus 8). *Katalog adalah: Definisi, Fungsi, Manfaat Katalog Promo*. <https://majoo.id/solusi/detail/katalog-promo>
- Latif, A., & Pps, J. (2020). PENGARUH BAURAN PROMOSI (PROMOTION MIX) TERHADAP KEPUTUSAN PEMILIHAN LEMBAGA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

PENDIDIKAN BAHASA INGGRIS INTERNATIONAL LANGUAGE FOUNDATION (ILF) DI LAMONGAN. *Jurnal Manajerial Bisnis*, 3(2), 90–105. <https://doi.org/10.37504/jmb.v3i2.238>

Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, 2(1), 1–11. <https://doi.org/10.35138/organum.v2i1.51>

Lubis, H. A. R. (2023, Juni 26). *dibimbing.id—Grid System dalam Desain UI/UX: Arti, Komponen, Jenis dan Contoh*. <https://dibimbing.id/blog/detail/grid-system-dalam-ui-ux>

Malihah, L. (2023, Oktober 4). *Fungsi dan Komponen Wajib dalam Kartu Nama Perusahaan*. <https://www.bee.id/blog/kartu-nama-perusahaan/>

moripack.id. (2024, September 1). Menguasai Grid System: Kunci Desain Layout yang Rapi dan Efektif. *Moripack*. <https://moripack.id/2024/09/menguasai-grid-system-kunci-desain-layout-yang-rapi-dan-efektif/>

Nugrahani, R. (2015). PERAN DESAIN GRAFIS PADA LABEL DAN KEMASAN PRODUK MAKANAN UMKM. *Imajinasi : Jurnal Seni*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.15294/imajinasi.v9i2.8846>

Oktaviani, V., Mursalina, H., & Yunanto, P. W. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. Dalam *PINTER: Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer* (Vol. 3, Nomor 2, hlm. 127–131). Universitas Negeri Jakarta. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>

PRIHATMOKO, S. (2022, April 1). *Teori dan Konsep Dasar Desain Grafis*. <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/artikel/teori-dan-konsep-dasar-desain-grafis>

PRIHATMOKO, S. (2023, September 15). *Presentasi digital: Apa itu, kegunaannya, dan kelebihanannya*. <https://desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id/artikel/presentasi-digital-apa-itu-kegunaannya-dan-kelebihannya>

Printing. (2025). *Exploring the Purpose of Brochures in Marketing*. Formax Printing. <https://www.formaxprinting.com/blog/exploring-the-purpose-of-brochures-in-marketing2>

Rania, D. (2024, April 17). Email Marketing: Pengertian, Keuntungan, Strategi dan Contohnya. *Jubelio*. <https://jubelio.com/email-marketing-adalah/>

Reginata, W. P., & Utomo, H. (2025). PEMBUATAN KATALOG PRODUK MENGGUNAKAN CANVA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

UMKM CHARIESMA BATIK SEJAHTERA DI JOMBANG. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, 3(3), Article 3. <https://doi.org/10.61722/jiem.v3i3.4069>

Santika, R. (2025, Februari 14). 8 Manfaat Email Marketing Yang Belum Banyak Diketahui—Sribu. *Blog Sribu*. <https://www.sribu.com/id/blog/manfaat-email-marketing/>

Sari, L. I., Fauziah, A. N., & Putri, L. R. N. A. (2022). FUNGSI, TUJUAN DAN BENTUK-BENTUK PROMOSI. *Dar El-Falah*, 1(2), Article 2. <https://jurnal.stiedarulfalahmojokerto.ac.id/index.php/dar-el-falah/article/view/77>

Satyadinatha, I. N. D., & Yasa, K. W. P. (2024). OPTIMALISASI DIGITAL MARKETING SEBAGAI STRATEGI KOMUNIKASI DALAM PEMASARAN UMKM DI ERA INDUSTRI 5.0. Dalam *Waisya: Jurnal Ekonomi Hindu* (Vol. 3, Nomor 1, hlm. 1–13). IAHN Gde Pudja Mataram. <https://doi.org/10.53977/jw.v3i1.1604>

Sinaga, E. B. (2024, Mei 19). Unsur Garis dalam Desain Grafis dan Penerapannya. *Advan.Id | Blog*. <https://blog.advan.id/2872/unsur-garis-dalam-desain-grafis-dan-penerapannya/>

Sinaga, S. I., & Eriyani, S. (2023). Pengembangan Poster Edukasi Untuk Menumbuhkan Pengetahuan Tentang Pentingnya Menjaga Kesehatan Gigi Pada Anak Kelompok A Di Tk Negeri Pembina Lahat. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 3(2), Article 2.

Syahputra, E. R., & Subandrio, S. R. (2023). Pengaruh Promosi Menggunakan Iklan Media Cetak dan Sosial Media terhadap Minat Wisatawan Tubing River. Dalam *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting* (Vol. 4, Nomor 2, hlm. 282–292). IPM2KPE. <https://doi.org/10.31539/budgeting.v4i2.6605>

Tasim, C. (2022, Desember 24). *Penting! Mengulas 7 Elemen Desain Grafis | ToffeDev*. <https://toffeedev.com/blog/design/elemen-desain-grafis/>

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Wijaya, J. (2023, Oktober 14). Pahami Katalog dan Kelebihannya bagi Bisnis Anda. *HashMicro Indonesia*. <https://www.hashmicro.com/id/blog/katalog-adalah/>



© 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

Wulandari, A. A. A. (2024, September 6). *Aplikasi warna pada Interior*.
<https://interior.binus.ac.id/2024/09/06/13765/>

Yuliantika, D. (2025, Januari 26). *5 Tren Media Sosial 2025 yang Harus Kamu Ketahui Untuk Bisnis Halaman 1—Kompasiana.com*.
<https://www.kompasiana.com/dewiyuliantika/67963168c925c4732a4e6044/5-tren-media-sosial-2025-yang-harus-kamu-ketahui-untuk-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 mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LAMPIRAN

Lembar Bimbingan 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA Mutiara Agustin

NAMA PEMBIMBING Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.

JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Marketing Collateral Angfau Craft sebagai Media Promosi

KETERANGAN:

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

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	26 Februari 2025	Untuk start riset, saya minta kalian bikin rencana penelitian. Susun rencana pengumpulan data	Membuat rencana penelitian untuk mengumpulkan data yang diperlukan
2	5 Maret 2025	Progres Bab , Kerangka Teori, Hal lain yang mau dikonsultasikan	Membuat kerangka teori, dan menyusun bab 1
3	21 Maret 2025	Progres bab 1 dan 2, Instrumen penelitian (Pertanyaan wawancara/kuesioner, daftar observasi)	Revisi bab 1 dan bab 2, mulai melakukan pengumpulan data berdasarkan instrumen yang telah dibuat
4	11 April 2025	Progres bab 3 1. Bagian metode riset desain, tahap test atau uji coba menambahkan target audience 2. Merapihkan jenis produk angfau craft di product knowledge 3. Menambahkan sub bab target market setelah product knowledge 4. Menambahkan sub bab media promosi terdahulu 5. Memperbaiki consumer insight yang tadinya ada hasil wawancara owner dan desainer menjadi hasil wawancara konsumen dengan kuisioner saja dan detail tanggal serta persentasenya	Revisi Bab 3 dan melakukan penyempurnaan proposal

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

5	21 April 2025	Progres habis sempro 1. Merevisi hasil penilaian sempro berupa memperbaiki bagian kesimpulan analisis SWOT, penulisan Bab 2, dan menggabungkan daftar pustaka menjadi satu bagian tanpa memisahkan antara sumber buku dan jurnal. 2. Melanjutkan tahap eksplorasi ide untuk perancangan, termasuk mencari sejarah tentang rajut, menggali hal-hal yang berkaitan dengan dunia rajutan untuk memperkaya referensi 3. Kalau bisa minggu depan sudah menyusun mind map dan membuat mood board sebagai acuan visual awal	Revisi Sempro dan melanjutkan tahap mind map dan moodboard atau konsep visual
6	20 Mei 2025	Progres konsep visual 1. konsep visual secara keseluruhan sudah oke dan bisa dilanjutkan ke pembuatan sketsa 2. disarankan untuk menjelaskan lebih detail cabang rajut, menggali hal-hal yang berkaitan dengan dunia rajutan lebih jelas.	Revisi sedikit pada mind map dan lanjut mengerjakan sketsa, yaitu membuat 5 sketsa alternatif katalog
7	13 Juni 2025	Progres sketsa 1. masukan penjelasan 5 konsep sketsa ke dalam laporan 2. terpilih sketsa alternatif 1, 2, dan 3 3. melanjutkan ke tahap digital dari ketiga sketsa terpilih 4. persiapan seminar nasional	Penulisan laporan dan melanjutkan ke tahanan digital dari ketiga sketsa alternatif katalog, abstrak semnas dikirim ke whatsapp bu agnes
8	25 Juni 2025	Progres Desain 1. desain komprehensif terpilih yaitu 1 dan 2 2. pada bagian penomoran dan table of content diperbaiki lagi supaya tidak terlihat seperti buku sekolah 3. persiapan sidang semua desain diharapkan sudah selesai tepat waktu dan melakukan turnitin 4. untuk laporan dikirim ke whatsapp supaya bisa dikoreksi lebih detail	Melanjutkan desain terpilih dan memperbaiki penomoran maupun table of content, serta menyelesaikan laporan agar bisa ikut turnitin
9	30 Juni 2025	Progres sidang - media pendukung sudah oke - penulisan laporan terdapat revisi minor yaitu: 1. Cover belum ada tulisan "Laporan" — lihat template 2. Sketsa itu masih bagian dari ideate yaa.. prototype yang mock up digital dan cetak.. mock up cetak belum dimasukan yaa fotonya.. 3. Hasil testing ada feedback berupa masukan - ini sudah diperbaiki belum sesuai feedbacknya?	Merevisi laporan dan mendaftar sidang

