



© 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 DESAIN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KAMPUNG MAIN CIPULIR SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

MUHAMMAD ZIDAN

2016421049

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Kolateral Untuk Kampung
Main Cipulir Sebagai Media Promosi
Penulis : Muhammad Zidan
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

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

NIP. 199509212022032014

Dosen Pembimbing II

Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom

NIP. 199407302022032008



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KAMPUNG MAIN CIPULIR SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

MUHAMMAD ZIDAN
2106421049

Disahkan:
Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Iqbal Yamin, M.T.
NIP. 198909292022031005

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK KAMPUNG MAIN CIPULIR 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.

Depok, 1 Juli 2025

Yang menyatakan,



Muhammad Zidan

2106421049



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Industri pariwisata Indonesia menunjukkan pemulihan signifikan pasca pandemi Covid-19, dengan meningkatnya jumlah kunjungan ke berbagai objek wisata. Namun, masyarakat DKI Jakarta lebih banyak melakukan perjalanan ke luar kota dibandingkan memanfaatkan taman rekreasi dalam kota, meskipun tersedia lebih dari 130 taman wisata. Salah satu penyebab utamanya adalah lemahnya strategi pemasaran taman wisata lokal. Kampung Main Cipulir (KMC) merupakan salah satu taman rekreasi di Jakarta yang menghadapi tantangan serupa. Sejak dibuka pada 2011, KMC menghadapi tantangan dalam promosi karena masih mengandalkan metode *word of mouth* yang kurang efektif. Maka penelitian ini bertujuan untuk merancang *marketing collateral* sebagai media promosi KMC untuk meningkatkan daya tarik masyarakat untuk berkunjung. Metode penelitian ini menggunakan *design thinking*. Tahap *emphasize* merupakan langkah pertama mengumpulkan data campuran melalui wawancara, survei, observasi dan studi literatur. Kemudian hasilnya diidentifikasi pada tahap *define* untuk mengetahui permasalahan KMC yang dikembangkan menjadi ide melalui proses *ideate* serta diimplementasikan melalui desain dan hasil cetak berupa *prototype*. Pada tahap akhir, maka dikembangkan kembali setelah melakukan hasil *testing* untuk menguji keberhasilan dan efektivitas dari desain yang telah dibuat untuk mendapatkan *insight* agar hasilnya sempurna. Hasil perancangan yang dibuat berupa brosur, poster, spanduk, sosial media dan media pendukung lainnya dengan kesan visual yang *playful*, *cheerful*, dan imajinatif dengan menampilkan suasana dari kegiatan dan aktivitas dari KMC sebagai tempat destinasi untuk keluarga dan kelompok. Perancangan ini diharapkan mampu memperbaiki komunikasi antara KMC dan masyarakat sebagai alternatif destinasi yang menyenangkan di tengah kota Jakarta.

Kata Kunci : *Design Thinking*, Kampung Main Cipulir, *Marketing Collateral*, Media Promosi, Taman Wisata



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Indonesia's tourism industry has shown significant recovery after the Covid-19 pandemic, marked by an increase in visits to various tourist destinations. However, residents of DKI Jakarta tend to travel outside the city rather than utilizing local recreational parks, despite the availability of more than 130 urban parks. One of the main reasons is the weak marketing strategy of local tourist attractions. Kampung Main Cipulir (KMC) is one such recreational park in Jakarta facing similar promotional challenges. Since its opening in 2011, KMC has relied heavily on word-of-mouth promotion, which has proven to be less effective. Therefore, this study aims to design marketing collateral as a promotional medium for KMC to enhance its appeal and attract more visitors. This research adopts the design thinking methodology. The first stage, empathize, involves collecting mixed data through interviews, surveys, observations, and literature studies. The findings are then analyzed in the define stage to identify KMC's core problems, which are further developed into ideas during the ideate stage and implemented through designs and printed prototypes. In the final stage, the designs are refined after conducting user testing to evaluate their success and effectiveness, gaining insights to perfect the outcome. The final deliverables include brochures, posters, banners, social media content, and other supporting media featuring a playful, cheerful, and imaginative visual impression, highlighting the atmosphere and activities at KMC as a family- and group-friendly destination. This design aims to improve communication between KMC and the public, promoting it as an enjoyable alternative destination in the heart of Jakarta.

Keywords : *Design Thinking, Kampung Main Cipulir, Marketing Collateral, Promotional Media, Recreational Parks*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul *"Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk Kampung Main Cipulir Sebagai Media Promosi "*.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, saya telah menerima banyak dukungan, bimbingan, serta bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat dan terima kasih, saya ingin menyampaikan apresiasi 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, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Nabila Fajrina, M.Si., selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan arahan dan masukan berharga dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
5. Amalia Rizky Fatonah, M.I.Kom, selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta dukungan akademik dalam proses penelitian ini.
6. Heny, selaku marketing dari Kampung Main Cipulir, yang telah bersedia bekerja sama menjadi klien dalam menyelesaikan proyek *Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk Kampung Main Cipulir Sebagai Media Promosi*.
7. Seluruh teman-teman Lecturless, yang telah memberikan dukungan, semangat, serta bantuan dalam penyusunan laporan ini.
8. Keluarga tercinta, terutama orang tua saya, yang selalu memberikan doa, motivasi, dan dukungan tanpa henti.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

9. Teman-teman divisi humas Lembaga Penjamin Simpanan yang memberikan dukungan, saran, dan kritik dalam proses penelitian ini.
10. Argy, Tesalonika, Fajar, Raiqa, Chandra, dan Khaliza yang memberikan bantuan, semangat dan do'a dalam setiap proses penyusunan laporan dan penelitian.

Saya menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan, baik dari segi isi maupun sistematika penulisan. Oleh karena itu, saya dengan senang hati menerima kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.

Semoga karya ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak serta menjadi pengalaman berharga dalam pengembangan keilmuan dan keterampilan saya di bidang desain grafis.

Jakarta, 15 Maret 2025

Muhammad Zidan

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II	
LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Promosi.....	6
2.2 Media Promosi.....	7
2.3 Marketing Colateral.....	9
2.4 Teori Desain Grafis.....	10
2.4.1 Metode Perancangan.....	24
BAB III	
METODE PERANCANGAN.....	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Data dan Analisis.....	29
3.2.1 Profil Klien.....	29
3.2.2 Product Knowledge.....	29
3.2.3 Kompetitor.....	30
3.2.4 Consumer Insight.....	32
3.2.5 Positioning.....	34
3.2.6 Analisis SWOT.....	35
3.3 Arahkan Kreatif.....	37
3.3.1 Creative Brief.....	37
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Konsep Visual.....	39
4.1.1 Mindmapping.....	39
4.1.2 Moodboard.....	41
4.1.3 Sketsa.....	43
4.2 Proses Desain.....	46
4.2.1 Digitalisasi.....	46
4.2.2 Testing.....	50

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.3	Evaluasi.....	52
4.4	FAW	53
4.5	Media Pendukung	59
4.6	Pertimbangan Produksi	64

BAB V

PENUTUP	67
5.1. Kesimpulan	67
5.2. Saran	68

DAFTAR PUSTAKA





DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Testimoni Pengunjung	2
Gambar 2. 1 Contoh media promosi yang menerapkan garis, SAKA MUSEUM	11
Gambar 2. 2 Contoh media promosi yang menerapkan bentuk, Whoosh	12
Gambar 2. 3 Contoh media kolateral yang menerapkan ruang, ADGI	12
Gambar 2. 4 Contoh media kolateral yang menerapkan tekstur, Balloon & Whisk	12
Gambar 2. 5 Contoh logo yang menerapkan ukuran, Jia.....	13
Gambar 2. 6 Contoh media kolateral yang menerapkan value, Soneta Vol.9.....	13
Gambar 2. 7 Contoh media kolateral yang menerapkan keseimbangan simetris, Burgreens	14
Gambar 2. 8 Contoh media promosi yang menerapkan keseimbangan asimetris, OVO ..	14
Gambar 2. 9 Contoh media kolateral yang menerapkan penekanan, Hi!	15
Gambar 2. 10 Contoh media kolateral yang menerapkan ritme, District 8	15
Gambar 2. 11 Contoh media kolateral yang menerapkan kesatuan, Seakar.id.....	16
Gambar 2. 12 Contoh media kolateral yang menerapkan kontras, SEC BOWL.....	16
Gambar 2. 13 Contoh logo yang menerapkan teori warna, evermos.....	17
Gambar 2. 14 Contoh media kolateral yang menerapkan teori tipografi serif, Le Cadeau	18
Gambar 2. 15 Contoh media kolateral yang menerapkan teori tipografi sans serif, FFG .	19
Gambar 2. 16 Contoh media kolateral yang menerapkan teori tipografi slab serif, Sculpting The Giant.....	19
Gambar 2. 17 Contoh media collateral yang menerapkan teori tipografi script, Pierre	20
Gambar 2. 18 Contoh media collateral yang menerapkan layout simetris, NONA BONA	21
Gambar 2. 19 Contoh media collateral yang menerapkan layout asimetris, District 8	21
Gambar 2. 20 Contoh media collateral yang menerapkan layout grid, Museum Saka	22
Gambar 2. 21 Contoh media collateral yang menerapkan layout hierarki, Front Room.....	22
Gambar 2. 22 Contoh media collateral yang menerapkan layout Z, Evermos	23
Gambar 2. 23 Contoh media collateral yang menerapkan layout F, ADGI	23
Gambar 3. 1 Logo Kampung Main Cipulir	29
Gambar 3. 2 Foto aktivitas kegiatan Kampung Main Cipulir	29
Gambar 3. 3 Website Citra Alam Lakeside	31
Gambar 3. 4 Website dan media sosial Scientia Square Park	31
Gambar 3. 5 Website dan sosial media Pelita Desa.....	32
Gambar 4. 1 Gambar Mindmapping.....	40
Gambar 4. 2 Moodboard.....	42
Gambar 4. 3 Sketsa brosur alternatif 1	44
Gambar 4. 4 Gambar Sketsa Brosur Alternatif 4.....	44
Gambar 4. 5 Gambar Sketsa Alternatif 5.....	45
Gambar 4. 6 Gambar Sketsa Ilustrasi Pendukung	46
Gambar 4. 7 Gambar Desain Komprehensif 1.....	47
Gambar 4. 8 Gambar Desain Komprehensif 4.....	47
Gambar 4. 9 Gambar Desain Komprehensif 5.....	48

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 10 Gambar Desain Brosur Terpilih.....	48
Gambar 4. 11 Gambar Desain Alternatif Terpilih	52
Gambar 4. 12 Gambar Penerapan Teori Desain Pada Brosur	53
Gambar 4. 13 Gambar Penerapan Prinsip Keseimbangan Pada Brosur	54
Gambar 4. 14 Gambar Penerapan Penekanan Pada Brosur	55
Gambar 4. 15 Gambar Penerapan Ritme Pada Brosur	55
Gambar 4. 16 Gambar Penerapan Kesatuan Pada Brosur	56
Gambar 4. 17 Gambar Penerapan Kontras Pada Brosur.....	56
Gambar 4. 18 Gambar Penerapan Warna Pada Desain	57
Gambar 4. 19 Gambar Penerapan Font Pada Desain.....	57
Gambar 4. 20 Gambar Penerapan Layout Alur Baca Visual Pada Brosur	58
Gambar 4. 21 Gambar Penerapan Grid Pada Brosur.....	58
Gambar 4. 22 Gambar Mockup Desain Brosur	59
Gambar 4. 23 Gambar Mockup Desain Poster	60
Gambar 4. 24 Gambar Mockup Desain Spanduk	61
Gambar 4. 25 Gambar Mockup Desain Business Card	62
Gambar 4. 26 Gambar Mockup Desain Id Card	62
Gambar 4. 27 Gambar Mockup Desain Totebag	63
Gambar 4. 28 Gambar Mockup Desain Totebag.....	64

