



© 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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA MOSES COFFEE**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
MARGARETHA DIAN PRATIWI
2106421102

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

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

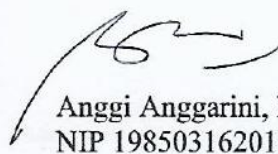
**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Collateral Sebagai Media Promosi Pada Moses Coffee
Penulis : Margaretha Dian Pratiwi
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

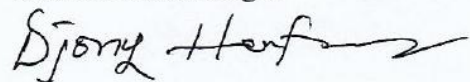
Penulisan Laporan Tugas Akhir ini dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Sidang Tugas Akhir.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 4 Juli 2025
Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP 198503162010122002

Dosen Pembimbing II



Drs. Djony Herfan M.I.Kom
NIP 22992014110319631213



Hak Cipta :

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

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 16 Juli 2025

Yang menyatakan,


MARGARETHA DIAN RATIWI
2106421102



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA MOSES COFFEE**

Oleh:

MARGARETHA DIAN PRATIWI
2106421102

Disahkan:
Depok, 16 Juli 2025

Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Fani Nur Jannah, S.T., M.Si
NIP.199106232022032014

Kepala Program Studi

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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**



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



Hak Cipta :

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

PRAKATA

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

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis dan Dosen Pembimbing I
4. Drs. Djony Herfan, M.I.Kom. selaku Dosen Pembimbing II
5. Seluruh Dosen mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan beserta arahan pada perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Demas, Giat, Iky, Abay, Livy, Puspa, Kalila, Daffa dan para teman mahasiswa desain grafis yang selalu menemani proses perancangan.
7. M. Raihan Kirana yang selalu menemani selama pengerjaan dan memberikan motivasi hingga akhir.
8. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

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

Depok, 16 Juli 2025

Margaretha Dian Pratiwi





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 kopi khusus seperti *specialty coffee roastery* di Indonesia semakin berkembang, tetapi persaingannya juga semakin ketat. Moses Coffee di Depok menghadapi masalah setelah pindah ke lokasi baru yang kurang strategis, membuat lebih sedikit orang yang tahu tentang kedai mereka. Selain itu, konsep unggulan mereka seperti *open roastery* (tempat pemanggangan kopi terbuka) dan *slow bar* kurang dikenal karena promosi yang belum maksimal. Penelitian ini bertujuan membuat solusi promosi yang lebih menarik, baik secara *offline* (seperti poster dan *banner*) maupun *online* (konten *Instagram*). Pendekatan *design thinking* digunakan untuk memastikan desainnya sesuai dengan kebutuhan pasar. Hasilnya, strategi ini berhasil meningkatkan kesadaran merek, interaksi di media sosial, dan jumlah pengunjung ke kedai. Bagi Moses Coffee, solusi ini membantu mereka lebih dikenal di lokasi baru, memperkuat citra sebagai kedai kopi yang autentik, dan menarik lebih banyak pelanggan. Penelitian ini membuktikan bahwa dengan promosi yang tepat, keterbatasan lokasi bisa diatasi.

Kata Kunci: *Specialty coffee roastery, Promosi terpadu, Media sosial, Pengalaman pelanggan*

**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

ABSTRACT

The specialty coffee industry in Indonesia, including specialty coffee roasteries, is experiencing significant growth, leading to increasingly fierce competition. Moses Coffee in Depok faced challenges after relocating to a less strategic area, resulting in decreased brand awareness. Furthermore, their unique concepts, such as an open roastery and a slow bar, were not widely recognized due to suboptimal promotion. This research aimed to develop more engaging promotional solutions, encompassing both offline materials (like posters and banners) and online content (specifically for Instagram). A design thinking approach was employed to ensure the designs met market needs. The implemented strategy successfully increased brand awareness, social media engagement, and the number of visitors to the coffee shop. For Moses Coffee, these solutions helped them gain recognition in their new location, strengthen their image as an authentic coffee shop, and attract more customers. This research demonstrates that with appropriate promotion, location limitations can be overcome.