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

Lembar Bimbingan 2

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Mutiara Agustin
NAMA PEMBIMBING	Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Marketing Collateral Angfau Craft Sebagai Media Promosi
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 Maret 2025	Bimbingan bab 1 dan bab 2, perhatikan penggunaan bahasa asing dan typo, ubah struktur baru	Mengecheck typo yang ada dan mengganti struktur pada kata pengantar
2	10 April 2025	Bimbingan bab 2 dan bab 3, rapihkan gambar yang sudah diberi caption dan jangan lupa berikan sumbernya	Merevisi semua gambar yang diberi caption agar rapih dan sesuai ketentuan dan mengecheck typo
3	01 Juli 2025	Bimbingan bab 4 dan bab 5 2. terdapat tidaksamaan ukuran font, masih ada yang kecil dan besarnya tidak sama 3. istilah asing masih beberapa ada yang miring 4. penulisan kesimpulan pada bab 5 seharusnya ditulis simpulan, liat template lagi 5. penomoran juga diperbaiki, bagian awal ditulis ditengah posisi bawah sedangkan isinya ditulis bagian kanan atas 6. masih ada beberapa foto yang belum insert caption	Merevisi semua tulisan agar bisa submit pendaftaran sidang



© 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

Dokumentasi Observasi



© 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





© 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

Transkrip wawancara

Nama : Anggi Nursila Dewi (*Owner Angfau Craft*)

Media : Via Google meet

Tanggal : 12 Februari 2025

Mutiara: Kak Anggi bisa ceritakan sedikit awal mula Angfau Craft? Apa yang menginspirasi kakak membangun brand ini?

Kak Anggi: Awal mula karena keisengan sama model rajutan, secara umum rajutan ini khususnya di Banten kan beberapa tahun lalu itu susah didapat. Kebanyakan di Bandung, Yogyakarta, kan jauh ya. Akhirnya menekuni rajutan, ehh jadi hobi. Makin kesini seru juga ngerajut, terus iseng diposting – posting. Dulu Namanya And Craft, banyak juga kerabat, teman yang mesen dan darisitulah akhirnya jadi bisnis.

Mutiara: Saat ini menurut kakak, apakah logo dan tampilan visualnya sudah cukup mewakili Angfau Craft?

Kak Anggi: Kalau untuk mewakili sih secara keseluruhan sih masih kurang ya. Sayangnya logo yang digunakan itu sudah terdaftar HAKI. Kadang kebanyakan UMKM kerajinan itu lebih diutamakan produksi dan pemasaran ya. Kalau menurut saya hal HAKI ini sangat penting biar desain yang kita buat nggak di klaim orang. Dusahakan merek kita dikukuhkan dulu. Mungkin nanti bisa dibantu desain yang lainnya saja, selain logo.

Mutiara: Baik kak, apakah kakak udah ada kemasan khusus atau belum?

Kak Anggi: Untuk saat ini kemasan gantungan kunci masih pakai plastic *pouch* modelan squishy. Itupun baru make belum lama, biasanya saya pakai plastic PE aja. Karena saya mikirin *cost* nya juga ya kalau pakai kemasan yang mahal.

Mutiara: Baik kak, kalau boleh tau apakah ada batasan harga untuk membuat kemasan?



© 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

Kak Anggi: Ya kisaran 1000 kali ya, soalnya produk handmade sendiri sudah mahal.

Mutiara: Baik kak, adakah kendala dalam promosi Angfau Craft, misalnya dari segi foto produk, engagement rendah atau kesulitan membuat konten?

Kak Anggi: Ada kak, saya kesulitan menentukan tema untuk desain di Instagram dan juga kesulitan membuat konten-kontennya.

Mutiara: Apakah ada rencananya untuk melakukan *campaign* atau promo khusus dan butuh desain pendukung?

Kak Anggi: Ada sih rencananya mau ada potongan khusus untuk hari-hari tanggal kembar gitu, Masalahnya belum digarap fotonya, masih seadanya. Belum ada yang handle juga.

Mutiara: Dari semua hal yang kita bahas tadi, apa yang menurut kakak paling penting untuk diperbaiki terlebih dahulu?

Kak Anggi: Mungkin media promosi sih dari yang aku rasain. Khususnya media di Instagram ya. Karena kan itu juga buat kayak semacam portofolio usaha juga kan.

Mutiara: Baik kak, mungkin nanti aku bisa bantu media promosinya. Kalau boleh tau selain Instagram dalam bentuk apa kakak butuh media promosinya?

Kak Anggi: Mungkin bisa untuk bazar sama pameran, kan saya sering ikut pameran ya. Jadi perlu semacam katalog, kemarin-kemarin saya udah bikin katalog tapi masih seadanya. Foto-fotonya yang saya ambil sendiri, ada juga dibantuin sama sodara, jadi masih blentang-blentong gitu. Terus juga ada banner sama kartu nama yang udah pernah saya buat, desainnya masih simple gitu sih. Soalnya saya kan nggak begitu ngerti desain ya, jadi cuma yang penting ada.

Mutiara: Ohh iya boleh kak, nanti bisa kirimkan media promosi apa aja yang udah dibuat untuk saya masukin ke outline tugas akhir ini. Saya juga penasaran alas an kakak aktif mengikuti komunitas ataupun perlombaan gitu, saya lihat di Instagram.



© 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

Kak Anggi: Iyaa, ngisi waktu luang sih sebenarnya. Saya ikut komunitas, organisasi sesama pengrajin, terus juga lomba-lomba gitu karena ya kalau sekedar buat rajutan aja kayaknya gitu-gitu aja. Kalau kita ikut organisasi atau komunitas gitu jadi bisa menarik relasi.

Mutiara: Seru banget ya kak, jadi kalau kita ikut organisasi itu ada yang sama-sama nyemangatin. Ngerti struggle kita apa. Kalau boleh tau kesibukan Kak Anggi selain ngerajut apa ya kak?

Kak Anggi: Nggak ada lagi, justru itu tadi jadi kalau misalkan ikut organisasi mana nih yang lagi ada acara, ikutt. Selebihnya produksi rajut aja gitu.

Mutiara: Wahh jadi bener-bener hobi yang diseriusin ya kak. Okee, terimakasih banyak ya ka katas kesempatan wawancara kali ini, semoga Angfau Craft bisa sukses terus, banyak yang order. Saya izin pamit ya kak, untuk selanjutnya saya hubungi lewat WhatsApp ya kak.

Kak Anggi: Iya sama-sama, semoga kamu juga lancar nyusun outlinenya.

Mutiara: Aamiin makasih banyak kak.

Nama : Anggi Nursila Dewi (*Owner Angfau Craft*)

Media : Via Google meet

Tanggal : 20 Maret 2025 (Wawancara Lanjutan)

Mutiara: Kak Anggi Apakah ada perbedaan bahan dari masing2 jenis rajutan ataupun bahan khusus yang membedakan dari produk sejenis?

Kak Anggi: Kalau untuk dari segi bahan untuk saat ini masih terbilang terjangkau ya, paling tambahan aksesorisnya aja, kayak buat ring kaitannya, sletingnya, atau nggak bahan untuk di tas nya itu di furingnya. Kalau untuk amigurumi juga untuk beberapa benang memang dari harga memang jauh beda. Tapi sejauh ini masih bisa



© 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

diatasi lah, paling itu tadi bahan tambahannya sih. Misalnya kayak mau buat tas, nah itu bahan tambahannya masih agak lumayan. Masih di range harga 10-20 lah.

Mutiara: Ada gasih kak bahan yang susah dicari?

Kak Anggi: Nah itu ada banget, tahun ini sih kita mau ngambil limbah kertas PE. Itu tuh bahannya ada, tapi sulit didapat karena itukan ada di pabrik-pabrik kertas gitu kan. Dan mereka tidak memperjual belikan, saat ini lagi nyari peluang buat dapetin bahan itu supaya rajutannya jadi ada karakteristik yang unik gitu. Kemarin udah pernah bikin jadi pouch hp gitu, bagus karakteristiknya. Karena dia kan dari kertas ya, beda sama bahan yang biasa dipakai buat rajut cuma benar-benang doang. Karakteristik dari kertas PE ini cenderung kaku keras gitu. Bahan PE ini berbentuk pilinan gitu, katanya sih di pabrik kertasnya itu ia digunain buat ambalan pemotong kertas gitu.