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT.....	35
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	37
Tabel 4. 1 Turunan Key Visual.....	41
Tabel 4. 2 Harga Produksi Cetak Brosur.....	64
Tabel 4. 3 Harga Produksi Cetak Poster.....	65
Tabel 4. 4 Harga Cetak Produksi Spanduk.....	65
Tabel 4. 5 Harga Cetak Produksi Id Card.....	66

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lembar Bimbingan Tugas Akhir
Transkrip Wawancara
Kuesioner
Lampiran Plagiarisme
Lampiran Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata Indonesia telah mengalami pemulihan yang signifikan sejak pandemi Covid-19. Berdasarkan publikasi Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2023, sebanyak 92,46% tempat usaha wisata mengalami peningkatan pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa sektor pariwisata kembali berkembang dan menarik minat masyarakat untuk berwisata ke berbagai daerah. Salah satu kelompok masyarakat yang aktif melakukan perjalanan wisata adalah warga DKI Jakarta. Berdasarkan data yang dilansir oleh Badan Pusat Statistik, Jumlah Perjalanan Wisata Nasional menurut Provinsi Asal Tahun 2024, DKI Jakarta berada di urutan ke-4 sebagai provinsi dengan jumlah perjalanan wisata domestik terbanyak, dengan 90.447.104 perjalanan. Data ini menunjukkan bahwa masyarakat Jakarta cenderung lebih memilih berwisata ke luar kota dibandingkan tempat rekreasi yang tersedia di dalam kota. Padahal, Jakarta memiliki 131 taman rekreasi atau wisata buatan yang dikelola oleh berbagai pihak (BPS, 2023).

Meskipun jumlah taman rekreasi di Jakarta cukup banyak, pengelolaannya masih belum efektif dalam menarik minat masyarakat. Salah satu faktor utamanya adalah kurangnya strategi pemasaran yang kuat. Media promosi digunakan sebagai penguat pemasaran pada bisnis pariwisata, dengan menyalurkan setiap keistimewaan yang dimiliki kepada pengunjung yang sifatnya membujuk (Lamahaseng, 2020)

Salah satu taman rekreasi di Jakarta yang menghadapi tantangan serupa adalah Kampung Main Cipulir (KMC), yang berlokasi di Jakarta Selatan. Sejak dibuka untuk umum pada tahun 2011, KMC masih mengandalkan metode pemasaran *word of mouth*. Metode ini bergantung pada pengalaman pengunjung yang kemudian disampaikan kepada calon pengunjung lainnya (Gumelar dkk., 2022). Namun dengan pendekatan ini, informasi yang disampaikan sering kali tidak faktual, tidak akurat, atau bahkan tidak sampai ke target pasar. Hal ini dibuktikan dari variasi

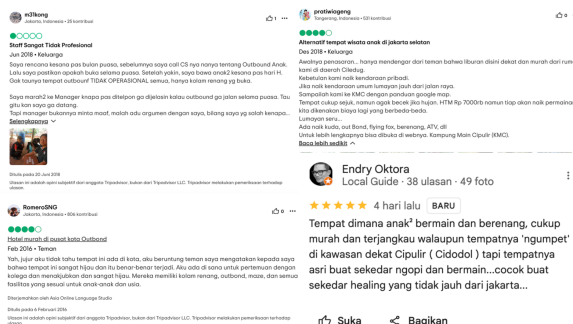


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

komentar di berbagai media yang menunjukkan kurangnya keseragaman informasi mengenai tempat wisata ini.



Gambar 1. 1 Testimoni Pengunjung
sumber: dokumentasi Google Maps dan Kumparan

Berdasarkan survei yang dilakukan sebelumnya, diketahui bahwa kesadaran masyarakat terhadap KMC, khususnya di kalangan anak muda dan pekerja kantoran di Jakarta, masih rendah. Sebagian besar responden mengaku mengenal KMC dari rekomendasi orang terdekat, bukan dari media promosi resmi. Sebagai solusi, banyak responden yang menyatakan harapan akan hadirnya media promosi yang lebih *fun*, *playful*, dan modern, yang mencerminkan suasana aktivitas *outdoor*. Kondisi tersebut dapat mempengaruhi persepsi masyarakat terhadap kualitas dan daya tarik KMC sebagai destinasi wisata. Pemasaran destinasi wisata perlu mampu menghadapi tantangan komunikasi yang dapat mempengaruhi minat pengunjung (Muluneh dkk., 2022). Penelitian oleh (Királ'ová & Pavlíčka, 2015) juga menyatakan bahwa perkembangan teknologi informasi dan komunikasi mengubah cara destinasi berinteraksi dengan pengunjungnya. Permasalahan ini mendesak KMC untuk melakukan strategi pemasaran yang efektif guna meningkatkan daya tarik dan mengurangi risiko terjadinya kehilangan target pasar.

Beberapa studi terdahulu juga mendukung pentingnya *marketing collateral* dalam media promosi visual seperti brosur, poster, dan media digital dalam sektor pariwisata. Studi sebelumnya oleh (Nurjanah & Waluya, 2016) bahwa hal yang mempengaruhi pengunjung paling besar berasal dari beberapa jenis media cetak dan digital yang dijadikan sebagai iklan destinasi. Promosi visual memiliki pengaruh yang positif dan penting dalam memberikan keputusan berkunjung (Dahmiri & Bhayangkari, 2022).



© 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

Berbeda dengan penelitian yang dibuat oleh (Kasim dkk, 2020) yang membahas media promosi destinasi wisata berbasis keindahan alam. Pada penelitian ini akan berfokus pada perancangan *marketing collateral* dengan visual yang sesuai dengan masyarakat urban, karena KMC tidak mengandalkan lanskap alam dan berada di tengah kota, melainkan aktivitas dan fasilitas yang relevan dengan lingkungan masyarakat perkotaan. Oleh karena itu, perancangan *marketing collateral* untuk media promosi KMC ini menjadi strategi untuk memperbaiki komunikasi pemasaran dalam meningkatkan kesadaran serta ketertarikan masyarakat terhadap KMC sebagai alternatif destinasi wisata yang edukatif, menyenangkan, dan mudah dijangkau.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah ditulis, adapun rumusan masalah yang menjadi bahan penelitian untuk tugas akhir ini adalah “Bagaimana merancang desain *marketing collateral* yang efektif sebagai media promosi Kampung Main Cipulir?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan difokuskan pada proses perancangan dalam desain *marketing collateral* Kampung Main Cipulir sebagai media promosi meliputi;

1. Perancangan desain *marketing collateral* untuk media promosi Kampung Main Cipulir
2. Penerapan teori desain grafis pada desain *marketing collateral* untuk media promosi Kampung Main Cipulir
3. Penerapan hasil desain perancangan pada media pendukung seperti brosur, spanduk, *merchandise*, dan media sosial.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1.4 Tujuan dan Manfaat

4.1 Tujuan

1. Merancang desain *marketing collateral* Kampung Main Cipulir (KMC) yang dapat memperkuat *positioning* dengan mencerminkan nilai, karakter, dan keunikannya sebagai taman rekreasi di Jakarta.
2. Menerapkan teori desain grafis pada proses perancangan agar lebih efektif dan menarik bagi target pasar.
3. Mengimplementasikan hasil perancangan di berbagai media promosi seperti brosur, spanduk, *merchandise*, dan media sosial.

4.2 Manfaat

A. Manfaat Teoritis

1. Menambah pengetahuan perancangan *marketing collateral* dalam desain grafis khusus di bidang pariwisata, edukasi, dan rekreasi
2. Menjadi referensi untuk peneliti selanjutnya untuk mengembangkan destinasi wisata dengan media promosi secara visual.
3. Memperdalam pemahaman mengenai media promosi dalam meningkatkan dan keberhasilan bisnis KMC.
4. Mengembangkan identitas visual dalam media promosi yang strategis, bukan hanya estetis dan efektif.

B. Manfaat Praktis

1. Memberikan solusi media promosi yang menarik dan efektif untuk meningkatkan kunjungan ke Kampung Main Cipulir.
2. Meningkatkan *brand awareness* dan mempertahankan target lokal.
3. Menjadi pembeda dari kompetitor serupa sehingga memiliki karakter unik dan lebih menonjol dari tempat wisata serupa.
4. Memberikan kemudahan dalam menyampaikan informasi pemasaran yang lebih luas, cepat dan efektif dengan visual yang menarik dan mudah dipahami.



Hak Cipta :

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

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan sistematis pada laporan tugas akhir disusun untuk menyajikan informasi yang teratur, konsisten dan mudah dipahami bagi pembaca. Penyajian laporan tugas akhir ini menggunakan sistematika penyusunan sebagai berikut;

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang dari klien sebagai pokok pembahasan dalam laporan tugas akhir yang dilengkapi dengan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan serta manfaat dan sistematika penulisan dari laporan tugas akhir.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas berbagai teori dasar yang selaras dengan studi desain grafis dan berperan sebagai landasan konseptual dalam penyusunan tugas akhir. Teori-teori ini digunakan untuk mendukung analisis serta perancangan yang berkaitan dengan judul penelitian.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode perancangan yang digunakan pada tugas akhir *Perancangan Desain Marketing Collateral Untuk Media Promosi Kampung Main Cipulir*. Metode penelitian disusun secara sistematis untuk memastikan setiap proses berjalan sesuai dengan tujuan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan proses perancangan dengan metode *design thinking*, mulai dari *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Hasil dari setiap tahapan metode perancangan dijelaskan secara rinci untuk menunjukkan relevansi antara permasalahan, strategi, dan solusi desain yang dihasilkan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyampaikan kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan serta jawaban terhadap rumusan masalah yang menjawab sesuai dengan tujuan. Selain itu, terdapat saran yang dapat menjadi acuan untuk pengembangan desain dan bagi penelitian selanjutnya.