Keywords: *Specialty coffee roastery, Integrated promotion, Social media, Customer experience*

**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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan	3
1.4.2 Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	3
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	5
2.1 Promosi	5
2.1.1 Fungsi Promosi	5
2.1.2 Tujuan Promosi.....	6
2.2 Media Promosi	6
2.3 Marketing Collateral	6



Hak Cipta :

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

2.3.1 Jenis Marketing Collateral	7
2.4 Desain Grafis.....	10
2.4.1 Elemen Desain Grafis	10
2.5.2 Prinsip Desain Grafis	27
2.6 Metode Riset Desain	28
BAB III METODE PERANCANGAN.....	30
3.1 Metode Penelitian.....	30
3.1.1 Empathize.....	30
3.1.2 Define.....	31
3.1.3 Ideate.....	31
3.1.4 Prototype	33
3.1.5 Test	33
3.2 Metode Pengumpulan Data	33
3.3 Data dan Analisis	35
3.3.1 Profil Klien.....	35
3.3.2 Product Knowledge.....	37
3.3.3 Kompetitor	38
3.3.4 Consumer Insight	41
3.3.5 Hasil Analisis Data.....	43
3.4 Arahkan Kreatif.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Konsep Visual	49
4.1.1 Mindmap	49
4.1.2 Moodboard	50
4.2 Proses Desain	51



Hak Cipta :

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

4.2.1 Sketsa Manual	51
4.2.2 Sketsa Digital Komprehensif	56
4.3 Desain Terpilih.....	59
4.3.1 Konsep Desain Terpilih.....	59
4.3.2 Prinsip Desain	61
4.3.3 Elemen Visual	64
4.3.4 <i>Testing</i>	67
4.3.5 <i>Final Art Work</i>	68
4.4 Media Pendukung	69
4.5 Pertimbangan Produksi	72
BAB V KESIMPULAN	74
5.1 Kesimpulan	74
5.2 Saran.....	75
DAFTAR PUSTAKA.....	76
LAMPIRAN.....	80



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Banner Sumber: pranataprinting.com, 2025	8
Gambar 2. 2 Brosur Sumber: Pinterest, 2025	8
Gambar 2. 3 Poster Sumber: Pinterest, 2025	9
Gambar 2. 4 Media Promosi Digital Instagram Sumber: Pinterest, 2025.....	10
Gambar 2. 5 Rona Warna (Hue) Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025	11
Gambar 2. 6 Dimensi Value Sumber:Dokumentasi Pribadi, 2025	12
Gambar 2. 7 Intensitas Warna Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025	12
Gambar 2. 8 Font Serif Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025	13
Gambar 2. 9 Font Sans Serif Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	14
Gambar 2. 10 Font Dekoratif Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	15
Gambar 2. 11 Font Script Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	15
Gambar 2. 12 Font Slab Serif Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025	16
Gambar 2. 13 Legibility Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	17
Gambar 2. 14 Readability.....	17
Gambar 2. 15 Visibility.....	18
Gambar 2. 16 Clarity.....	19
Gambar 2. 17 Fotografi Sumber: Instagram.com, 2025.....	20
Gambar 2. 18 Ilustrasi Sumber: Pinterest, 2025	21
Gambar 2. 19 Hierarki Visual Sumber: Pinterest, 2025	22
Gambar 2. 20 Keseimbangan Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	23
Gambar 2. 21 Perataan Sumber: Dokumentasi Pribadi, 2025.....	24
Gambar 2. 22 Proximity Sumber: uxmisfit.com, 2025	24
Gambar 2. 23 Ruang Kosong Sumber: okumentasi Pribadi, 2025	25
Gambar 2. 24 Grid Sumber: Youtube.com, 2025	27
Gambar 3. 1 Design Thinking.....	30
Gambar 3. 2 Mind Map.....	32
Gambar 3.3 Moodboard	32
Gambar 3.4 Sketsa Konseptual	33
Gambar 3.5 Logo Moses Coffee	35
Gambar 3.6 Logo Somewhere Goods Coffee	38