Mutiara: Apakah ada teknik khusus yang digunakan dalam produksi yang jarang ditemukan di brand lain?

Kak Anggi: Kalau Teknik sih rata-rata hampir sama aja ya, karena kan masuknya udah universal, dari Indonesia sampai orang luar pun pakai teknik yang sama ya. Paling missal kalau ada modifikasi kayak tambahan sulam tetep aja, karena sulam ya tetep aja tekniknya seperti itu. Karena hamper sama perajut Indonesia ataupun perajut luar itu sama. Atau biasanya di combine aja sih, pernah ada di tas. Paling di Teknik rajutan itu make beberapa teknik rajut. Ada beberapa macam tusukan, Tunisian. Terus pas buat tas itu make teknik pastry, tas supaya bisa memadukan beberapa warna.

Mutiara: Pembuatan produk ini biasanya memakan waktu berapa lama?

Kak Anggi: Kalau untuk amigurumi yang kecil sekitar 1-2 jam cukup, lalu untuk tas pouch hp gitu bisa kurang lebih 6 jam-1 hari kalau nggak ada kegiatan lain. Tapi hal ini tergantung dari jumlah warna sama motif yang mau dibuat juga ya. Kalau untuk pakaian, dari 1 hari sampai dengan seminggu untuk jenis sweeter, outer. Kita kan merancang dari ukuran, pola, dan itu butuh waktu juga untuk membuatnya.



© 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

Mutiara: Ketika memberikan perkiraan waktu kepada pelanggan, apakah sudah termasuk estimasi pengiriman?

Kak Anggi: Iya, rata-rata udah dijadiin satu. Misalnya untuk tas hp itu 7 hari pengiriman, itu udah termasuk dengan pembuatan tas hp nya. Kalau untuk pakaian biasanya 10 hari pengiriman itu udah termasuk pembuatan.

Mutiara: Produk angfau craft ini dibandrol dengan harga kisaran berapa sampai berapa? Apakah kakak sudah menentukan pricelist dari produk yang ditawarkan? Karena dari katalog yang aku lihat belum ada harganya.

Kak Anggi: Udah ada, untuk kategori amigurumi itu kisaran 15-200 untuk ukuran yang agak lumayan ya. Untuk ukuran yang besar itu bisa 300 ribuan, setinggi 30 cm. Pouch mulai dari 35, 50, sampai 100. Kalau lebih besar dari itu kisaran 100-500, kayak totebag, tas selempang/slingbag. Untuk custom rajutan baju kisaran 150-400 an kurang lebih.

Mutiara: Untuk penjualan produk, biasanya kakak mengemas produknya dengan bahan apa?

Kak Anggi: Kalau untuk dijual langsung pakai plastik klip ditambah label logo. Depannya transparan terus belakangnya putih, ini untuk amigurumi sama pouch atau tas hp. Ditambahin luarannya pakai paper bag, nah kalau untuk pengiriman sih pakai plastik juga dengan beberapa ukuran. Yang agak besar pakai tambahan dus sama plastik bening untuk baju, karena banyak ukurannya.

Mutiara: Apakah ada kemasan khusus seperti *box custom*?

Kak Anggi: Belum bikin karena pertimbangan kuantiti untuk nyetaknya. Terus juga ukuran produk kan variatif. Nah itu agak repot kalau misalnya nyetak tiap ukuran, karena dari cost nya agak minim.

Mutiara: Biasanya produk Angfau Craft ini dipesan oleh siapa saja kak? (Pria dan Wanita)



© 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

Kak Anggi: Kalau penjualan di bazar atau pameran gitu rata-rata yang beli sih cewek ya, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, sampai ibu-ibu ya. Kalau yang cowok itu jarang ya, paling ada sedikit yang pesen buat hadiah pacarnya atau istrinya gitu. Nah ada yang antusias juga anak-anak cowok sama gantungan kunci yang modelnya universal, cuma memang nggak sebanyak cewek.

Mutiara: Biasanya pelanggan Angfau Craft menggunakan produk ini untuk apa? (misalnya: hadiah, koleksi pribadi, dekorasi, atau kebutuhan fungsional lain?)

Kak Anggi: Biasanya buat pemakaian pribadi, karena tertarik sama modelnya, laper mata karena modelnya lucu - lucu, ataupun ngikutin tren gitu mereka suka beli sih. Terus juga tadi ada yang beli buat hadiah, misalnya lagi ultah atau wisuda gitu pada pesen custom amigurumi. Kalau untuk dekorasi itu juga aku nggak nyetok sih, lebih ngikutin request dari customer. Misalnya mau buat dekorasi di dinding, sarung bantal kursi tamu, taplak meja, itu nyesuain maunya mereka warna apa gitu baru dibikinin.

Mutiara: Apakah pelanggan Angfau Craft lebih suka belanja langsung (offline) atau mereka lebih banyak belanja online/aktif di media sosial?

Kak Anggi: Untuk saat ini kan masih kebanyakan offline ya, karena ya memang hanya relasi deket aja disekitaran Banten. Untuk yang luar kota sih masih kurang banget ya penjualannya. Kalaupun ada dari luar Banten kayak Jakarta gitu biasanya hanya dari relasi komunitas sesama pengrajin ya. Mereka butuh cepat untuk menuhin kuantiti produknya, jadi order ke Angfau Craft untuk Menuhin kuantiti produk mereka. Kalau untuk yang personal ada sih beberapa lewat shopee, terakhir ada dari Jawa ya. Ada tiktok juga cuman kemarin sempet fakum dari shopee sama tiktoknya. Yang ngurus administrasinya masih keteteran, insyaallah bulan depan mau ditata lagi.

Mutiara: Setelah selama ini berjualan apakah ada kendala atau tantangan dalam mempromosikan produk kak?

Kak Anggi: Kendalanya sih di iklanya ya, kurang menarik gitu dari segi desainnya, promonya. Juga kan kalau mau masang iklan atau ads itu perlu biaya ya.



© 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

Mutiara: Apakah ada feedback dari pelanggan yang menunjukkan bahwa mereka membutuhkan informasi lebih mengenai produk Angfau Craft?

Kak Anggi: Untuk saat ini sih belum ada pertanyaan spesifik ya. Mungkin karena belum menarik informasi dari Instagram itu di postingannya.

Mutiara: Konten apa yang paling kakak utamakan untuk menambah jangkauan pasar dari angfau craft?

Kak Anggi: Kayaknya postingan deh, buat bisa dilihat audiens itu lewat feeds kan. Nah sama story Instagram, biar orang tuh penasaran buat ngeliat, kayak harus di klik dulu, sama biar kelihatan aktif gitu akunnya. Kalau postingan apa nggak reels itu kan kita gabisa post terus2 an kan. Nah aku maunya dikencengin lewat story Instagram nya. Terus juga nggak enak kalau misalnya likenya dikit, pas posting feeds atau reel gitu jumlah likenya dibawah followers. Terus iseng check insight dari postingan itu belum nyentuh hit atau viral, ya masih sejumlah followers aja gitu.

Mutiara: Apakah Kakak ingin dibantu untuk menyusun copywriting bio instagram atau *social media* lainnya? jika iya, copywriting seperti apa yang kakak inginkan, atau sebebasnya saya saja?

Kak Anggi: Mau banget dong, copywritingnya aku lebih prefer yang gen-z ya.

Mutiara: Kak, aku lihat di Instagram kakak sering ikut event. Saat mengikuti event, media promosi apa yang biasanya digunakan?

Kak Anggi: Media promosinya paling kayak banner, sama aku pasang story Instagram sih biar orang tau aku lagi ngikut event. Untuk poster itu tergantung si penyelenggara sith itu, ada yang mereka aware sama tiap-tiap brand atau yang penting mereka ada sih yang jadi tenant, tergantung masing-masing umkm mereka mau pake atau nggak ya misalnya kedapetan penyelenggara nggak aware. Brosur aku belum ada karena mikirin cost nya ya, yang masalah nyetak harus ada beberapa kuantiti gitu. Kalau untuk katalog cetak ada, kemarin aku nyetak buat kebutuhan seminar dan masih bisa dipake buat event-event. Cuma ya itu masih ada



© 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

kekurangannya dari segi desain, foto produknya, harga juga belum dicantumin. Sama tadi kan pas bazar aku bilangny pakai paper bag ya, maksudnya itu pake goodie bag cuma belum ada sablonnya, masih polosan gitu, jadi si identitas brand nya belum muncul ya. Paling sih kedepannya kalau ada bazar atau pameran gitu ma nyediain voucher belanja kayak diskon atau nggak buy one get one. Nah untuk papan harga itu aku belum ada, paling cuma ditaruh dibelakang kayak produk gini ditulisin pakai label biasa.

Mutiara: Salah satu tantangan lainnya adalah kompetitor, apakah kakak mempunyai kompetitor khusus atau yang kakak kenal dibidang bisnis yang sama dengan Angfau Craft ini? atau ada satu bisnis serupa yang dirasa dari segi pemasarannya pengen banget kakak ikutin?