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi Kampung Main Cipulir (KMC), disimpulkan bahwa

1. Perancangan desain *marketing collateral* Kampung Main Cipulir (KMC) diawali dari permasalahan kurangnya efektivitas pada media promosi yang digunakan dengan metode penyampaian informasi dari mulut ke mulut. Penyelesaian permasalahan ini dilakukan dengan pendekatan metode *design thinking* melalui *emphatize* untuk memperoleh data berdasarkan observasi, wawancara dan survei kepada 60 responden yang kemudian dianalisis dan dirangkum menjadi SWOT pada tahap *define*. Proses ini menjadi langkah awal dalam menuju langkah *ideate* melalui *brainstorming*, *moodboard*, dan pembuatan sketsa, setelah sketsa terpilih akan dilakukan digitalisasi pada tahap *prototype*, sebelum memasuki tahap akhir *testing*. Hasil *testing* memberikan evaluasi terkait warna, *layout*, struktur informasi, gaya bahasa dan inovasi sebagai penyempurnaan agar lebih komunikatif, menarik, dan mudah dipahami. Dengan demikian, perancangan desain *marketing collateral* ini telah mampu menjawab permasalahan promosi KMC sebagai taman rekreasi di tengah kota secara visualisasi serta diharapkan mampu mempertahankan dan meningkatkan pengunjung lokal.
2. Hasil evaluasi desain kemudian diterapkan pada beberapa desain media turunan, untuk menjaga konsistensi *key visual* yang sesuai dengan teori dan prinsip desain grafis. Beberapa media turunan seperti poster, spanduk, *id card*, *business card*, *totebag* dan media sosial dibuat berdasarkan *key visual* utama untuk menjaga konsistensi desain yang diterapkan pada setiap media turunan.
3. Media turunan digunakan sebagai penyampaian promosi secara langsung seperti brosur, spanduk, dan poster namun terdapat pula media promosi yang



© 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

menyampaikan pesan secara tidak langsung seperti *id card*, *business card* dan *totebag* untuk sampai ke *target audiens* selanjutnya. Hal ini memiliki penyampaian pesan yang lebih baik untuk memberikan promosi terhadap KMC dibandingkan dengan sebelumnya yang hanya menyampaikan informasi secara verbal.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dalam proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi kampung main cipulir terdapat beberapa temuan yang dapat disarankan dalam mempertimbangkan hasil desain kepada pihak terkait agar dapat dikembangkan secara berkelanjutan.

1. Desain *marketing collateral* sebagai media promosi disarankan untuk dapat di implementasikan dengan konsisten dalam bentuk media cetak ataupun digital, hal ini perlu dilakukan agar menjaga identitas visual dari Kampung Main Cipulir yang telah dikembangkan menjadi lebih efektif dan profesional. Media promosi yang telah dibuat ataupun dicetak nantinya dapat disebarakan secara umum dan lebih luas, sehingga tidak hanya ke target *audiens* utama, namun juga dapat tersebar kepada target audiens sekunder seperti sekolah, organisasi, ataupun perkantoran. Selain itu juga perlu dilakukan evaluasi berkala untuk mengetahui respon dari pengunjung mengenai media promosi yang diterima dan dapat terus dikembangkan menjadi lebih baik.
2. Dalam penelitian ini hanya berfokus pada pengembangan desain visual dan media cetak sebagai bentuk media promosi secara langsung. Diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan bentuk media promosi berupa bentuk format lain baik cetak ataupun digital lainnya yang mampu meningkatkan perluasan dan jangkauan promosi yang lebih modern dan mengikuti perubahan serta perkembangan zaman.
3. Memperluas cakupan media promosi dengan mengikuti tren terkini untuk memperluas jangkauan informasi terhadap masyarakat melalui Instagram,

Tiktok dan media sosial lainnya, sehingga memberikan dampak signifikan pada kunjungan KMC.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Alexandrescu, M.-B., & Milandru, M. (2018). *Promotion as a form of Communication of the Marketing Strategy. Land Forces Academy Review*, 23(4), 268–274. <https://doi.org/10.2478/raft-2018-0033>
- Amanah, S. (2015). *PERANAN STRATEGI PROMOSI PEMASARAN TERHADAP PENINGKATAN VOLUME PENJUALAN*.
- Bobeico, A. (2024). *TYPOGRAPHY IN DESIGN*.
- Copley, P. (2014). *MARKETING COMMUNICATIONS MANAGEMENT*.
- Dahmiri, D., & Bhayangkari, S. K. W. (2022). PENGARUH PROMOSI VISUAL, FASILITAS DAN DAYA TARIK WISATA TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI CANDI MUARO JAMBI. *Jurnal Manajemen Terapan dan Keuangan*, 11(04), 1069–1079. <https://doi.org/10.22437/jmk.v11i04.21858>
- Dam, R. F., & Siang, T. Y. (2021). *What is Design Thinking and Why Is It So Popular?*
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). *PENERAPAN DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL UNTUK RISTANT CATERING*. 02(01).
- Gumelar, A. F., Komariah, N., & Kurniasih, N. (2022). *ANALISIS PENGARUH PEMASARAN DARI MULUT KE MULUT SEBAGAI MEDIA PROMOSI PERPUSTAKAAN UMUM KABUPATEN BEKASI*.
- Harsari, Rr. N., Wahidayat, M. P., & Sutarwijayasa, I. K. (2024). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Teori dan Panduan Dasar bagi Pemula*.
- Ibrahim, M., Nur Eli. (2021). *PRODUK KREATIF DAN KEWIRAUSAHAAN AKUNTAN*.
- Kasim, S., Murianto, M., & Satria, C. (2020). PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DESA SINTUNG SEBAGAI DESA WISATA. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(1), 31–40. <https://doi.org/10.47492/jip.v1i1.45>



Hak Cipta :

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

Kiráľová, A., & Pavlíčka, A. (2015). *Development of Social Media Strategies in Tourism Destination. Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 358–366.

<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1211>

Lamachuseng, I. R. (2020). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI PARIWISATA PROVINSI GORONTALO*.

Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). *The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272.

<https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>

Marco, P. D. (2025). *MARKETING MAVERICKS*.

Milewska, E. (2017). *SYSTEMY WSPOMAGANIA W INŻYNIERII PRODUKCJI Inżynieria Systemów Technicznych*. 6(6).

Muluneh, D. W., Chiriko, A. Y., & Taye, T. T. (2022). *Tourism Destination Marketing Challenges and Prospects: The Case of the Southern Route of Ethiopia. African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(1)2022, 294–309.

<https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.226>

Mulyanta, E. S. (2005). *MENJADI DESAINER LAYOUT ANDAL DENGAN ADOBE INDESIGN CS*.

Nurdiansyah, D. (2024). *DESAIN GRAFIS GEN Z*.

Nurjanah, N., & Waluya, B. (2016). *PENGARUH PROGRAM MARKETING COMMUNICATION TERHADAP KEPUTUSAN BERKUNJUNG DI TAMAN NASIONAL UJUNG KULON (Survei pada Wisatawan yang Berkunjung ke Taman Nasional Ujung Kulon). THE Journal : Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 2(2), 407. <https://doi.org/10.17509/thej.v2i2.1947>

Peterson, N. (2011). *NAVIGATION DIGITAL MARKETING*.

Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). *MEDIA PROMOSI PADA DINAS PARIWISATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN. Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20993>



© 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

Purbohastuti, A. W. (2017). EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212.

<https://doi.org/10.35448/jte.v12i2.4456>

Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., & Komariah, K. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*.

Resnick, E. (2003). *Design for Communication: Conceptual Graphic Design Basics*.

Sihombing, D. (2014). *Tipografi dalam Desain Grafis*.

Sitepu, V. (2004). *PANDUAN MENGENAL DESAIN GRAFIS*.

Triyono, T., Salahuddin, K., & Setiawan, H. (2017). DESAIN MEDIA KOMUNIKASI VISUAL PENUNJANG EVENT WISUDA. *CCIT Journal*, 10(1), 98–113. <https://doi.org/10.33050/ccit.v10i1.524>

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity*.

Wilkey, D. (2010). *FORMULA MARKETING: SUCCESS MADE SIMPLE*.

Wiryawan, M. R., Ma'soem, S. A., & Cipacingv, J. R. (2018). *Perancangan Desain Grafis Ruang Pamer Museum Kota Bandung*. 15.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA

Muhammad Zidan

NAMA PEMBIMBING

Nabila Fajrina, M.I.Kom

JUDUL TUGAS AKHIR

Perancangan Identitas Visual Kampung Main Cipulir

KETERANGAN:

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

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	24/02/2025	Outline di lanjutkan untuk penulisan laporan tugas akhir, dimulai dari bab I	Memulai menulis laporan tugas akhir dari bab I sampai bab III yang akan di review bertahap

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2	05/03/2025	Memberikan arahan secara terstruktur untuk penulisan latar belakang permasalahan, dengan melampirkan data dan menggunakan jurnal/buku sebagai pendukung opini untuk menulis	Melakukan revisi yang sesuai dengan komentar yang diberikan pembimbing dengan mencari data dan publikasi
3	14/03/2025	Memberikan arahan untuk memperbaiki latar belakang dan melengkapi bagian <i>research gap</i>	Memperbaiki dan meneliti penelitian sebelumnya untuk mendapatkan pada laporan penelitian serta menyelesaikan penulisan di Bab I
4	18/03/2025	Perbaikan pada <i>research gap</i> yang menjadi pembeda dari penelitian sebelumnya, memperbaiki rumusan masalah dan membuat kerangka Teori	Memperbaiki <i>research gap</i> dan rumusan masalah dalam penulisan serta membuat kerangka teori
5	25/03/2025	Perbaiki <i>research gap</i> kembali yang lebih mudah untuk dipahami, untuk Bab II sudah oke	Memperbaiki kembali <i>research gap</i> kembali yang sesuai dengan kebutuhan penulisan
6	28/03/2025	Revisi pada pertanyaan pada kuesioner dan perbaikan penulisan pada bagian tujuan dan manfaat penelitian	Memperbaiki pertanyaan Kuesioner dan memperbaiki penulisan tujuan dan manfaat penelitian
7	31/03/2025	Acc pertanyaan kuesioner dan segera disebarkan kepada responden	Menyebarkan kuesioner yang telah disetujui
8	10/03/2025	Perbaikan pada metode penelitian yang lebih sederhana dan mudah dimengerti yang berfokus pada penelitian visual dan memperbaiki analisis SWOT	Mengganti metode penelitian Alina Wheeler menjadi Metode penelitian design thinking dari universitas stanford serta memperbaiki matriks SWOT yang berfokus pada <i>output</i> visual
9	14/03/2025	Perbaikan penulisan bab 1 bagian urgensi, tujuan, masalah dan state of the art yang masih belum ada	Membuat state of the art dari keterbaharuan penulisan dalam laporan penelitian



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

10	18/03/2025	Penulisan untuk latar belakang sudah benar dan bisa ditekankan lagi pada state of the art yang kuat, dilanjutkan ke tahap penyusunan kerangka teori	Perbaiki kembali pada penulisan state of the art dan melanjutkan pada proses pembuatan kerangka teori
11	25/03/2025	Perbaiki pada penulisan rumusan masalah dan tujuan penelitian, untuk latar belakang sudah disetujui beserta dengan kerangka teori. Kemudian untuk beberapa pertanyaan kuisiонер bisa diperbaiki lagi untuk menggali consumer insight dari responden	Perbaiki pada penulisan rumusan masalah dan tujuan penelitian yang sudah diberikan catatan beserta dengan kuisiонер
12	10/04/2025	Perbaiki pada metode penelitian yang digunakan dari metode Alina Wheeler menjadi metode desain thinking, karena metode sebelumnya terlalu luas untuk hanya mencakup metode dalam proses desain	Perbaiki pada penulisan metode penelitian yang digunakan untuk proses desain grafis menjadi metode desain thinking yang umum digunakan pada proses perancangan
13	15/04/2025	Melakukan revisi mayor pada perubahan judul dan media yang lebih tepat pada penelitian terhadap kampung main cipulir, perubahan pada bab1, bab2 serta melakukan penyebaran kuisiонер ulang kepada responden	Memperbaiki penulisan latar belakang bab 1, bab 2 dan kuisiонер yang berkaitan dengan penulisan laporan penelitian dengan perancangan desain marketing collateral sebagai media promosi
14	28/04/2025	Revisi pada pertanyaan kuisiонер yang akan disebarkan kepada responden agar tidak terjadi ambigu dalam pemilihan jawaban	Perbaiki pada penulisan pertanyaan untuk memperbaiki dan memperjelas jawaban yang diterima dari responden untuk proses perancangan.
15	19/05/2025	Melakukan perbaikan pada sketsa brosur yang lebih jelas dalam gambaran visual yang menjadi nyata untuk digitalisasi	Melakukan perbaikan melalui sketsa manual yang dibuat dikertas.