© 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

Gambar 3.7 Instagram Post Somewhere Goods Coffee	39
Gambar 3.8 Logo Mounsens Coffee Bar	40
Gambar 3.9 Instagram Post Mounsens Coffee Bar	41
Gambar 4. 1 Mindmap	50
Gambar 4. 2 Moodboard	51
Gambar 4. 3 Alternatif 1	52
Gambar 4. 4 Alternatif 2	53
Gambar 4. 5 Alternatif 3	54
Gambar 4. 6 Alternatif 4 Sumber: Pribadi 2025	55
Gambar 4. 7 Alternatif 5 Sumber: Pribadi, 2025	55
Gambar 4. 8 Alternatif 1	57
Gambar 4. 9 Alternatif 1	58
Gambar 4. 10 Alternatif 3 Sumber: Pribadi, 2025	59
Gambar 4. 11 Desain Terpilih Sumber: Pribadi,2025.....	60
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif Revisi Sumber: Pribadi, 2025.....	60
Gambar 4. 13 Prinsip Keseimbangan Sumber: Pribadi, 2025.....	62
Gambar 4. 14 Prinsip Penekanan Sumber: Pribadi, 2025	62
Gambar 4. 15 Prinsip Kesatuan Sumber: Pribadi, 2025.....	63
Gambar 4. 16 Prinsip Ritme Sumber: Pribadi, 2025.....	63
Gambar 4. 17 Prinsip Proporsi Sumber: Pribadi, 2025.....	64
Gambar 4. 18 Tipografi.....	65
Gambar 4. 19 Warna	65
Gambar 4. 20 Foto	66
Gambar 4. 21 Mockup Banner	67
Gambar 4. 22 Testing Sumber: Pribadi,2025	68
Gambar 4. 23 Final Art Work Sumber: Pribadi, 2025	69
Gambar 4.24 Mockup Poster.....	70
Gambar 4. 25 Mockup Brosur.....	71
Gambar 4. 26 Feeds Instagram dan Story	71
Gambar 4. 27 Mockup Sticker Sumber: Pribadi, 2025	72



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks SWOT	44
Tabel 3.2 Arahkan Kreatif Moses Coffee	47





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Materi)	80
Lampiran 2: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Teknis).....	81
Lampiran 3: Transkrip Wawancara 1	82
Lampiran 4: Transkrip Wawancara 2	85
Lampiran 5: Hasil Kuesioner	87
Lampiran 6: Dokumentasi.....	91
Lampiran 7: Hasil Turnitin.....	92
Lampiran 8: Riwayat Hidup.....	99





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kopi khususnya *specialty coffee* dan *roastery* mengalami pertumbuhan pesat, khususnya di kota Depok dengan perkembangan media promosi yang didorong oleh meningkatnya permintaan konsumen terhadap pengalaman minum kopi yang autentik dan bernilai edukatif (Rahmawati & Gustiani, 2023). Dalam situasi persaingan sengit di industri kedai kopi Indonesia, terutama di wilayah perkotaan seperti Depok, semakin banyak merek ternama yang memperluas jaringan dengan membuka gerai di kota-kota besar tersebut (Rorie et al., 2022). Konsumen tidak hanya fokus pada cita rasa, tetapi juga menuntut transparansi proses produksi mulai dari asal biji kopi, metode pengolahan, hingga teknik penyeduhan (Purbantina & Arviani, 2023). Perubahan pola konsumsi ini menciptakan persaingan ketat di antara pelaku usaha, di mana kemampuan membangun media promosi yang konsisten menjadi faktor kunci untuk membedakan merek dan menarik perhatian pasar (Santoso, 2022). Fenomena ini tercermin dari preferensi konsumen yang cenderung memilih kedai kopi dengan konsep interaktif, seperti penyajian secara terbuka (*open bar*) atau sesi edukasi tentang *roasting* (Rahmawati & Purnamasari, 2024).

Perkembangan pesat industri kopi *specialty* dan *roastery* di Depok tersebut menuntut pelaku usaha untuk tidak hanya fokus pada kualitas produk, tetapi juga pada strategi komunikasi yang efektif guna menarik dan mempertahankan perhatian konsumen yang semakin selektif dan berpengetahuan luas. Oleh karena itu, pemilihan media promosi yang tepat menjadi sangat penting sebagai sarana untuk menyampaikan nilai autentik dan edukatif dari kopi kepada audiens yang beragam.