Kak Anggi: Ada, kalau dari untuk tingkat desain Instagram itu ada di telulas craft. Tapi kalau untuk kayak tingkat target pasar atau cara promosi offline nya itu ada di ratu handmade, itu dia sasarnya itu ada di semacam orang-orang dinas. Tapi ya kalau untuk yang di telulas tadi ya target pasarnya udah meluas juga karena dia berkembang semenjak kerjasama terakhir bareng nagita slavina. Jadi si telulas ini, jadi perantara saya sama nagita jug kan. Jadi dia sebagai leader saya buat bikin produk-produk collab brand nagita. Nah kalau dari segi pelayanan itu ada dari hook and go, dia selain produksi rutin ngadain kelas rajut offline. Jadi tiap bulan nya itu minimal ada dua kelas merajut berjalan dan dari segi custom ordernya tuh mereka lumayan banyak. Aku juga sebenarnya ada kelas merajut, cuman apa ya yang namanya mereka masih kayak ikut-ikutan aja, belum dari hati, jadi nggak ada kelanjutannya. Dan kelas merajut ini nggak bisa cuma sekali pertemuan aja. Pernah sampai masang ads buat privat class ini, aku masang seminggu tapi nggak ada yang nyantol. Karena aku ngerasa boncos ya nge ads terus tuh, nggak balik modal. Terus juga ya mungkin peminatnya kurang untuk kelas merajut ini atau dari promosi aku yang kurang. Aku niatnya pengen pakai influencer tapi untuk rate card nya sendiri tinggi, sekalinya ada yang rate card pas sama cost tapi si influencer ini bukan orang yang tertarik di bidang kerajinan. Susah nyarinya kecuali memang diajak collab brand-brand.



© 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

Mutiara: Tadi kan kakak sempet bahas dari visual desain media promosi ya kak. Apakah ada gaya desain tertentu yang ingin selalu digunakan dalam branding dan promosinya kak? (Misalnya: minimalis/ vintage/ playful/ natural/ dll.)

Kak Anggi: Kira-kira yang cocok apa ya, soalnya agak bingung juga. Kalau yang colorfull takutnya nanti ada yang nabrak ke warna produknya ya. Mmm lebih ke vintage sih, kan masih kayak natural-natural gitu kan.

Mutiara: Jika Angfau Craft memiliki satu warna utama yang menggambarkan brand, warna apa yang paling cocok? Mengapa?

Kak Anggi: Warna ya? Kayak lebih ke warna tingkatan cream coklat itu sih. Ya pokoknya nggak nabrak sama si warna logo aja sih. Itukan logonya warna tosca sage gitu kan, ya pokoknya jangan nabrak sama logo aja sih.

Mutiara: Saat kakak melihat media promosi Angfau Craft, kesan apa yang ingin ditangkap oleh audiens? (Profesional/hangat/eksklusif/unik)

Kak Anggi: Kayaknya lebih ke unik aja ya, karena kalau unik kan bisa ke berbagai kalangan gitu. Kalau eksklusif kan mereka pikirnya wah dari kategorinya aja eksklusif takut harganya mahal dan nggak jadi beli.

Nama : Ade Gunawan (*Desainer Grafis*)

Media : Via Google meet

Tanggal : 8 April 2025

Mutiara: Menurut kak degun, sejauh apa sih peran media promosi seperti katalog, brosur, feed Instagram, atau banner dalam memperkuat branding sebuah UMKM, terutama craft/kerajinan?

Ade Gunawan: Kalau sepenting apa media promosi kayak katalog, brosur, sama Instagram itu emang itungannya penting banget. Karena kan dalam sebuah bisnis



© 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

itu kita perlu yang namanya branding. Nah branding itu supaya brand kita melekat dikepala masyarakat biar lebih dikenal. Jadi walaupun kita brand kecil, walaupun kita brand kecil tapi ketika orang liat akun kita langsung tau, ohh ini brandnya jualan ini. Jadi branding itu buat memperkenalkan produk kita, brand kita ke orang lain. Nah pentingnya apa aja sih buat UMKM itu sebenarnya untuk memperkuat promosi. Kayak brosur, katalog, sama feeds instagram kayak punya peran membangun citra dari brand tersebut. Kalau misalnya desain dari katalog dan brosur dan lain-lainya konsisten itu secara nggak langsung itu membuat konsumen tertarik sama brand, langsung kenal sama brand itu. Terus juga kan branding itu kita bisa pilih warna, style, bisa milih karakteristik audience juga. Nah itu penting buat ngebangun koneksi antar brand sama audience, juga memperkuat identitas dari si brand nya gitu.

Mutiara: Apakah media promosi itu bisa berdampak langsung ke keputusan pembelian konsumen, atau lebih ke jangka panjang untuk awareness?

Ade Gunawan: Dampaknya dari media promosi itu ya kayak bisa bikin orang itu membeli produk kita, apa ya, mempengaruhi keputusan membeli suatu produk gitu. Biasanya kita kalau di marketing itu ada sebutannya CTA (*Call to Action*), dia itu kayak kalau misalnya mau beli barang ada kata-kata “ayo klik link berikut”. Nah itu kalau untuk media online juga penting, kalau nggak ada CTA nya nanti orang ya lewat aja gitu. CTA itu kayak ngarahin otak pembeli kayak seenggaknya ngecheck dulu nih barang-barangnya ada apa aja. Itu juga dipengaruhi dari branding, jadi kayak nanti bakal mempengaruhi keputusan pembelian si pembeli dan juga mempermudah awareness dari si pembeli untuk membuat keputusan gitu.

Mutiara: Elemen apa saja yang menurut kakak wajib ada di media promosi agar mampu menyampaikan pesan brand dengan baik? Hal apa yang wajib ada buat promosi di feed instagram, katalog, banner, ataupun ya kartu nama gitu?

Ade Gunawan: Pertama sih dia harus punya identitas yang jelas dulu ya. Produknya harus ada di katalog harus jelas, harus difoto yang bagus juga, itu karena semakin *eye catching* suatu desain akan semakin orang tertarik dengan desain



© 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

tersebut. Terus juga harus dijelasin ini brand menjual apa gitu, harus jelas, warnanya harus konsisten. Intinya *Call to Action* itu penting banget supaya orang bisa seenggaknya nyadar. Kalau di online ya bisa langsung tau ohh ini harus dicek dulu dibeli dulu. Penting juga sih untuk si brand itu tau karakteristik audience nya, karena walaupun tau kita udah bikin desain yang bagus, konsisten tapi ternyata karakteristik orang nggak sesuai dengan desain kita, itu nggak akan cocok. Makanya kita harus ada riset juga gitu.

Mutiara: Menurut pengalaman kakak, kesalahan apa yang sering dilakukan UMKM saat bikin media promosi sendiri tanpa desainer?

Ade Gunawan: Kesalahan untuk UMKM ya? Sebenarnya kalau UMKM itu mereka punya budget terbatas. Apalagi mereka nggak punya ilmu tentang desain juga, jadi hal-hal yang wajar aja sih. Mungkin kesalahan-kelalahan dari UMKM ini biasanya ya foto produknya kurang jelas, terus juga nggak konsisten desainnya. Karena kan orang yang bukan basic desain nggak punya ilmunya ya, jadi asal aja bikinnya gitu. Dari sini sebenarnya banyak peluang juga buat kita-kita desainer grafis buat bantu UMKM. Ada sekarang jasa desain buat ngurusin desain sosmed UMKM per bulan, murah-murah biasanya.

Mutiara: Menurut kakak, ada gasih tren visual desain yang lagi berkembang saat ini untuk produk handmade/craft/kerajinan gitu?

Ade Gunawan: Kalau untuk trend desain itu kan semuanya dinamis ya, jadi berubah-ubah. Kalau trend desain itu sebenarnya yang penting suatu UMKM itu punya style desainnya sendiri aja gitu. Kalau mau ngikutin trend itu paling kayak ngikutin yang lagi viral aja. Misalnya ada konten apa viral, nah mungkin UMKM bisa bikin konten yang sejenis. Tapi untuk brandingnya ya tetep sama, jadi nggak mulu style desainnya harus dirubah untuk ngikutin trend. Nggak perlu ngikutin style desain yang lagi viral, karena itu ciri khas dia, tapi isi kontennya aja yang dibuat ngikutin trend yang ada. Soalnya kan identitas itu ya, kalau identitas diubah kan kadang orang pasti perlu cari tau lagi apakah ini brand yang sama atau brand yang waktu itu nih.



© 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

Mutiara: Kakak ada referensi atau contoh brand UMKM lokal yang menurut kakak branding-nya bagus banget?

Ade Gunawan: Waduh gimana tuh, kalau untuk UMKM aku kurang begitu tahu ya. Tapi kalau untuk brand – brand atau perusahaan – perusahaan yang bisa buat jadi contoh. Untuk contoh misalnya kalau kamu liat perusahaan traveloka itu dia setiap desainnya itu dibagian shape – shape elemen desainnya itu ada gambar logo burung, itu diambil dari logo traveloka tersebut. Nah itu hal – hal simple yang kadang nggak disadarin sama pembeli kan. Tapi entar kalau lama kelamaan dikasih terus ke pembeli ntar dia lama-lama kayak tau “ohh ini brandnya begini”. Terus juga banyak brand-brand kayak gitu. Sebenarnya brand itu lebih banyak mainin ke warna, font. Yang penting awalnya itu warna sama font dulu, kalau keduanya udah konsisten nanti mungkin bisa ditambah ilustrasi yang sesuai.