Hak Cipta :

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

16	10/06/2025	Memilih desain alternatif 1 yang digunakan sebagai desain akhir yang digunakan dalam penelitian, disarankan untuk membuat desain yang lebih interaktif dan memiliki bentuk yang tidak biasa	Melakukan proses cetak untuk melakukan testing terhadap target audiens dari desain yang terpilih
----	------------	---	--

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA	Muhammad Zidan
NAMA PEMBIMBING	Amalia Rizky Fatonah, M.I.Kom.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Identitas Visual Kampung Main Cipulir

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	26/02/2025	Bimbingan selanjutnya akan dilakukan secara individu jika laporan sebelumnya sudah di review pembimbing pertama	Memulai menulis laporan tugas akhir dari bab I sampai bab III yang akan di review bertahap



© 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

2	19/03/2025	Bimbingan teknis penulisan bab 1 perbaikan pada kesalahan penulisan per kata dan keterangan gambar	Memperbaiki kesalahan penulisan dan perbaikan format penulisan keterangan gambar
3	11/04/2025	Konsistensi pada penulisan kata bahasa asing dan penulisan pada daftar isi	Memperbaiki kesalahan penulisan pada penggunaan kata asing dan memperbaiki penulisan daftar isi
4	08/05/2025	Bimbingan evaluasi hasil seminar proposal mengenai teknis penulisan, menurut pembimbing teknis penulisan sudah bagus untuk dilanjutkan ke tahap penulisan selanjutnya, tidak ada yang perlu dikhawatirkan.	Sesuaikan teknis penulisan dengan materi laporan yang dituangkan di laporan penelitian.
5	29/05/2025	Perbaikan pada penulisan abstrak lebih pada penulisan, konsistensi penyebutan jenis taman wisata, persingkat penulisan dan perbaikan pada struktur kalimat.	Memperbaiki penulisan yang telah diberikan masukan oleh pembimbing sebelum mengunggah abstrak untuk jurnal artikel
6	23/06/2025	Perbaikan penulisan penggunaan kata dalam bahasa inggris menjadi huruf miring dan konsistensi pada penggunaan kata yang sama	Perbaikan pada penulisan bahasa inggris dan konsistensi terhadap kalimat yang similiar dan disamakan
7	24/06/2025	Perbaikan pada penulisan dan spasi yang digunakan dalam setiap paragraf.	Perbaikan pada penulisan judul atau penomoran yang tidak sesuai dengan lembar halaman.
8	1/07/2025	Perbaikan pada spasi antar jarak berupa daftar isi, daftar tabel dan lainnya serta penulisan perbaikan pada penulisan keterangan tabel yang seharusnya di atas	Melakukan perbaikan pada penulisan jarak spasi daftar isi dan perbaikan penempatan penulisan tabel



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Transkrip Wawancara

Narasumber : Heny

Jabatan : Marketing

Hari/Tanggal : Sabtu, 1 Februari 2025

Z: Bisa Ibu ceritakan tentang sejarah terbentuknya Kampung Main Cipulir (KMC)?

H: Pemilik Kampung Main Cipulir adalah Ibu Safitri Siswono, yang juga merupakan dosen di Universitas Pancasila, Depok. Sebenarnya, pemilik asli dari lahan ini adalah Pak Siswono, seorang mantan Menteri Perumahan Rakyat di era Presiden Soeharto. Beliau juga pernah mencalonkan diri sebagai Wakil Presiden bersama Bapak Amien Rais melalui Partai PAN, meskipun tidak lolos. Saat ini, beliau masih aktif sebagai penasihat di beberapa Lembaga Swadaya Masyarakat (LSDM). Sekarang, pengelolaan tempat ini dilanjutkan oleh anaknya. KMC juga dikelola oleh seorang manajer bernama Ibu Norma. Saya sendiri bertugas sebagai bagian pemasaran di KMC. Saya senang mengetahui bahwa ada ketertarikan untuk mengangkat branding KMC sebagai taman rekreasi di Jakarta.

Z: Kalau boleh tahu, KMC berdiri sejak tahun berapa, Bu?

H: KMC mulai dibangun pada tahun 2009, namun baru diresmikan langsung oleh Pak Siswono pada tahun 2011.

Z: Apakah semua fasilitas bermain sudah tersedia pada saat peresmian di tahun



© 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

2011?

H: Iya, saat itu fasilitas seperti kolam renang dan outbound sudah tersedia.

Z: Jadi, KMC mulai dibuka untuk umum sejak tahun 2011, ya Bu?

H: Sebenarnya, KMC sudah dibuka untuk umum sejak tahun 2009, hanya saja fasilitasnya masih belum lengkap. Misalnya, kolam renang belum ada, hanya ada outbound dan flying fox. Saung dan aula juga belum sebanyak dan selengkap sekarang. Jadi, tahun 2009 itu adalah masa pembangunan awal sekaligus mulai dibuka secara terbatas untuk umum.

Z: Saya lihat KMC menggunakan warna biru, kuning, dan pink. Apakah itu warna identitas KMC?

H: Iya, betul. Biru, kuning, dan pink adalah warna khas KMC.

Z: Jujur Bu, saya mengetahui KMC ini dari teman saya, bukan dari media promosi atau iklan. Apakah selama ini kebanyakan pengunjung datang karena rekomendasi dari orang terdekat?

H: Memangnya sekarang tinggal di mana?

Z: Saya tinggal di Petukangan, Bu.

H: Ooh, banyak juga loh warga Petukangan yang datang ke KMC. Biasanya memang dari rekomendasi orang terdekat atau karena ada acara dari RT/RW setempat yang diadakan di sini.

Z: Jadi, selama ini promosi KMC lebih banyak melalui dari mulut ke mulut, ya Bu?

H: Betul. Bisa dibilang begitu. Tapi sebenarnya kami juga ingin mulai



© 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

menyebarkan informasi KMC melalui media promosi.

Z: Wah, kebetulan sekali, Bu. Proyek saya ini memang ingin mengangkat identitas visual KMC, termasuk branding dan media promosinya.

H: Wah, bagus sekali. Jadi bisa juga sekalian dibuatkan media promosi, ya?

Z: Iya, Bu. Bisa banget. Kalau boleh tahu, siapa target audiens utama dari KMC?*

H: Mayoritas pengunjung adalah keluarga yang memiliki anak. Namun, pada musim-musim tertentu seperti liburan sekolah atau perpisahan kelas, pengunjung juga datang dari tingkat TK, SD, SMP, hingga SMA. Mereka kadang mengadakan pentas seni juga. Untuk akhir pekan, banyak keluarga besar yang mengadakan arisan atau acara komunitas. Sementara di hari biasa, KMC biasa dikunjungi oleh sekolah-sekolah yang mengadakan kegiatan outbound atau berenang. Tapi memang, pengunjung umum di hari biasa tidak terlalu ramai. Paling ramai di hari Sabtu dan Minggu.

Z: Kalau dari sudut pandang masyarakat sendiri, KMC ini ingin dikenal sebagai apa, Bu?

H: Kami ingin KMC dikenal masyarakat sebagai taman wisata satu-satunya yang ada di Jakarta Selatan. Tempat ini murah meriah, nyaman, asri, banyak pohon, serta memiliki banyak permainan dan fasilitas. Intinya, kami ingin masyarakat tahu bahwa ada tempat seperti ini di Jakarta.

Z: Berarti memang ingin dikenal sebagai taman wisata di tengah kota Jakarta, ya Bu?



© 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

H: Betul sekali. Itu juga termasuk dalam visi kami, yaitu menjadi taman wisata di Jakarta. Bahkan, tagline kami adalah "Outbound di Tengah Kota".

Sayangnya, promosi di media sosial masih kurang karena kami belum aktif membuat konten, dan juga karena keterbatasan alat dan perangkat.

Z: Sayang sekali ya Bu, padahal potensinya sangat besar untuk menjadi viral. Oh iya, logo KMC itu sendiri bagaimana ya Bu, apakah sudah ada atau belum?

H: Logonya ada, biasanya ada di brosur dan juga di media sosial kami. Tapi menurut Mas sendiri, perlu diubah atau disesuaikan tidak?

Z: Menurut saya, akan lebih baik jika logonya disesuaikan agar lebih merepresentasikan KMC. Saya akan coba buat yang lebih sederhana dan menarik.

H: Silakan, Mas. Tapi nanti penggunaannya mungkin perlu persetujuan dari owner juga, ya.

Z: Siap, Bu. Nanti saya buat opsinya dulu. Kalau boleh tahu, harapan Ibu untuk bentuk logonya seperti apa?

H: Saya ingin logonya ada tulisan yang menarik dan bisa mencerminkan karakter KMC.

Z: Baik, Bu. Nanti saya usahakan dalam pembuatannya. Untuk sementara, cukup dulu pertanyaan dari saya. KMC sendiri itu buka dari jam berapa dan tutup jam berapa ya bu?

H: Kita buka dari jam 8 pagi untuk tutup sampai jam 4 sore, nah karena loket tutup jam 4 dan untuk kolam renang kita tutup sampai jam setengah 5 atau jam 5



© 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

Z: oiya bu untuk kompetitor dari KMC itu sendiri itu siapa aja bu kalau boleh tau?

H: Kalau kompetitor kita itu yang paling dekat ada kolam renang Puri Beta kemudian di daerah Kembangan Jakarta Barat itu ada Saung yang berupa resto yang ada lahan bermain untuk anak. Tapi kalau untuk sekitar sini paling juga RPTRA yang dibuat pemerintah. dan kalau untuk wahana outbound cuma ada di KMC.

Z: oo begitu ya bu, Baik, Bu. Nanti saya usahakan dalam pembuatannya. Untuk sementara, cukup dulu pertanyaan dari saya. Nanti saya akan menghubungi Ibu kembali untuk pertanyaan lanjutan. Boleh kita foto bersama dulu, ya Bu?

Transcription

S: Menurut saya tulisannya sudah kelihatan dan terbaca. Ini menurut saya loh sebagai medsos. Terus saya gak ngerti tapi ini bagus. Tapi ini menurut saya kurang menarik.

Z: Jadi alamatnya ditaruh atau gak usah?

S: Alamat tetap ditaruh, harus. Tapi kalau ditaruhnya disini, musik boleh. Karena ketika melihat brosur tiba-tiba langsung ada alamatnya kayak mengganggu ya. Tapi ini gak boleh, gak ngerti bisa.

Z: Berarti udah mencolok duluan.

S: Menurut saya warnanya anak-anak tapi terlalu girly. Tapi belakangnya ada birunya sih bagus. Cuma disini terlalu banyak pink.

Z: Enak gak dilihat?

S: Warnanya saya suka.