Pemilihan media promosi berupa *marketing collateral* cetak (poster A3, brosur, X-banner, dan banner) dan digital (konten Instagram) didasarkan pada efektivitasnya dalam menjangkau audiens secara luas. Media digital diprioritaskan untuk menysasar konsumen aktif di *platform online* (Suryawati & Irawan, n.d.), sedangkan media cetak berfungsi memperkuat kesan profesional di lokasi fisik.



© 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

Kombinasi ini memastikan kesinambungan komunikasi visual pada semua saluran interaksi dengan pelanggan.

Desain berperan sebagai alat strategis untuk membentuk persepsi merek melalui penerapan identitas visual yang terpadu meliputi palet warna, tipografi, dan ilustrasi yang merepresentasikan nilai unggulan, seperti transparansi proses dan kualitas biji lokal. Konsistensi desain tidak hanya meningkatkan daya tarik visual, tetapi juga membangun kepercayaan pelanggan melalui kesan profesional (Rahmawati & Purnamasari, 2024). Pentingnya desain dalam konteks ini terletak pada kemampuannya menciptakan diferensiasi di pasar kompetitif, sekaligus menjadi sarana komunikasi nilai merek tanpa bergantung pada verbalisasi berlebihan (Suryawati & Irawan, n.d.).

Moses Coffee, kedai kopi dan *roastery* yang berdiri sejak 2019 di Depok, merespons tren tersebut dengan mengusung konsep *slow bar* yang memungkinkan pelanggan menyaksikan proses penyeduhan secara langsung. Permasalahannya adalah Moses Coffee pindah lokasi dari Margonda ke Beji, Depok yang merupakan lokasi baru mereka. Penempatan di lokasi baru mereka tidak strategis sehingga Moses Coffee membutuhkan desain media promosi untuk mempromosikan *open roastery* mereka. Solusi yang diusulkan adalah perancangan *marketing collateral* terintegrasi, serta pengembangan untuk media digital, cetak, dan *merchandise*. Tujuan utamanya adalah meningkatkan *brand awareness*, meningkatkan interaksi di media sosial, serta mendorong pertumbuhan penjualan melalui konsistensi pesan visual.

Hal tersebut yang melatarbelakangi judul perancangan desain marketing collateral sebagai media promosi pada Moses Coffee diharapkan dapat memperkuat posisinya sebagai merek kopi yang tidak hanya unggul dalam kualitas produk, tetapi juga dalam komunikasi visual yang profesional dan berkesan.

1.2 Rumusan masalah

Rumusan masalah berdasarkan penjelasan latar belakang tersebut adalah, bagaimana proses perancangan *marketing collateral* untuk mempromosikan Moses Coffee sebagai *open roastery*?



Hak Cipta :

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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan meliputi:

1. Proses Perancangan Marketing collateral MOSES Coffee.
2. Penerapan Teori Desain Grafis dalam perancangan marketing collateral MOSES Coffee sebagai open roastery.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Adapun tujuan dan manfaat dari pelaksanaan laporan ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

Tujuan yang diperoleh dari pelaksanaan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Melakukan proses perancangan marketing collateral untuk Moses Coffee.
2. Menerapkan teori desain grafis pada perancangan marketing collateral pada Moses Coffee.

1.4.2 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan laporan ini adalah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang Moses Coffee sebagai open roastery yang berkualitas.
2. Memperkuat identitas merek Moses Coffee melalui desain yang konsisten dan menarik.
3. Membantu Moses Coffee membedakan diri dari kompetitor di industri kopi dengan strategi promosi yang inovatif dan efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab pertama berisi latar belakang perancangan desain media promosi. Lalu dipaparkan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan desain marketing collateral Moses Coffee, dan sistematika penulisan sebagai dasar kegiatan penyusunan tugas akhir

**Hak Cipta :**

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

Pada bab ini memuat kajian teoritis yang digunakan dalam penyusunan Tugas Akhir. Teori yang digunakan merupakan teori desain grafis mengenai perancangan desain marketing collateral Moses Coffee

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang metode penelitian dan pengambilan data untuk memperoleh informasi yang akurat terkait marketing collateral Moses Coffee. Dalam Bab ini juga menjelaskan tentang profil klien, hasil analisis data riset serta arahan kreatif dalam perancangan desain marketing collateral Moses Coffee.