Mutiara: Terakhir, menurut kak degun, apakah penting bagi UMKM craft untuk membangun cerita atau storytelling visual dalam setiap medianya?

Ade Gunawan: Penting karena kalau misalnya nggak ada cerita atau storynya itu kesannya kayak apa yang membedakan produknya dengan produk lain gitu. Misalnya kayak kamu kan ada jualan gelang handmade ya. Kalau misalnya nggak ada storynya sama sekali, nanti orang mikirnya “ahh ini gelang sama aja kayak gelang-gelang lain gitu” dibikinya ya gelang pabrik lah, entah bikin apa gitu, jadi kayak orang nggak tau itu handmade. Makannya perlunya story, tapi atorynya mendalam juga sih jadi kayak orang tuh baca story produknya “ohh menarik ya produknya!” terus mereka beli. Jadi story itu hal yang penting banget buat ngasih nilai tambah ke suatu produk. Apalagi kalau ditampilkan kayak proses-proses pembuatannya, jadi kan orang makin percaya “ohh ini handmade nih” jelas beda dari yang lain. Handmade itu kan biasanya punya keunikan sendiri, kayak produknya walaupun bentuknya sama tapi dari prosesnya beda, nggak bisa diulang dua kali sama persis 100%.

Mutiara: Menurut kakak Angfau Craft ini media promosinya udah bagus atau bisa ditingkatkan lagi? Dari segi apanya?



© 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

Ade Gunawan: Sebenarnya dari produk udah bagus, mungkin lebih ditingkatin dari karakteristik audience aja. Jadi penting kan kita mesti tau audience kita yang tertarik sama desain-desain handmade gitu kan seperti apa. Untuk desainnya mungkin bisa gunain warna-warna yang sesuai dengan rajutan nya, benang gitu yang handmade banget lah misalnya ada warna-warna coklat. Cuman ini nggak harus ya, kadang kan ada filosofi warnanya sendiri. Kamu bisa cari warna yang pas dulu, pastiin sama karakteristik audience nya. Terus juga misalnya udah di upload, itu harus konsisten sampai akhirnya pembeli itu sadar kayak brand ini bagus. Sama buat ningkatin penjualan kamu bisa bantu dengan fitur iklan di sosmed gitu, walaupun makan biaya tapi lumayan membantu buat promosi. Intinya fokus aja dulu sama pengenalan brand dan karakteristik audience.

Pelanggan Angfau Craft

Nama : Fula Zeatul Rofahiyah, 25 tahun

Media : Via Google meet

Tanggal : 8 April 2025

Mutiara: Kak Fula pertama kali tahu Angfau Craft dari mana?

Fula: Aku tau angfau craft itu awal mulanya ditugasin nyari UMKM yang ada di Banten. Sebenarnya seluruh daerah, tapi yang bisa dijangkau kan daerah Serang, Pandeglang sama Cilegon. Terus akhirnya Angfau Craft ini aku dapetin kontaknya itu dari Kepala Bidang Dinas Pariwisata yang ada di Pandeglang. Lalu aku datangi, dan beliau juga bersedia untuk diwawancarai. Nah dari situ, menjalin hubungan baik dan komunikasi juga dan memang suka dari hasil karyanya. Jadi aku repeat order terus ke Angfau Craft.

Mutiara: Waktu pertama kali lihat Angfau Craft, apa kesan yang Kakak dapat dari tampilannya?(Misalnya logonya, nama brand-nya, warna, atau gaya visualnya)



© 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

Fula: Kesan pertama kali itu kayak kaget sih, soalnya namanya kan Angfau Craft ya. Angfau ini apa? Kalau aku sendiri mikir, biasanya kan Angfau itu identik dengan amplop ya. Terus ternyata ini adalah rumah kerajinan dan setelah aku kulik ternyata ada arti dibalik semuanya. Ketika aku lihat produknya jug, dari dulu tuh suka banget sama produk rajut tapi aku gabisa bikinnya. Terus dulu tuh selalu nyari-nyari banget, kayak susah banget masa harus ke Jawa dulu. Pengen gabung sama pengrajin-pengrajin yang ada di Banten, ketemunya Angfau Craft yang punya pemikiran sama yaitu sama-sama suka rajutan. Jadi memang kak anggi sendiri tuh emang pengen menciptakan produk rajut yang terjangkau, nggak harus jauh-jauh kemana-mana karena di Pndeglang juga ada.

Mutiara: Menurut Kakak, Angfau Craft punya ciri khas atau identitas brand yang mudah diingat nggak? Bisa dijelaskan dikit?

Fula: Kalau ciri khas itu, sebenarnya aku masih awam banget ya dalam dunia rajut jadi nggak begitu tau detail ciri khas rajutan. Tapi selama ini yang aku rasain kalau request produk gitu, kak anggi selalu bisa. Terus nanti hasilnya tuh diluar prediksi aku, maksudnya pas request itu aku nggak ngomong tapi kak anggi paham itu dan ngasih hasil yang bagus, melebihi ekspektasi aku.

Mutiara: Selama ini Kakak pernah lihat media promosi Angfau Craft nggak? (misalnya di Instagram, katalog, poster pameran, dll)

Fula: Aku selama ini hanya liat di Instagram aja, kalau untuk ketemu langsung yang bazar-bazar gitu aku belum ya. Karena beberapa kali kak anggi ikut bazar atau pameran gitu aku belum sempet kesana. Tapi kalau misalkan kayak lagi pengen banget produk Angfau Craft aku biasanya langsung dm di Instagram atau nggak leawt WhatsApp. Tapi kalau dari sisi apa ya, promosi atau marketingnya gitu ya aku liatnya dari Instagram aja sih kak.

Mutiara: Dari media promosi yang kakak liat, apakah sudah cukup menarik atau belum? Kenapa?

Fula: Kalau untuk menarik perhatian sebenarnya produk kreatif itu memang sudah menarik ya. Tapi nggak banyak orang yang tau kalau misalkan Angfau Craft ini ada



© 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

di Pandeglang. Terus juga semakin banyaknya pengrajin kan pasti, ada perlombaan untuk bersaing munculin produk mereka. Kalau menurut aku harus lebih digencarin lagi promosinya, karena memang biar orang-orang tuh tau kalau Angfau Craft itu cirinya seperti ini, dia ada di Pandeglang.

Mutiara: Dari pengalaman Kakak, jenis media promosi yang paling mudah menarik perhatian itu yang seperti apa?

Fula: Aku sih ngeliatnya lebih ke reels dan memang dibuat semenarik mungkin. Dibuat kayak konten sehari-hari, maksudnya lebih bisa memasukan produk Angfau Craft dalam pemakaian sehari-hari. Orang-orang jaman sekarang tuh kayaknya pengen sesuatu yang fresh dan emang lebih related sama kehidupan sehari-hari gitu. Mungkin bisa dibuat konten-konten seperti reels ataupun kalau misalkan emang sekarang kan banyak yang make tiktok ya. Dan itu lebih cepet naiknya setahuku, jadi ngejangkau pemirsanya juga lebih luas. Kan kalau di Instagram itu kan sekarang kalau cuma foto doang tuh kayak kalau belum tau banget sama kualitas produknya nggak begitu tertarik untuk melihat kesana. Tapi ketika kita udah masuk ke keseharian mereka, mereka bakal lebih stay buat nonton dan penasaran sama produknya.

Mutiara: Apa alasan utama Kakak membeli produk dari Angfau Craft?

Fula: Karena memang kualitas produknya bagus sih kak. Terus juga mau request an kayak apapun Angfau Craft ini bisa dan mau apa ya, menyanggupi gitu.

Mutiara: Apakah kakak pernah melihat katalog dari Angfau Craft?

Fula: Aku pernah liat yang ada di WhatsApp sih. Misalnya aku mau order sesuatu, nah nanti tinggal lihat aja di display ada beberapa produknya. Disitu udah ada kisaran harganya sama aku biasanya langsung nanya-nanya chat langsung di WhatsApp. Aku chat mau dibuat gambar seperti apa, nanti kak anggi nya tinggal kirimin foto rajutan yang pernah dia buat. Tapi kalau untuk katalog yang lengkap banget gitu belum ya. Aku ngerasa terbantu banget kalau ada detail harga yang dicantumin, jadi bisa ngira-ngira budget yang keluar.



© 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

Mutiara: Menurut Kakak, apa yang bisa membuat orang lebih tertarik untuk membeli produk handmade, terutama dari UMKM seperti Angfau Craft?