Zidan: Masih mau nanya mas?

S: Tapi ini terlalu, menurut saya dudul-dudulnya. Ramai. Yang putih-putih.



© 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

Z: Cuma kan kayak imajinatif gitu loh. Kayak gini nih. Tapi paham.

S: Tapi ini bagus nih. Kalau ada tangan terus ada gini-gini bagus. Ini ada ini bagus. Tapi ini agak kelihatan.

Z: Eh of course.

S: Kalau menurut gue mendingan sih judul-judul ini jadi kayak grafik buat tangan orang. Misalnya kayak gini. Lekukan badan. Yang gue gak tau ya sebagai mata disini. Oke. Oke. Oke. Keren mas?

K: Bagus tapi kurang greget.

Z: Apa tuh greget?

K: Kurang berimpak.

Z: Harusnya yang berimpak gimana?

K: Harusnya ada sesuatu yang interaktif buat anak. Kalau gini lo pasti ngasih ke orang tua. Z: Emang ke orang tua, Tujuannya orang tua.

K: Orang tua pasti baca gak?

Z: Harusnya baca sih. Lo pasti ragu. Ikro. Harusnya masih ragu.

K: Nah ini judul-judul ini biar jelas. Misalnya ini outbound anak. Kolam renang. Lebih mencolok ya. Lebih terlihat judul. Foto-fotonya sesuai gak? Foto aslinya apa gak sih?

Z: Tapi beneran ada semuanya. Ada kolam renang, ada kidi ride. Ada.

S: Tapi ini gue suka. Bagus. Anak kecil. Bajunya warnanya bagus. Ini berapa? Slide 3 ya? Halaman 3?

K: Iya. Berarti bikin aktivitas. Ngambar atau mewarnai. Kalau gue tadi... Permainannya? Ular tangga. Si outbound ini. Kolam renang. Tapi menurut gue sih jangan di depan. Di belakang. Yang ada di belakang. Hidden information. Ini kalau buat orang tua udah pas ya. Orang tua baca terus anaknya. Ada ular tangga. Di kebun gitu. Enggak jadinya. Zaman sekarang masih main ular tangga?

Z: People don't know. Bisa jadi. Masa udah main di kebun mainnya mobile legend? Iya kan? Main ular tangga apa ya? Udah gak bawa nih. Ke brosur. Ada ular tangga. Menurut anda? Iya. Lucu juga ya. Terlanjur.

K: Biar gak kayak salon aja. Kalau brosur doang. Jadi ada reasonnya pas lu ngasih Kenapa brosur doang lipet tiga lagi? Harusnya lipet satu. Nah lipet banyak gitu. Nah kalau ada board game-nya. Walaupun target saya orang tua. Tapi ada isi interaktifnya buat anaknya. Gambarnya. TTS buat anaknya gambar.

S: Menurut lo ya yang paling menarik dari semua permainan anak-anak ini apa?

Z: Renang.



© 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

S: Nah itu penjelasannya. Di cover. Ini juga udah bagus sih. Tapi menurut gue yang ini ditonjolin. Eh ternyata ada kolam renang lo disini. Ayo kita renang disini.

Z: Oke. Nice info.

K: Buru-buru bikin board. Board game.

M: Ini menurut gue idenya bagus nih. Yang lipat kecil ini. Terus ada maknanya deh. Ini cuma lipat doang. Bagus nih. Bagus.

S: Lu bikinnya brosur kayak gini. Brosur gede-gede. Jadi kayak permainan gitu. Ini kan terlihat sangat untuk anak-anak ya. Jadi orang tua juga bisa baca. Ini menarik sih menurut gue. Nih liat di depannya. Gak ada alamat kan? Gak ada tulisan kecil-kecil kan? Cuma logo dan nama.

K: Logonya udah sampah masalahnya itu. Gak usah ganti logo ya. Semuanya ganti enak jadinya. Seragam. Gak boleh ganti logo. Gak boleh dialihkan.

S: Di display. Misalkan ada monopoli. Kayak dikasih judul gitu. Hai. Lucu-lucu. Apa sih nih? Buku gambarnya. Buku gambarnya brosur. Bersendiri dan doi. Gambar di brosur.

K: Sebagai pengamat desain lo harus paham. Gambar aja. Jadi di bukunya ada nilai informatiknya. Kayak promosinya. Berarti buku gambar dong produknya? Ya enggak. Itu part of aja.

Z: Ini selain brosur ada ini juga. Di dalam brosur ada kertas terpisah buat gambar gitu.

K: Itu boleh. Gambar di stick. Di booklet. Ini tuh masih warna hitsum ya? Isinya ya? Enggak itu.

S: Komentarnya. Komentar lo lebih pedas.

N: Jangan gitu. Kesenannya kakak-kakak Bepop. Kakak gue. Sebagai orang yang berkaca. Yes of course. Gue kan sebagai user experience.

N: Ini kayak gini kan. Kayak lo pengen banget tanggung nih misalnya ya. Udah 1, 2, 3. Terus lo harus ke belakang lagi. Maksudnya lo kasih penjelasan permainan dalam otak. Terus ke belakang harus buka lagi. Bawa ada bertiga. Kenapa gak lo gabungin disini aja? Terus pada saat dia liat disini. Ini adalah penjelasan lagi secara umum tentang si taman ya. Pada saat kutup ini adalah. RSVP. Pokoknya informasi-informasi penting. Kalau lo orang liat nih. Oh gue harus hubungin kesini gitu loh. Jadi dia gak perlu cari-cari deh kayak gini. Dia harus buka. Dia baru bisa liat yang ini kan. Sedangkan kalau lo pindahin ke sini. Ini cuma ini kan.

Z: Oke banyak nih.

Nah terus nih.

K: Board game. Enggak tadi gue kasih masukan board game. Selain ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

N: Buka aja. Mainin di dia dong. Main promosi dia. Main item. Ini contoh. Board game gimana maksudnya? Biar ada interaktif. Biar kayak soft selling gitu. Bisa juga. Kalau mau kayak. Ke sana. Kalau enggak lo kayak bikin ini tau gak sih lo? Jadi di covernya ini kan.

Biasa banget ya. Cuman gak tau tapi tergantung ini ya. Soalnya akan costly banget.

Ini belum aneh upload. Satu penempatan logo. Tuh kan. Ini itu. Lo tuh nabrak warnanya. Menurut gue. Karena kalau gue nih. Gak keliatan. Keliatan.

Z: Logo ini masih diganti lagi. Logo ini gak boleh diganti lagi.

N: Gak apa-apa jangan logonya. Kamu main di background colornya aja. Bukan masalah logo. Ini tuh karena lo biru. Terus ke tabrak sama biru lagi. Terus gak kebaca kan tulisannya. Terus kecil banget ya. Mohon maaf gakkebaca. Mending gede gaban aja. Menurut gue nih, misalnya gue nih, lo gak usah taruh alamat ini disini, pindahin ke belakang. Tapi gue bilang semua informasi penting di belakang. Jadi di depan itu kayak lo harus buat.

Ndoy: Ini gini, terus langsung kasih informasi ini. Tuh, ada simbol itu kalau bagian belakangnya.

N: Bahkan menurut gue, lo harusnya kalau misalnya lo ada informasi-informasi menurut lo yang cukup mubazir dan gak perlu, gak usah. Kan itu gunanya kamu mengini kan, meredesain itu kan, menjadi suatu informasi yang lebih ringkas kan. Tapi ini bagus tau. Tuh, ini liat nih, kamu perhatikan.

Brosur-brosur itu pasti di halaman akhir, cuma begini doang. So kan? Tapi ada gak? Jadi bagus tau.

K: Teori layouting brosur. Kayaknya ini lebih menarik Jid, bentuknya gini, daripada lurus gini. Kayak brosur.

N: Bagus nih si anak-anak ini. Ini Jid, kayak ini, ini apa aja mainannya, harganya, lokasinya. Jadi orang langsung kayak...

H: Ini menurut gue desainnya colorful. Menarik ini. Cuman ya emang lo harus punya uniqueness. Ini bukan ngomongin brosur ya. Ngomongin marketingnya secara keseluruhan yang harus ditaksirkan dalam bentuk ini. Apa bedanya? Outbound kayak gini mah ada ribuan Jakarta. Harusnya ada sesuatu yang berbeda. Ini bisa diambil nih. Terus alamat disini gak perlu bro. Disini tuh butuh tuh brick bed. Kalimat yang bisa mencolok. Yang... Yang upper cup gitu ya. Alamat ngapain disini? Gak perlu. Yang penting hook disini. Terus sama harga. Harga. Harga. Karena target marketnya siapa?

Z: Menengah ke atas .



© 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

H: Harus jelas dong. Harusnya kalau lulus komplainnya lulus A nilainya. Tapi dia nggak adil juga pertanyaannya. Karena dia bikin brosur. Harusnya yang ditanyakan adalah yang punya campaign-nya. Kalau kan cuma mentranslasi. Jadi keinginan si marketer dari sebuah produk ini. Tapi zaman sekarang kok bikin brosur sih? Ini lumayan goyang.

Z: Sebenarnya ini marketing collateral gitu. Jadi banyak konten-konten dari desainnya. Yang tersebar melaluimedia cetak.

H: Yaudah kan gue tanya nih. Dalam seminggu menerima brosur berapa kali? Ini kehidupan nyata lu nih. Ini dari hari... Ini hari apa nih? Rebo kemarin sampe rebo ini lu 15 broser berapa kali?

Z: Satu brosur motor.

Terus lu baca gak? Yang di pinggir jalan kan? Ini gue ambil. Gak habis. Kalau yang emang itu tugas kuliah ya udah. Tapi kalau yang emang itu pilihan itu bukan pilihan yang bijak. Udah gak ada yang baca broser.

Tau gak lu? Gue dulu pernah dapet tugas. Kayak gini juga namanya tugas. Desain apa gitu ya? Desain art publikasi apa gitu. Mungkin jaman gue kuliah. Tahun 2000. Lahir 2002 mas. Lahir 2004. Nah itu gue baru mulai semester berapa kuliah. Lu baru lahir? Ya wajar lah gue bikin broser. Ini lu udah tahun segini. Udah gak ini sih menurut gue.

Tapi kalau emang harus. Harusnya di dalam broser itu dikaitkan juga akun media sosialnya. Sehingga kalau mau lebih lock up. Orang bisa berkunjung lewat QR code di dalam sini. Karena ketika lu mau. Bayangin gue sebagai konsumen ya. Pengen menerima. Memilih tempat outbound buat anak. Gue akan melihat materi yang sifatnya audiovisual. Lebih menarik.

Kalau disini gak kelihatan. Ada fasilitas apa aja. Gak kelihatan. Tapi kalau di medsos kelihatan. Tambahin nih disini. Directing ke medsos. Kalau gak. Jadi kalau misalnya ada catatan-catatan itu. Dokumentasi yang. Yang promosi. Lu bikin Instagramnya pura-pura aja.

Lu bikin Instagramnya namanya apa? Kampung main gitu. Redirecting aja ke sana. Ya harusnya depannya di identitas perusahaannya lebih jelas. Oke. Ini perusahaan gue ya. Lu jangan tersinggung ya.

Z: Gak apa-apa. Silahkan mas. Ada fisik. Udah lu. Udah lu. Gak apa-apa. Gak apa-apa. Lu udah tau. Gimana? Bisa gak? Reflek aja. Masih ketumpuk gak? Kita interview user.