Hak Cipta :

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

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Setelah dilakukannya seluruh proses perancangan desain grafis untuk Moses Coffee, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perancangan *marketing collateral* untuk Moses Coffee menggunakan pendekatan *design thinking* yang berpusat pada pengguna melalui lima tahap utama, yaitu *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Proses dimulai dengan wawancara dan observasi langsung, kemudian merumuskan masalah dalam bentuk *creative brief* sebagai dasar visual yang merepresentasikan konsep *open roastery* dan suasana santai. Analisis *SWOT* dilakukan untuk menyusun strategi promosi, dilanjutkan pengembangan konsep visual melalui *mind mapping*, *moodboard*, dan sketsa awal. Tahap *prototyping* menghasilkan desain alternatif yang diuji melalui *mockup* dan *output* cetak, lalu divalidasi bersama klien dan penikmat kopi untuk menilai efektivitas pesan yang disampaikan.
2. Desain menerapkan prinsip kesatuan, keseimbangan, ritme, dan penekanan dengan pendekatan visual digital imaging bergaya minimalis. Identitas visual dibentuk dari elemen seperti fotografi cangkir dan mesin kopi, dipadukan dengan palet warna hangat bernuansa *earth tone* yang merepresentasikan kenyamanan dan kehangatan. Tipografi *sans serif Dream Orphans* dan *Montserrat* dipilih untuk kesan modern dan elegan. Layout brosur menggunakan *grid-based layout* untuk keterbacaan informasi, sementara media sosial seperti Instagram menggunakan *flexible layout* untuk adaptasi konten yang dinamis.
3. Untuk mendukung X banner sebagai media utama, dirancang juga berbagai media pelengkap seperti poster dan brosur sebagai media cetak, *Instagram feeds* dan story untuk media digital, serta *sticker pack* sebagai *merchandise* interaktif bagi pengunjung Moses Coffee.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Dengan disusunnya *Marketing Collateral sebagai media promosi pada Moses Coffee*, terdapat beberapa saran yang dapat memberikan manfaat bagi para desainer grafis:

4. Disarankan untuk menyusun *timeline* yang lebih efektif. Hal ini bertujuan agar proses perancangan media promosi dapat diselesaikan secara tepat waktu, sehingga meningkatkan efisiensi alur perancangan secara keseluruhan.
5. Untuk perancangan media promosi dengan gaya desain spesifik, penting untuk mengumpulkan beragam referensi visual terkait *layout*, bentuk, palet warna, tipografi, dan detail teknis lainnya. Melakukan riset serta eksplorasi ide secara mendalam sangat diperlukan guna memastikan keselarasan desain dengan citra yang ingin disampaikan klien.
6. Diharapkan media promosi yang telah ada ini dapat dimanfaatkan secara maksimal, baik pada media utama maupun pendukung, untuk meningkatkan efektivitas promosi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D., Sumarni, M., Sari, J. D. P., & Chalil, R. D. (2024). Strategi visual branding dalam meningkatkan minat beli ulang Mie Balap Mak Nong di Kota Langsa. *Journal of Management and Digital Business*, 4(1), Article 1. <https://doi.org/10.53088/jmdb.v4i1.851>
- Agustina, K. (2024, September 27). *Media Pemasaran Digital: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Strategi Melakukannya*. Ematic Solutions. <https://www.ematicsolutions.com/id/media-pemasaran-digital/>
- Darwoto, & Amirudin, M. (2020). 220-Article Text-466-1-10-20210102. JPMD: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Desa. <https://ejournal.iaifa.ac.id/index.php/jpmd>
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). PENERAPAN DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL UNTUK RISTIANT CATERING. *Jurnal Katamata Vol. 02 No. 01 April Tahun 2024*, pg 47-55.
- Farahdiba, D. (2020). KONSEP DAN STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN: PERUBAHAN PERILAKU KONSUMEN MENUJU ERA DISRUPSI. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 8(1), 22. <https://doi.org/10.30659/jikm.v8i1.7992>
- GreatNusa. (2023). *Collateral Definition Marketing: Pengertian, Jenis dan Fungsinya*. GreatNusa. <https://greatnusa.com/article/collateral-definition-marketing>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), Article 01. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Jatmiko, A. (2023). *Media Promosi Online, Pengertian, dan Jenis-jenisnya— Istilah Ekonomi Katadata.co.id*. <https://katadata.co.id/ekonopedia/istilah-ekonomi/62f46c3408988/media-promosi-online-pengertian-dan-jenis-jenisnya>