Fula: Kalau soal itu aku rasa orang-orang harus tau kualitas dari produk handmade ya. Bikin kesan yang bagus atau wah gitu dari pertama kali, jadi produk handmade ini layak untuk naik daun. Terus juga kita kan nggak hanya liat dari kualitas produknya aja ya, tapi diliat juga dari apa yang diusahakan selama ini dari Angfau Craft sendiri. Kayak mengikuti banyak acara ataupun menang suatu lomba, pencapaian apapun itu perlu di highlight. Supaya nggak meragukan kualitas dari si pembuatnya itu, jadi orang-orang percaya dan mau beli produknya.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

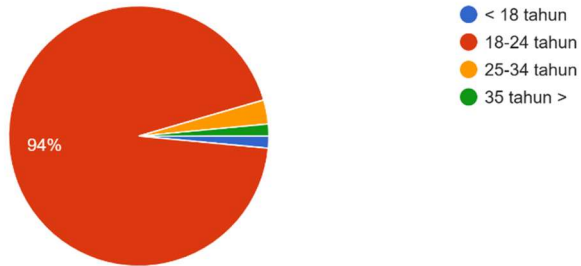
Hak Cipta :

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

Kuisisioner

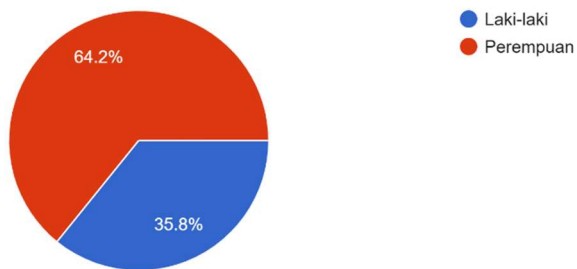
Usia

67 responses



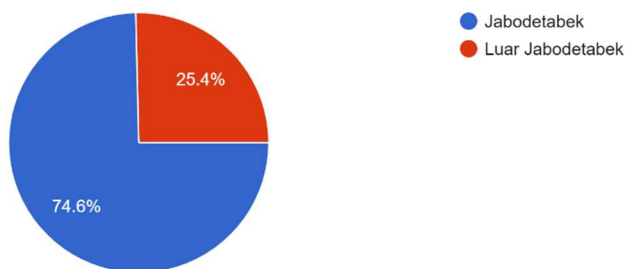
Jenis Kelamin

67 responses



Domisili

67 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

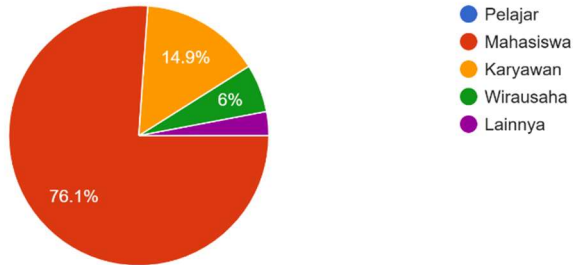
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

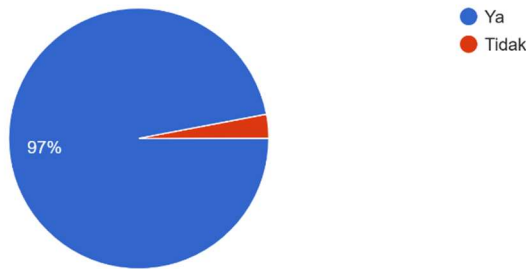
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

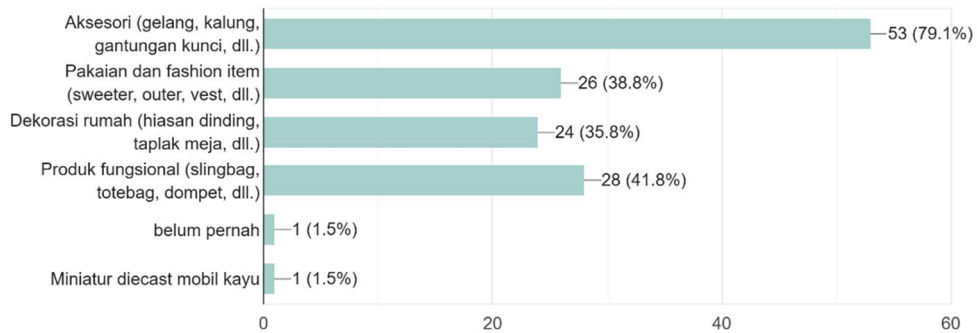
Pekerjaan
67 responses



Apakah Anda pernah membeli produk handmade sebelumnya?
67 responses



Produk handmade apa yang menarik bagi Anda?
67 responses





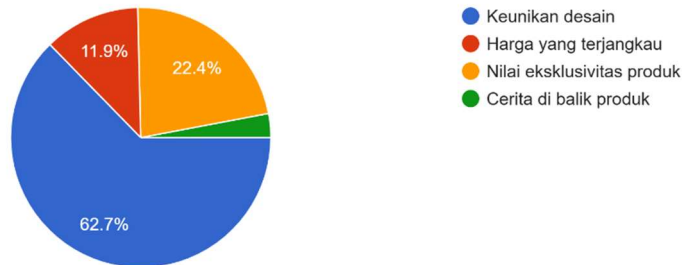
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

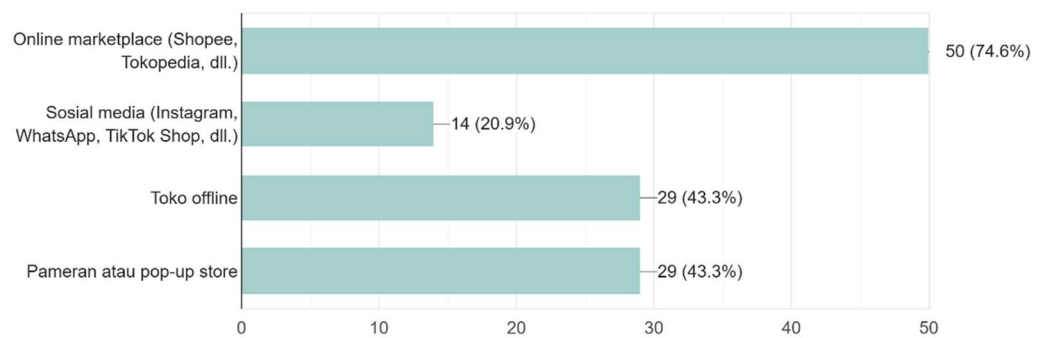
Faktor apa yang membuat Anda memutuskan untuk membeli produk handmade?

67 responses



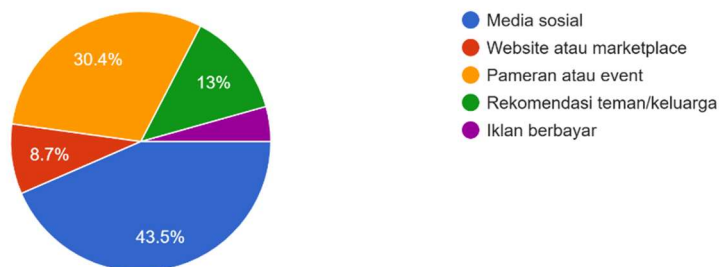
Dari mana biasanya Anda membeli produk handmade? (Pilih lebih dari satu jika perlu)

67 responses



Dari mana Anda biasanya mengetahui brand baru?

23 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

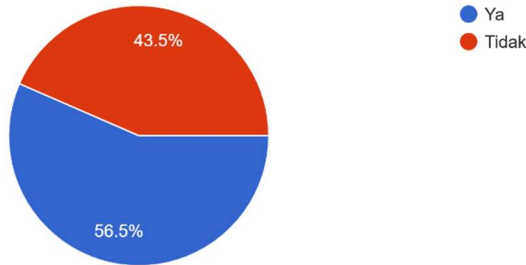
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Apakah Anda pernah mendengar tentang Angfau Craft?

23 responses



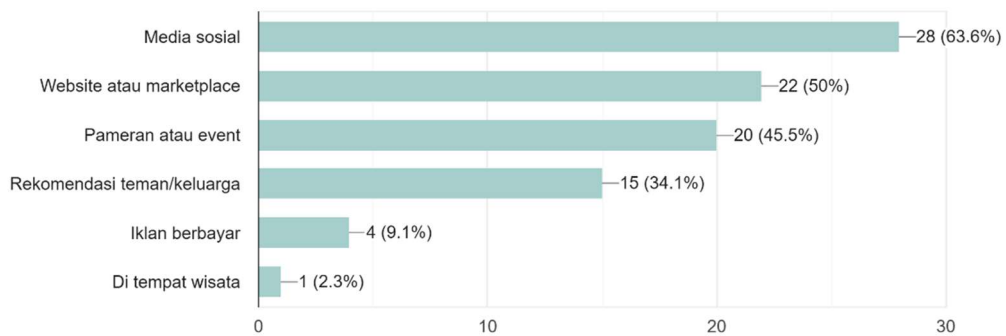
Jika belum pernah membeli produk handmade, apa alasannya?

31 responses



Dari mana Anda biasanya mengetahui brand baru?