R: dari segi apanya visual gambar foto ilustrasi yang bener gimana menurut gue ini foto diambil dari kamp dari Sananya karena kan Akan mencerminkan Kegiatan



© 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

disana Ini kan outdoor kan gak kayak gini kan disana Lu mesti pake foto yang autentik menurut gue Karena biar 100% Menggambarkan

Apa yang terjadi disana Kuda emang disana ada? Ada Tapi bukan kuda ini kan Terus menurut gue Kasih informasi By QR langsung kasih link 3 di bawah karena zaman sekarang kan ya males gue ngapain gue ngetik nomor 021089 ya udah gue scan aja ya telat menurut gue digitalisasi tes terus terus kasih sih udah ada sih lo kasih sekalian tadi kayak di QR itu ada mapsnya kayak gitu-gitu harga lo belum masukin terus kalau dari design menurut gue sebelumnya

kayak gimana Dung sebelumnya Oh ya warna udah sama cuma cumi nih kalau misalnya outbound grafik lu dibikin yang ini Explorer Explorer gitu kayak tegas-tegas ini kan emasih apa namanya fun fun terlihat terlihat sesuai abal gitu bisa bikin beberapa versi kayaknya warna biru kuning sama ini bagus warna biru bisa bikin beberapa versi dari warna doang ini biru bikin lagiberpikir di catak lain yang di sini ada dua dan kuning yang biru yang bagus aja sih itu jenepan dah itu sekian dan terima kasih.

D: Karena merah bentuk dengan si biru. Biru sama kuning, ga boleh. Sebenarnya IG cuma apa, social media-nya. Logonya belum masuk. Lupa. Iya. Ini buat reservasi. Taruh di dalam. Sursi. Foto ininya, jadi ambil dari

Z: Freepick Asset.

D: Oh dia gapapa. Yang dijual kan foto. Pertama kali lihat dia foto. Pula tempat kayak gitu tuh yang dilihat fasilitasnya. Ada apa, ujian. Lagi, lagi. Terus apa lagi. ada camping ground gitu baru ke design

Z: maksudnya ini bisa buat family family-family

D: penempatan salah ya bisa sebagian bisa sih namanya warna makin banyak warna makin banyak beritahu makin mahal warna-warna fasilitasnya cuma tiga ini kalau fasilitas aktivitas ada ini sampai belakang tepat buat berkuda juga mau camping groundnya tanah kosong aja jadi buat camping ground ini 23 Hai berapa sisi-sisi disini di Bantai itu disidang ini ini jadi turunan dari iya

Desain gua aja kalah pro sama dia Enggak, ini berarti produk akhirnya Di proposal ini yang dibahas apa?



© 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

Z: Yang dibahas marketing media buat pemasarannya

S: Ini salah satunya Kempen, kempen Kok kempen? Kempen bukan Buankan mekalateral Objeknya wisatanya ini Cuman, kalo gua nggak Yang dibahas bukan kayak Bisa ya, kalo lu desain mungkin penempatan Warna-warnanya gitu ya Kalo gua lebih dibahas Ngapain pake ginian Nah itu juga jadi pertanyaan Itu paling dasar dulu, ngapain pake ginian Memang works gitu Gua jawab nggak? Harus ada ini, based on objektifnya. Oke, jadi gini. Kenapa masih pakai brosur di zaman ini?

S: Ada pertanyaan gitu. Oke, jadi. Ini gua belajar. Learning kita learning. Media marketing kolateral. Ini kolateral. Iya, salah satunya.

D: Kenapa harus pakai media yang kolateral? Kalau suatu company mau campaign, campaign apapun itu produk atau branding gitu ya? Komunikasinya banyak, banyak cara. Ada salah, ada... Siapa? komunikasi ada di kita sama jenian bukan suara situnya jadi ada cara kempen lewat TV radio media masa di bilbon Oke betanya tuh bilau beliau tuh kayak jalan-jalan bawahnya tuh ini oke poster aja blablabla itu ada baik cara Nah kalau disini ada beberapa item penampil zaman sekarang penambahannya kayak lewat jalur digital kalau dulu kan lewat ATL, media besarnya dulu TV dulu karena belum ada digital sekarang digital masuk ke, ada beberapa company digital masuk ke above the line jalur topnya ini pertanyaan kenapa ini nggak dihilangkan balik lagi ke konsepnya si perancang tersebut ini kenapa masih menggunakan ini kenapa tidak mungkin kalau

[13:39] jawabannya sih tidak gua udah ngamukin brosur karena medianya dilarein ke digital ah salah bisa mau itu dari target audiens kalau bisa di cover ya berarti ini beda lagi tujuannya ini kan kalau kadang-kadang kalau dulu ke parkir mall

[14:19] segak ada naruh-naruh di mobil oh iya sebab kondisinya itu atau kan bisa ditaruh di resepsi bisa ditaruh di SPG bagi bagian

[14:32] atau super call dari ada flyer cuman ini mas gua dulu pernah kayak gini juga cuman pertanyaan dosen gua ya kalau di industri ya itu apa alasannya kolateral itu?

[14:48] item ini, kolateral, kolateral itu yang tadi gue jelaskan salah satunya nggak bisa, ah gue nggak perlu alasannya apa? gue perlu itu, itu yang kayaknya itu yang jadi

[15:16] kebanyakan yang jadi dikasih masalah nggak sih di proposalnya? balik lagi ke konsepnya di proposalnya? balik lagi ke konsepnya si perencanaan, ketika perencanaan di awal sekarang gua tanya, prokop



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

[15:32] atau iklan mobil kenapa masih menggunakan media billboard buat jualan? kenapa masih menggunakan media billboard? buat jualan kalo sekarang di zamannya digital

[15:44] dia bisa placement di digital kan bisa meng cover sebanyak orang bisa melihat di sosial, tapi kenapa dia masih pakai digital? karena ada beberapa item konvensional yang tidak bisa dihilangkan untuk menggantikan

[15:57] item-item yang ada di jelas sekarang kalau misalnya kalau caranya ditaruh billboard, billboardnya dimana? billboardnya titiknya dimana? contoh titiknya di Semanggi

[16:10] di tol Semanggi mampang deh cara nge-reknya gimana Billboard disitu di Mampang siap berapa kendaraan yang melewati daerah Mampang di area di luar negeri membacanya gitu

[16:33] perhari kendaraan yang 1000 kendaraan lewati pengendian akan melihatnya di periode tertentu kan kosnya gede

[17:06] nanti ada convertnya kesini oh berapa ada targetnya dulu tuh buah kolam renang

[17:26] nah, ga kepikiran kita kelompok bikin persoalan gitu datanya mana apa, gitu lu ga bikin itu nah udah salah lu kalau ada masalahnya yang mungkin ditanyain

[18:09] dosen sebelum masuk kok pakai mulut ke mulut

[18:24] oke, gitu terus, nggak semua orang tahu informasi tentang tempat ini dari jam buka segala macem, kita nggak tahu makanya dibuat salah satunya ini terus ada lagi, marketing media turunannya

[18:39] buat penyebaran informasi mengenai tempat ini secara tersirat kayak dari tas, dari poster tapi ada data pendukungnya kan? ada tapi ada data pendukungnya kan? ada biasanya sih yang diulik yang dasar dulu ya

[18:52] terus sih lo mau jatuhin jidan? enggak nah ini gue back up jidan jidan yang sini lo gak perlu gini ya? gue karena dulu pernah gimian jadi gue jatuh makanya gue kasih saran

[19:06] jadi mungkin udah ada digital gak perlu beginian ya? enggak kalau fungsinya untuk undangan selain skripsi di kanan masih ada yang ini kertas ada memang harusnya ada yang keras iya, kalau undangan belikan kan masih ada yang ini kertas

[19:18] ada yang basic, ada yang buatan nah itu mah karena budget ekonomi aja jadi kalau misalnya nggak cetak berarti dia nggak tolong



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

[19:30] kalau misalnya lu belikan nggak cetak undangan berarti lu nggak punya duit nggak punya duit tapi lu tahu ini apa? Hai tempatnya perlu ada ikan udara kita mendingan enggak aku belum baca baca ininya

[19:43] harus harus tahu masalah kalau kartu nama perlu nama-nama lu dikasih orang alam Iya di cita tuh Buah ayam

[21:16] Tapi emang bagus tempat wisatanya Ya, dulu bagus Makanya gua pake fotonya Cikulir Cikulir, kampung main cikulir Ya lu cari aja di Sofi Ime mau beli ATV ATV Buat naik ke atas ke headphone Di Jakarta ada camping group Bisa buat rumputan gitu Bisa buat piknik Ya kalo malem bisa bikin camping ini ini

[24:18] Apa aja? Madu Dapet voucher Ke tempat ini gitu Jalan? Udah hidup lagi? Udah di Bangka Selatan

[24:44] Jadi baku Bangka Belitung Bangka Belitung Ini punya Mas Dhani ini bangkas pacar buat di Bangka Belitung Bangka Belitung? ini punya mas Dhani apa itu? itu tadi apa? gambar apa?

[25:03] sama kayak gini juga kolateral gitu marketing media program lu skripsinya? bukan skripsi namanya proyek perancangan, kalau kayak gini proyek perancangan

[25:20] terus ada skripsi lain skripsi berapa kali? satu ya? judisium ya? kalau ada buku-buku karyanya Oh karyanya dipercentasikan juga ke dosen kajar-kajar dua kali

[25:59] lagi ada deskripsi sedang-sedang tapi yang di karya gue ada tiga

[26:26] ini kayak gini bikin proyek perancangan kayak gini terus laporannya satu kalau udah dapet itu keluar baru ada sendiri

[26:41] maka ada sendiri terus proyek proyek ini kalau udah ini dapet keluar emang gajinya banyak ah iya emang gaih ini loh T'aih lagi

[26:54] Abis skripsi kelar, Yudisium itu udah gak bahas skripsi Dia bahas teknik industri secara keseluruhan Lo ngapain aja di TI? Anjing itu yang paling susah Karena kalo gak itu, gak bisa wisuda, anjing ya

[27:08] Skripsi itu nilainya apa? Skripsi itu apa? Nah, abis skripsi, itu yang sidang terakhir, yang namanya judisium ya. Judisium itu, kan kalau udah judisium baru bisa wisita.

[27:22] Jadi tempatku, walaupun udah selesai skripsi, kalau belum judisium yang teknik industri itu, nggak bisa wisita. Padahal nilai skripsi udah keluar. Sekarang gue tanya, nilai apa yang memang perlu dihijasakan?