© 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

Kementerian Pendidikan Dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Anak Usia Dini Dan Pendidikan Masyarakat Direktorat Pembinaan Kursus Dan Pelatihan. (2016). *Pengantar Desain Grafis*.

<https://repositori.kemdikbud.go.id/11838/1/9-Desain-Grafis-OK.pdf>

Laras. (2024). *Apa Itu Tipografi? Fungsi, Elemen, Klasifikasi, hingga Contohnya* | Primakara University. <https://primakara.ac.id/blog/tips-kuliah/apa-itu-tipografi>

Maulana, A., Syazili, A., & Ariandi, M. (2024). *Perancangan Perangkat Lunak Sistem Parkir Kendaraan Menggunakan Metode Design Thinking* | KLIK: *Kajian Ilmiah Informatika dan Komputer*.

<https://djournal.com/klik/article/view/1764>

Ningrum, Lilian Mega Puri, & Eva Ratnasari. (2023). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian Pakaian pada Toko Qolsa Metro Tahun 2022. *Journal of Student Research*, 1(1), 394–403. <https://doi.org/10.55606/jsr.v1i1.1067>

Pengertian Banner, Fungsi, dan Contohnya. (n.d.). kumparan. Retrieved April 10, 2025, from <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-banner-fungsi-dan-contohnya-21esPwH90M3>

Purbantina, A. P., & Arviani, H. (2023). *Jaringan Produksi Kopi Global: Sebuah Pengantar*. Nas Media Pustaka.

Rahmawati, I., & Gustiani, L. T. (2023). Analisis Kafein pada Kopi Arabika (*Coffea arabica* L.) Gununghalu Teknik Light Roasting, Medium Roasting, dan Dark Roasting. *Kimia Padjadjaran*, 1(2), 66–73.

<http://jurnal.unpad.ac.id/jukimpad/article/view/51558>

Rahmawati, I., & Purnamasari, Y. (2024). Effect of Light, Medium, and Dark Roasting on Antioxidant Activity of Gununghalu Arabica Coffee (*Coffea arabica* L.). *International Journal of Business, Economics, and Social Development*, 5(1), Article 1. <https://doi.org/10.46336/ijbesd.v5i1.586>

Ramadhani. (n.d.). *Pengertian Desain Grafis Menurut Para Ahli—Minarsih TECH*. Retrieved April 7, 2025, from <https://minarsih.com/artikel/pengertian-desain-grafis-menurut-para-ahli>



Hak Cipta :