44 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

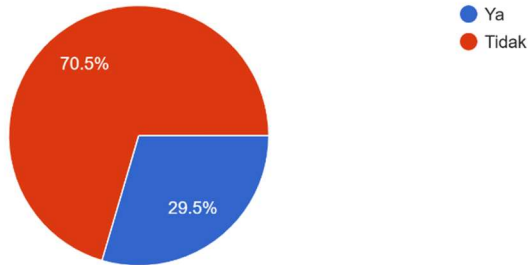
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

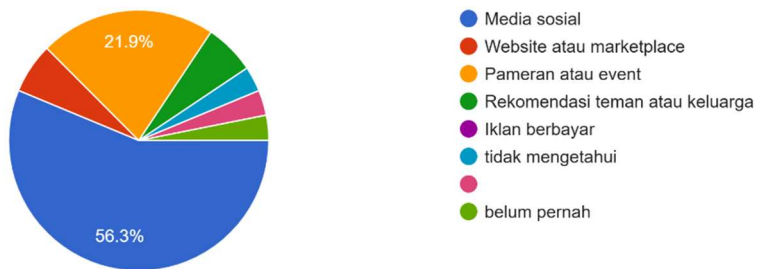
Apakah Anda pernah mendengar tentang Angfau Craft?

44 responses



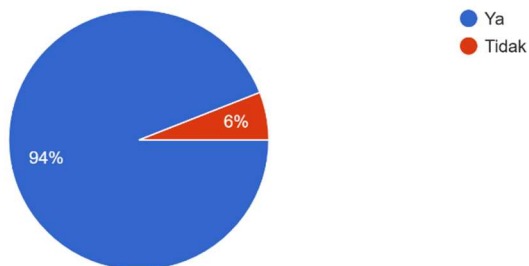
Jika ya, dari mana Anda mengetahui Angfau Craft?

32 responses



Apakah Anda pernah mengunjungi pameran yang menampilkan produk handmade atau UMKM?

67 responses





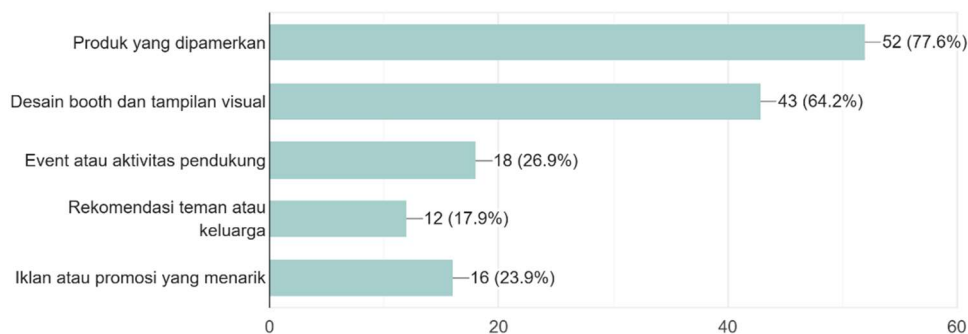
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

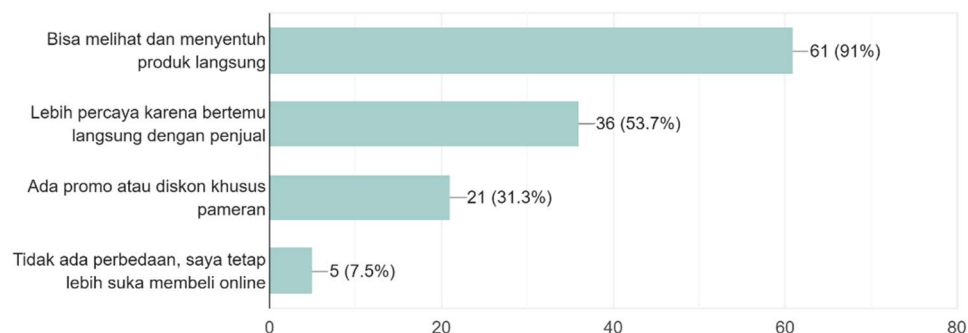
Jika pernah, faktor apa yang membuat Anda tertarik mengunjungi pameran tersebut? (Pilih lebih dari satu jika perlu)

67 responses



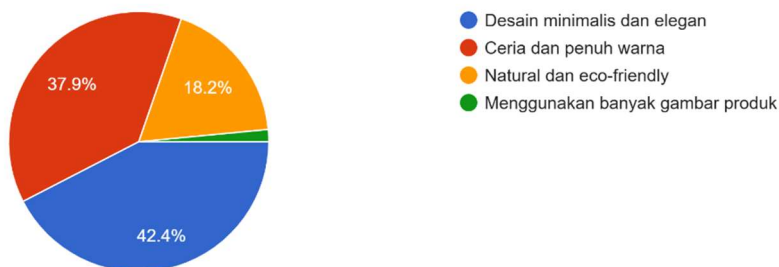
Apa yang membuat Anda ingin membeli produk di pameran dibandingkan membeli online? (Pilih lebih dari satu jika perlu)

67 responses



Desain media promosi seperti apa yang paling menarik perhatian Anda saat melihat produk handmade?

66 responses





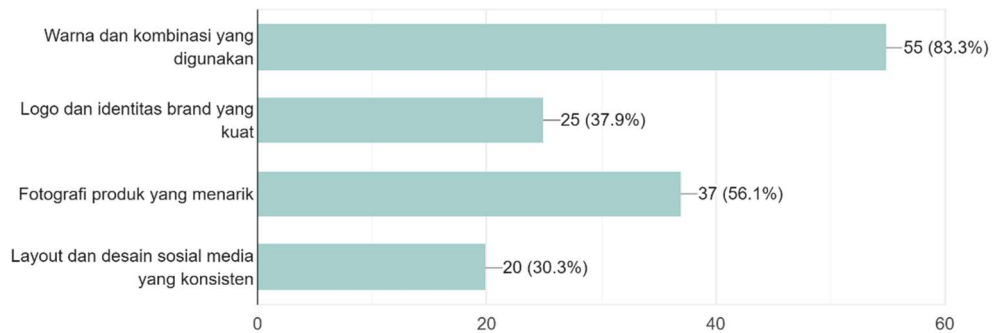
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

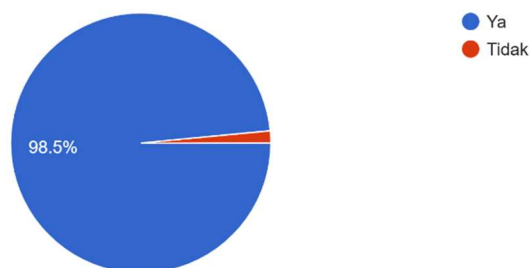
Elemen visual apa yang menurut Anda paling berpengaruh dalam menarik perhatian terhadap suatu brand? (Pilih lebih dari satu jika perlu)

66 responses



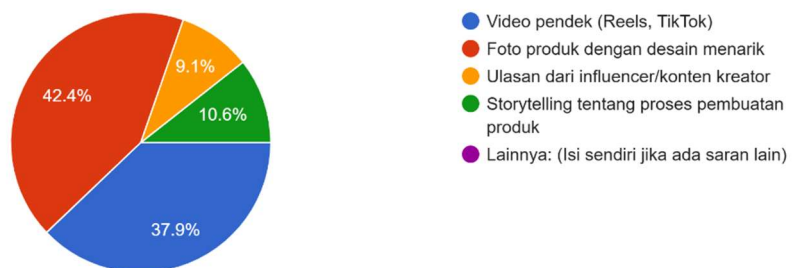
Apakah Anda pernah melihat promosi dari brand lokal atau UMKM yang menarik perhatian Anda?

66 responses



Jika ya, media promosi apa yang paling menarik bagi Anda?

66 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

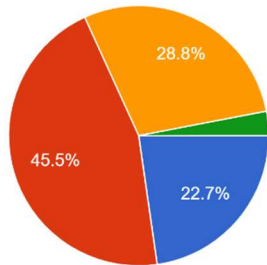
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

Bagaimana menurut Anda tampilan feed Instagram Angfau Craft?

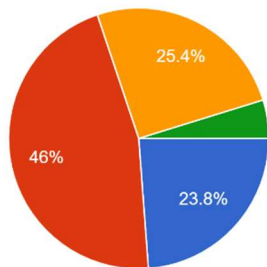
66 responses



- Konsisten dan mencerminkan identitas brand
- Cukup menarik, tapi perlu lebih konsisten
- Kurang menarik dan kurang mencerminkan brand
- Tidak menarik sama sekali

Seberapa mudah katalog produk Angfau Craft memberikan informasi yang Anda butuhkan?

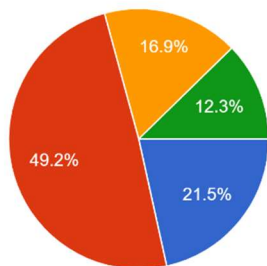
63 responses



- Sangat jelas – Tersaji dengan baik deskripsi, harga, dan detail produk
- Cukup jelas – Informasi sudah ada, tetapi masih bisa ditingkatkan
- Kurang jelas – Informasi penting sulit ditemukan seperti harga dan detail produk
- Tidak jelas – Tidak ditemukan deskripsi, harga, dan detail produk

Apakah media promosi di pameran (X-banner, display, dan kartu nama) cukup menarik perhatian Anda?