© 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

[27:40] Kepakainya di nilai kerja? Nanya doang. Tidak! nanya doang tidak dia skripsi ku soalnya supplier, tentang supplier logistik

[27:53] ga pake cuman lembaran ijasa ga pake bukti lulus itu doang apa ga pake itu

[28:06] cuman itu doang sebenarnya yang menandakan kalo lu lulus S1 itu doang lu gak akan dinilai ini iya iya

[28:19] ini mainstream gak? mainstream beda-beda kalau di instruksi jadi portogolo ya? portogolo portogolo ini yang menjual dia

[29:10] bener sih perbesennya setahun karena ada yang memperjuangkan 6 bulan kontrak 6 bulan perbesar makanya





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

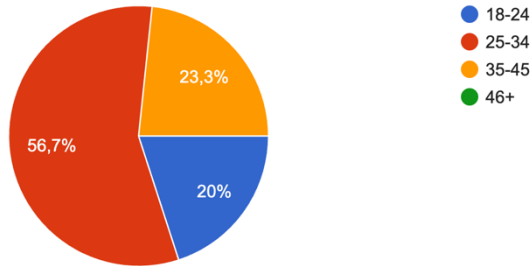
Hak Cipta :

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. Lampiran Kuisioner

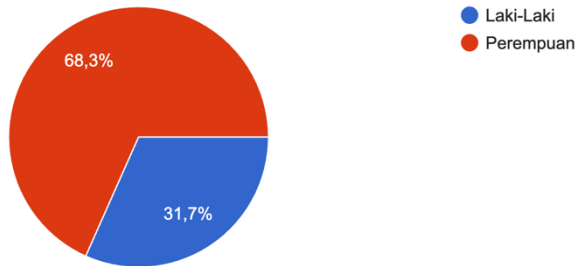
Berapa usia Anda saat ini?

60 jawaban



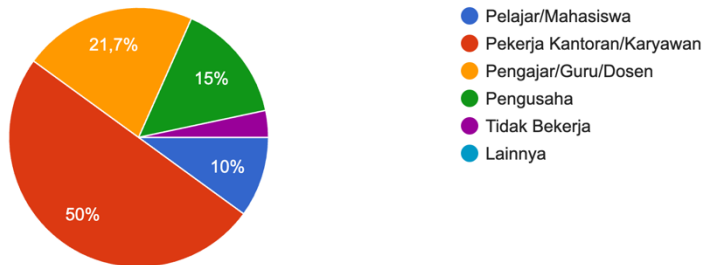
Jenis Kelamin

60 jawaban



Apa Pekerjaan Anda

60 jawaban





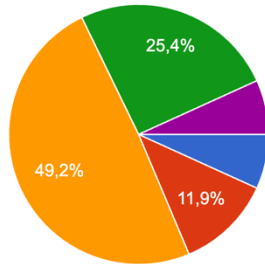
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Berapa pendapatan Anda dalam satu bulan?

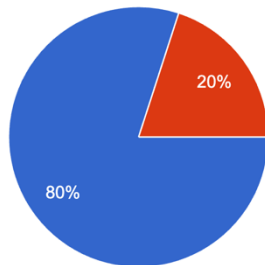
59 jawaban



● < Rp1 Juta
● Rp1 juta – Rp3 juta
● Rp3 juta – Rp5 juta
● Rp5 juta – Rp10 juta
● > Rp 10 Juta

Apakah Anda sudah memiliki anak?

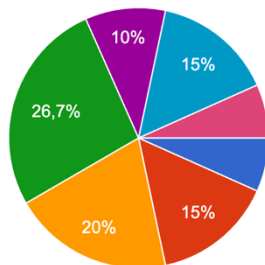
60 jawaban



● Ya
● Tidak

Domisili Tempat Tinggal

60 jawaban



● Jakarta Barat
● Jakarta Pusat
● Jakarta Selatan
● Jakarta Timur
● Jakarta Utara
● Tangerang
● Depok



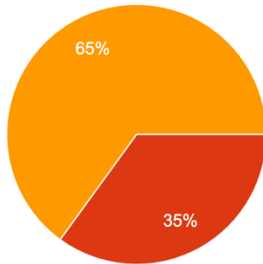
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Apakah Anda pernah pergi liburan ?

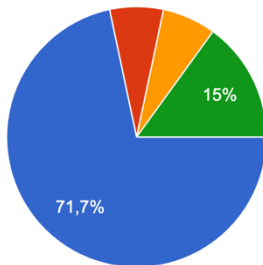
60 jawaban



● Tidak Pernah
● Pernah
● Sering

Apa tempat yang sering Anda kunjungi

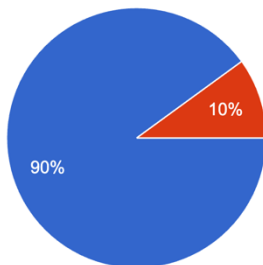
60 jawaban



● Wisata Alam/Taman Rekreasi/Tempat Berenang/Outbound
● Wisata budaya/Museum
● Mall/Hotel/Ressort/Villa
● Taman Hiburan/Wahanan Permainan/Sirkus dan Atraksi

Apakah Anda Mengetahui Kampung Main Cipulir

60 jawaban



● Ya
● Tidak



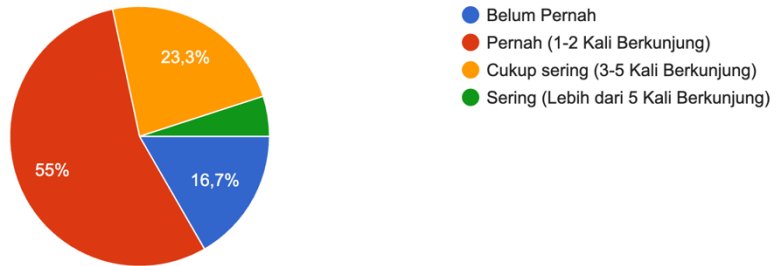
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

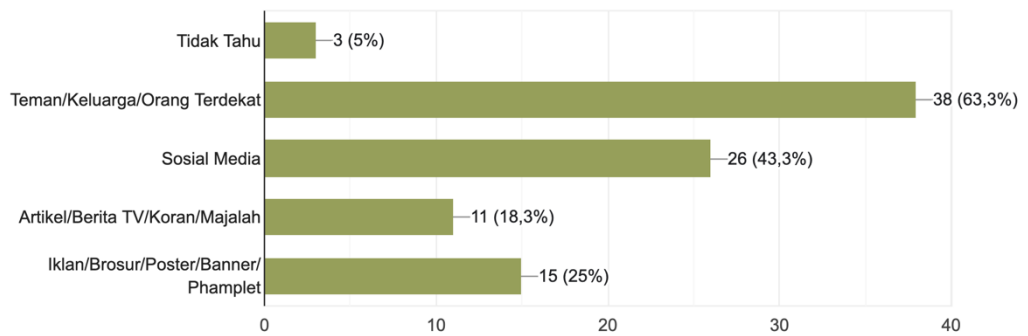
Seberapa sering Anda berkunjung ke Kampung Main Cipilir?

60 jawaban



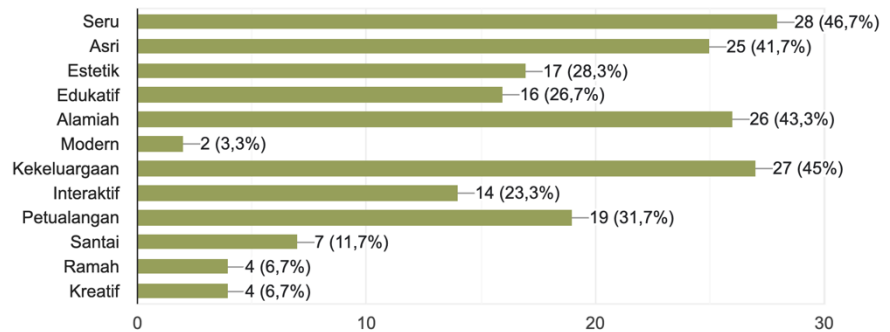
Bagaimana Anda pertama kali mengetahui tentang Kampung Main Cipilir?

60 jawaban



Jika harus mendeskripsikan Kampung Main Cipilir dalam 3 kata, apa yang terlintas di pikiran Anda? (pilih 3 kata)

60 jawaban





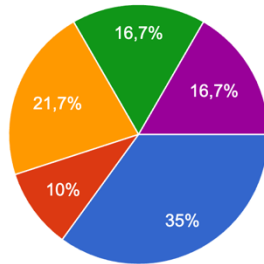
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa alasan utama Anda berkunjung ke Kampung Main Cipulir?

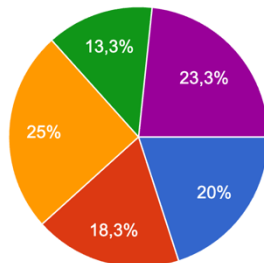
60 jawaban



- Lokasi & Jarak/Akses mudah
- Faktor Kenyamanan/Fasilitas
- Harga Tiket Masuk/Biaya Tambahan/ Promo atau Diskon
- Lingkungan/Suasana/Sejuk
- Tema Taman Rekreasi/Keunikan/Mudah Diingat

Apa yang membuat Anda ragu atau tidak tertarik untuk berkunjung ke Kampung Main Cipulir?

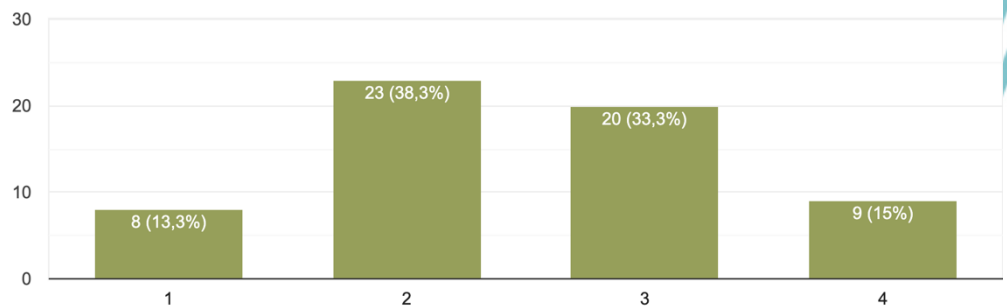
60 jawaban



- Tampilan tidak menarik perhatian
- Harga tiket terlalu mahal
- Kurangnya fasilitas
- Akses transportasi sulit
- Tidak ada promosi yang menarik

Saya pernah melihat media promosi milik Kampung Main Cipulir

60 jawaban





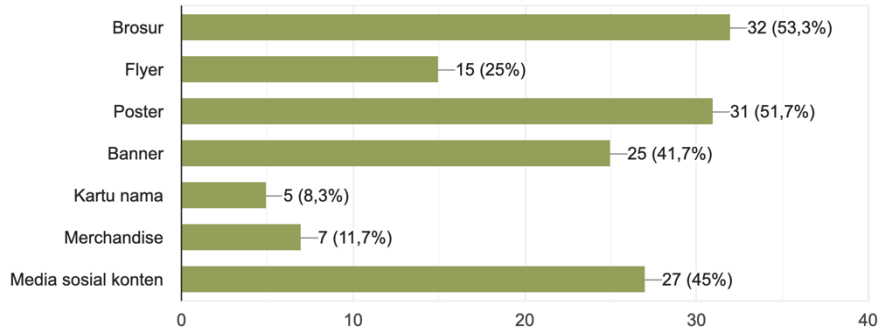
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