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

- Relations, P. (2023, December 8). Pengertian Poster serta Ciri-ciri, Tujuan, Fungsi, Jenis, dan Bagaimana Cara Membuatnya. *Telkom University*.
<https://telkomuniversity.ac.id/pengertian-poster-serta-ciri-ciri-tujuan-fungsi-jenis-dan-bagaimana-cara-membuatnya/>
- Rorie, B. G., Rorong, I. P. F., & Tolosang, K. D. (2022). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pendapatan Usaha Coffee Shop Di Kota Depok. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*, 22(7), Article 7.
<https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jbie/article/view/44781>
- Santoso, H. (2022). LITERATUR REVIEW PERSAINGAN BISNIS SEBAGAI BENTUK PROMOSI MELALUI MEDIA IKLAN DALAM PRESPEKTIF ISLAM UNTUK MEWUJUDKAN PERSAINGAN SEHAT. *AL-MANSYUR*, 2(1), Article 1. <https://ejournal.stainu-malang.ac.id/index.php/almansyur/article/view/29>
- Sekarwangi, P., Prawira, S. A., & Permana, E. (2022). Strategi Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Promosi Coffee Shop. *Jurnal Ilmu Komputer dan Bisnis (JIKB) Desember-2022, Vol. XIII, No.2a, hal.15-27*.
 doi:<https://doi.org/10.47927/jikb.v13i2a.362>
- Shofwan, N. (2020). *Analisis Media Promosi Banner pada Adipura*.
https://repository.itsb.ac.id/id/eprint/275/2/TA_Naufal%20Shofwan_131.16.002_BAB%201.pdf
- Siregar, F. M., Panggabea, S., & Simanjuntak, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Brosur terhadap Kemampuan Siswa Menulis Teks Prosedur Kelas XI SMA Swasta Hosana Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13587–13604. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4476>
- Suryawati, I., & Irawan, R. E. (n.d.). *Transformasi Media Cetak Ke Platform Digital (Analisis Mediamorfosis Harian Fajar ke Fajar.co.id)*.
- Syafi'i, W., & Khabibah, U. (2022). PENGEMBANGAN MEDIA PROMOSI DENGAN PEMBUATAN VIDEO IKLAN DI INSTAGRAM UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI KONSUMEN PADA STARWASH SHOE MALANG *Administrasi Niaga Politeknik Negeri Malang*. Jurnal Aplikasi Bisnis.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2025). (PDF) Analisa Pengaruh Desain Grafis pada

Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di

Kota Batam. *ResearchGate*. <https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Tolan, M. S., Pelleng, F. A., & Punuindoong, A. Y. (2021). Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Mita (Studi pada Masyarakat Kecamatan Wanea Kelurahan Karombasan Selatan. *Productivity*, Vol. 2 No. 5, 2021.

Yulius, R., Nasrullah, M. F. A., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). *Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya*. Eureka Media Aksara.

<https://repository.penerbiteureka.com/id/publications/559112/>





© 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

LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Materi)

	A	B	C	D	E	F
1	LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR					
2	PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS					
3	JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN					
4	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA					
5						
6	NAMA MAHASISWA		Margaretha Dian Pratiwi			
7	NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini, M.Ds			
8	JUDUL TUGAS AKHIR					
9	Perancangan Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness MOSES Coffee sebagai Open Roastery					
10	KETERANGAN:					
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa					
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing					
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang					
14						
15						
16						
17	BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*		
18	1	27 Februari 2025	Revisi Latar Belakang, Judul	Latar Belakang (progress)		
19	2	6 Maret 2025	Revisi bab 1	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
20	3	20 maret 2025	Memperbaiki kerangka teori dan bagan	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
21	4	22 maret 2025	revisi bab 2	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
22	5	24 maret 2025	membuat pertanyaan kuesioner	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
23	6	5 April 2025	update progress gdocs	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
24	7	10 April	revisi bab 3	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
25	8	11 April	revisi profil klien dan SWOT	https://docs.google.com/document/d/19ug4pBvT-B3b-uv-iXO6WZuIP-gfIULZxzeEqQl458/edit?usp=sharing		
26	9	28 Mei	revisi mindmap dan key message			
27	10	29 Mei	revisi abstrak semnas			
28	11	16 Juni	revisi dan update banner semnas			
29	12	24 Juni	revisi tone and manner dan mindmap			
30	13	30 Juni	revisi moodboard dan penulisan			
31	12	1 Juli	update progress hasil desain			
32	*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya					
33						



Hak Cipta :

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

Lampiran 2: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Teknis)

	A	B	C	D	E	F
1	LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR					
2	PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS					
3	JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN					
4	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA					
5						
6		NAMA MAHASISWA	Margaretha Dian Pratiwi			
7		NAMA PEMBIMBING	Drs. Djony Herfan, M.I.Kom			
8		JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Media Promosi untuk Meningkatkan Brand Awareness MOSES Coffee sebagai Open Roastery			
9			Perancangan Desain Marketing Collateral Pada MOSES Coffee Sebagai Open Roastery			
10	KETERANGAN:					
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa					
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing					
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang					
14						
15						
16						
17	BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*		
18	1	25/2/2025		Gmeet, kbbi/ halo bahasa		
19	2	24/3/2025	Revisi penggunaan kalimat dan alignment			
20	3	9/4/2025	revisi penggunaan kalimat dan alignment, sitasi, jarak baris			
21	4	2/7/2025	revisi penggunaan kalimat, tata bahasa, dan italic			
22						
				*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya		