65 responses



- Sangat menarik – Desain bagus, jelas, dan mudah dilihat
- Cukup menarik – Lumayan, tapi bisa lebih ditingkatkan
- Kurang menarik – Kurang mencolok dan informatif
- Tidak menarik – Tidak efektif dalam menarik perhatian



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

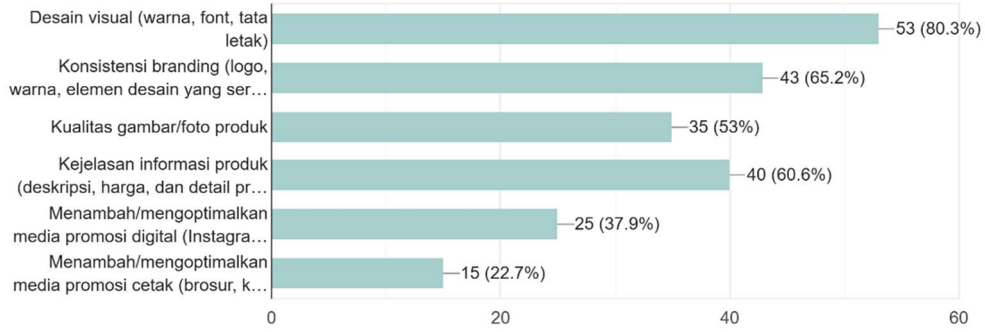
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

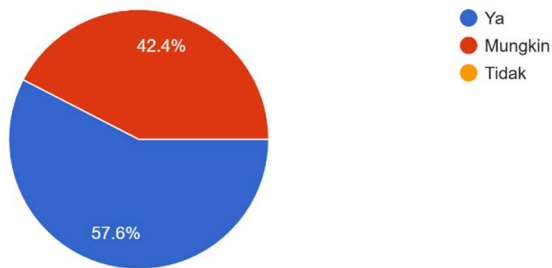
Menurut Anda, aspek apa saja yang perlu ditingkatkan dari media promosi Angfau Craft? (Pilih lebih dari satu jika perlu)

66 responses



Jika Angfau Craft meningkatkan branding dan media promosi, apakah Anda akan lebih tertarik membeli produknya?

66 responses



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

Referensi Foto Katalog



© 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



Referensi Foto
Topi & Peci



Referensi
Foto All vibes





Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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: old3618:10300555

6% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

6% Internet database

Crossref database

0% Submitted Works database

2% Publications database

Crossref Posted Content 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

Internet

2%

2

journal.isl.ac.id

Internet

<1%

3

jurusan.tik.pnj.ac.id

Internet

<1%

4

kc.umn.ac.id

Internet

<1%

5

docplayer.info

Internet

<1%

6

coursehero.com

Internet

<1%

7

repository.dinamika.ac.id

Internet

<1%

8

123dok.com

Internet

<1%

iThenticate [®]		Similarity Report ID: old3618:103005555
21	000-uang500-forexmart.blogspot.com Internet	<1%
22	bebasbikin.com Internet	<1%
23	eprints.ums.ac.id Internet	<1%
24	jurnal.politeknik-kebumen.ac.id Internet	<1%
25	simplestudioonline.com Internet	<1%
26	sonora.id Internet	<1%
27	Ellis Nurjuliasti Ningsih, Heron Surbakti, Dwi Puspa Indriani, Andi Agus... Crossref	<1%
28	dhipaadista.com Internet	<1%
29	docobook.com Internet	<1%
30	download.garuda.ristekdikti.go.id Internet	<1%
31	glints.com Internet	<1%
32	journal.ubm.ac.id Internet	<1%

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

iThenticate®

Similarity Report ID: old:3618:103005555

33	journal.univpancasila.ac.id	<1%
34	jurnalku.org	<1%
35	look-better.id	<1%
36	ml.scribd.com	<1%
37	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id	<1%
38	repositori.kemdikbud.go.id	<1%
39	repository.its.ac.id	<1%
40	repository.uksw.edu	<1%
41	repository.undha.ac.id	<1%
42	repository.wicida.ac.id	<1%
43	slideshare.net	<1%
44	Ragil Tegar Imanda, Anna Mukhayaroh. "Metode Design Thinking Pera..."	<1%

Sources overview

iThenticate®

Similarity Report ID: old:3618:103005555

45	repository.stsrdvisi.ac.id	<1%
46	Nadila Nur'Aeni, Pocut Nazla Arina, Nada Farhanah, Farida Ratna Dewi...	<1%
47	printing.jak.co.id	<1%
48	ejournal.unesa.ac.id	<1%

Sources overview

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

Curriculum Vitae



MUTIARA AGUSTIN

089506249588 | nitsuaraitu@gmail.com | www.linkedin.com/in/mutiaraa21 | www.behance.net/mutiaraa1

Jl. H Saleh, Pangkalan Jati, Cinere, Depok, Jawa Barat

My name is Mutiara Agustin. I am a graphic design student and during my study journey, I have been actively involved in a number of design projects, including packaging product development, promotional media, as well as designing brand identities. I also enjoy sharing creative ideas and collaborative opportunities to continue developing my skills in creative design. I would like to continue expanding my knowledge and skills in this industry, as well as contribute to projects that have a positive impact on audiences and society.

Work Experiences

Wayda By Ida - Depok, West Java

Sep 2023 - Oct 2023

Photographer/Freelance/Product Photographer

Wayda By Ida is a fashion product brand that focuses on batik cloth as its main material and some of the products are mukenas.

- Working independently as a photographer, taking pictures of fashion items as well as a photo model to perfect promotional materials

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, West Java

Aug 2023 - Feb 2024

Product Assistant/Eclora Branding Project

Project-based learning is a curriculum that prioritizes student creativity in forming teams, for completing and delivering high-quality project work.

- Designing reusable packaging, in the form of primary, secondary and tertiary packaging from research resultsConduct product and packaging testing and evaluationCalculate the Target and Draft Budget (RAB) for 6 months of the Eclora brand

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, West Java

Mar 2023 - Jul 2023

Mockup Designer/Company Profile Unit Bisnis PNJ

The campus project collaborates with the Business Unit, namely the new BLU (Public Service Agency) PNJ which was established as a source of campus income.

- Collaborate to design a compact company profile with paper engineering for PNJ Business UnitCalculate the total cost of offset printing production (Assumption 1000 books) and design costs

Politeknik Negeri Jakarta - Depok, West Java

Mar 2022 - Jul 2022

Graphic Designer/Packaging De'es Art Jewellery

Campus projects in collaboration with Small and Medium Enterprise (UMKM).

- Designing logos and branding in accordance with the concept and research results of the handmade jewelry brand
- Designing labels and packaging

Aidy Makeup - Depok, West Java

Jan 2021 - Dec 2021

Photographer/Freelance/MUA Photografer

Make-up artists (MUA) who carry out the work of applying make-up, styling hair for parties, graduations, weddings, or photo shoots.

- Photographing the activities of a Make-up Artist (MUA), from applying makeup on faces, capturing the results of the makeup, to capturing moments during weddings.
- Edit photos and upload as needed their promotional content

Freakeinstein Creative House - South Tangerang

Feb 2020 - Apr 2020

Junior Graphic Designer/Internship/Social Media Design

A production house that focuses on creative industries, such as graphic design, creative marketing, and content production.

- Design for banners promoting products, events, and special offers on social media



© 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

- Design content in the form of feeds, Instagram stories and short animations (bumpers) for youtube channels

Education Level

Politeknik Negeri Jakarta - Universitas Indonesia, Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy,
Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16425

Aug 2021 -

Undergraduate in Graphic Design Study Program, Department of Graphic and Publishing Engineering

- Chosen as the client's choice when working on a company profile design project and promotional media for the Jakarta State Polytechnic Business Unit
- Successfully created a brand to empower housewives as product makers for the Eclora accessories brand and obtain results through direct/on-site sales or online platforms

Organisational Experience

UKM Anjangsana Sosial (ANSOS) PNJ

Mar 2022 - Jul 2022

Staff of Creative Division

Anjangsana Sosial (ANSOS) PNJ is a forum for student activities at Politeknik Negeri Jakarta which is engaged in social activities, especially education.

- Collaborated with the teaching team to create a one-semester creative syllabus and educational tools for levels from kindergarten to high school.

UKM Anjangsana Sosial (ANSOS) PNJ/Semarak Ramadhan - Yayasan Permata, Kebagusan, Ps. Minggu, Kota
Jakarta Selatan

Mar 2022 - Apr
2022

K3M TRANSLOG Coordinator

Semarak Ramadhan which is a work program of the PNJ Social Anjangsana Student Activity Unit for the 2021/2022 period with the theme "Gemilang Penuh Aksi Ramadhan (GEMPAR)".

- Successfully fulfill the availability of equipment and supplies such as event venues, event chairs, and sound systems.Coordinated the team for safety, cleanliness, and health during the event

ROHIS SMKN 41 JAKARTA - Jakarta Selatan

Jul 2019 - May 2020

Head of Design and Publications Division

Rohani Islam (Rohis) is an organization that gathers Muslim teenagers who are active in religious activities for the same purpose, namely to advance Islam.

- Coordinate and manage the organization's social media content design in organizational events or activities.

Skills & Other Experience

- **Software Skills:** Adobe Illustration, Adobe Photoshop, Adobe Lighroom, Figma, Capcut.
- **Certificate** (2021): KKNI Level II toward the Competency in the ability of Multimedia