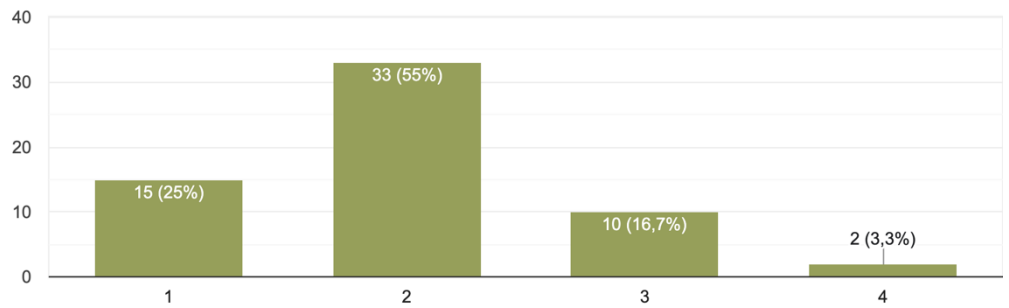
Jika Anda pernah melihat media promosi Kampung Main Cipulir, di mana Anda menemukannya?
(pilih maksimal 3)

60 jawaban



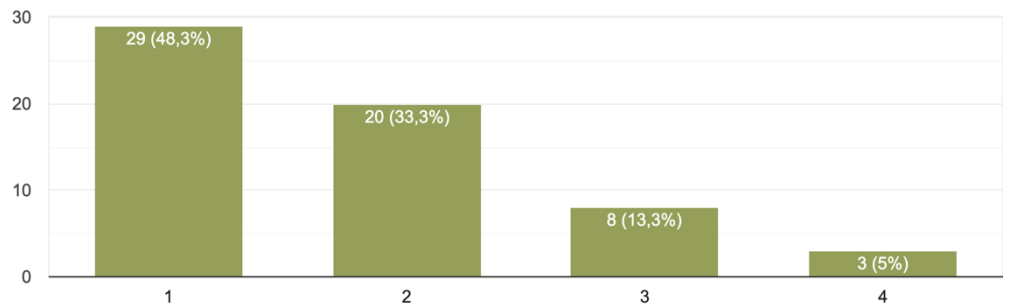
Tampilan media promosi Kampung Main Cipulir di atas, membuat saya tertarik berkunjung

60 jawaban



Saya merasa media promosi Kampung Main Cipulir memiliki tampilan menarik

60 jawaban





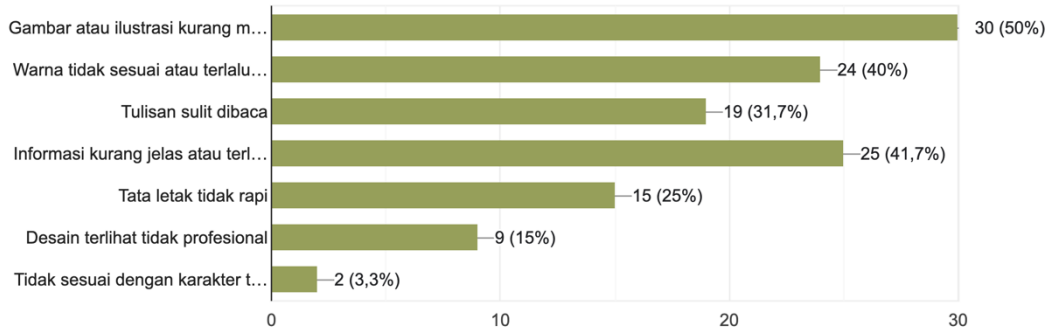
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

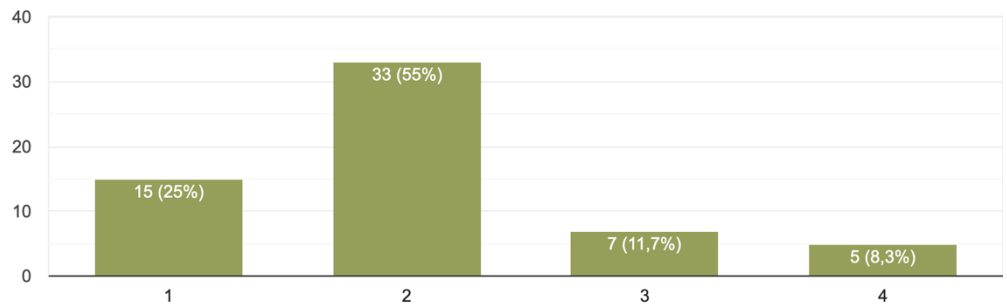
Apa kesan Anda terhadap media promosi Kampung Main Cipulir saat ini? (Pilih max dua)

60 jawaban



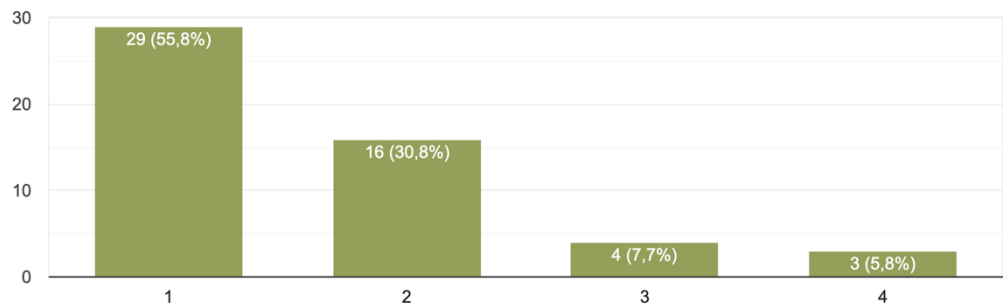
Informasi yang disampaikan dalam media promosinya jelas dan mudah dipahami.

60 jawaban



Visual dan layout dari media promosi tersebut mencerminkan tampilan yang seru dan menyenangkan

52 jawaban





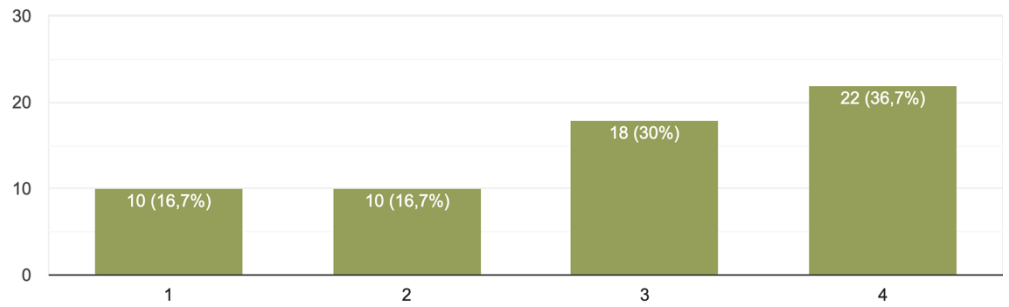
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

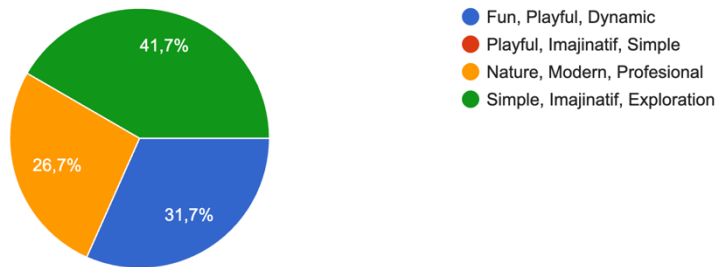
Menurut saya, media sosial KMC masih bisa dioptimalkan agar lebih efektif lagi

60 jawaban



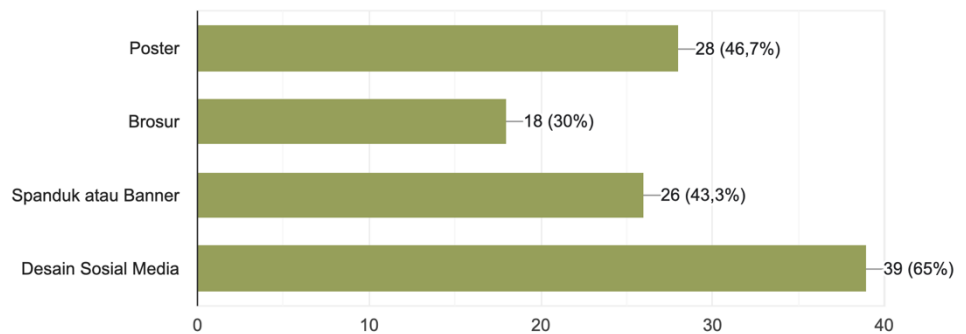
Menurut Anda tampilan desain seperti apa yang paling cocok untuk media promosi Kampung Main Cipulir?

60 jawaban



Apa Media Promosi yang menarik perhatian Anda? pilih max 2

60 jawaban



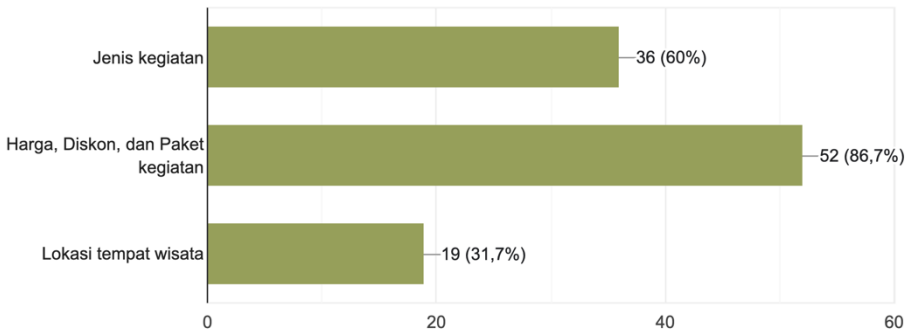


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Informasi apa yang penting bagi Anda? pilih max 2
60 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4. Lampiran Hasil Cek Plagiarisme



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103089579

PAPER NAME

DG-8B_Muhammad Zidan_ Perancangan
Desain Marketing Kolateral Sebagai Media
Promosi Kampung Main Cipu

AUTHOR

Muhammad Zidan

WORD COUNT

10941 Words

CHARACTER COUNT

69564 Characters

PAGE COUNT

61 Pages

FILE SIZE

880.1KB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2025 9:35 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2025 9:36 AM GMT+7

5% Overall Similarity

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

- 4% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material



Hak Cipta :

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

5. Lampiran Riwayat Hidup

Curriculum Vitae

About

Final year Graphic Design Student who has specific interests in visual identity and illustration.

Skills

- Graphic Design
- Illustration
- Motion Graphic
- Editorial Design
- Video Graphic
- Photography

Education

Politeknik Negeri Jakarta (2021-Now)
Graphic Design

SMAN 63 Jakarta (2017-2020)
Math and Science

Contact

Email
muhdan7402@gmail.com

Phone
0857-7635-8655

Career

Freelance Graphic Designer
July 2022 - now

Graphic Designer Intern at Lembaga Penjamin Simpanan
Maret 2025 - September 2025

Intern Graphic Designer at PT Nusantara Infrastructure
February 2024 - Desember 2024

Art Exhibition at Indonesian Judicial Research Society
November 2024

Freelance Graphic Designer at Sportmoment.id
July 2023 - January 2024

Freelance Illustrator at PT Kirana Mitraabadi
June 2023 - August 2023



Head of Artistic at GEMA
August 2022 - October 2023

Runner-up Campus Magazine at the Polytechnic Creative Festival 2023
October 2023

Best Visual Composition Painting Poster at the Polytechnic Creative Festival 2023
October 2023

Best Color Poster Design at the Polytechnic Creative Festival 2022
October 2022

Runner Up in the Pekan Seni Mahasiswa Daerah Provinsi DKI Jakarta Tahun 2022
September 2022