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 3: Transkrip Wawancara 1

Transkrip Hasil Wawancara

Wawancara 1

Tanggal: 15 Februari 2025

Narasumber: Nehemianta Bangun

Jabatan: Pemilik Moses Coffee

Wawancara: Tatap Muka

Rere: Sore, Mas Nehemianta. Terima kasih sebelumnya sudah menyempatkan waktu. Senang akhirnya kita bisa bertemu langsung.

Nehemianta: Sore juga, iya sama-sama. Saya juga senang akhirnya bisa ngobrol langsung. Saya penasaran juga sih, kamu ingin mengangkat dari sisi desain seperti apa.

Rere: Betul, Mas. Tapi sebelum itu, saya ingin dapat gambaran utuh dulu soal Moses Coffee, terutama dari sisi awal berdirinya. Bisa diceritakan?

Nehemianta: Tentu. Moses Coffee pertama kali berdiri tahun 2019, waktu itu masih di Margonda. Tempatnya kecil banget, bisa dibilang kayak hidden spot. Konsep awal kami waktu itu adalah slow bar, yang memang mengedepankan ketenangan dan proses manual brew—tanpa mesin espresso. Kami mau mengembalikan pengalaman minum kopi ke bentuk paling dasarnya: fokus pada rasa, suasana, dan percakapan.

Pewawancara: Wah, menarik. Kenapa kemudian pindah ke lokasi sekarang di Beji?

Rere: Tahun 2021 kami akhirnya pindah karena tempat lama udah terlalu ramai dan berisik. Di lokasi sekarang, kami memang sengaja memilih tempat yang agak masuk ke dalam, jauh dari jalan utama dan kendaraan umum. Justru itu kelebihanannya, karena pengunjung datang bukan karena lewat, tapi karena mereka



© 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

benar-benar mencari suasana. Moses jadi semacam “tempat pelarian” bagi yang butuh ruang tenang—entah buat kerja, baca, atau sekadar rehat dari rutinitas.

Pewawancara: Itu juga yang jadi dasar dari hashtag #TempatMenepi ya?

Nehemianta: Iya, tepat. Hashtag itu bukan sekadar tagline, tapi sebenarnya cerminan dari karakter tempat ini. Banyak pengunjung yang bilang, datang ke sini tuh rasanya kayak “mengasingkan diri” tapi dalam arti yang positif. Kayak nyepi tapi versi kopi. Hehe. Jadi kami usung itu sebagai bagian dari identitas brand kami.

Rere: Menarik sekali. Kalau dari sisi pengunjung sendiri, seperti apa profilnya?

Nehemianta: Mayoritas masih mahasiswa dari kampus sekitar, terutama UI. Tapi beberapa tahun terakhir juga mulai banyak pekerja remote, freelancer, dan bahkan dosen. Mereka datang karena tempatnya nyaman dan bisa kerja lama. Kami sediakan colokan di tiap meja, Wi-Fi yang stabil, dan kopi yang konsisten kualitasnya. Tapi memang belum semua dari mereka paham atau tertarik sama proses roasting yang jadi bagian penting dari konsep Moses.

Rere: Maksudnya open roastery?

Nehemianta: Iya. Di Moses, kami nggak cuma nyeduh kopi, tapi juga memanggang sendiri biji kopinya. Kami punya mesin roasting di area depan, terbuka. Tapi sayangnya, belum banyak pengunjung yang engage ke situ. Mungkin karena kurang teredukasi, atau bisa jadi karena visual komunikasinya belum mendukung.

Rere: Apakah itu berarti belum ada media visual yang cukup kuat untuk menjelaskan itu?

Nehemianta: Betul. Selama ini kami fokus di produk dan pelayanan, tapi jujur belum maksimal dari sisi visual branding. Kami belum punya tone warna 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

konsisten, belum punya key visual yang khas dan mencerminkan suasana kami. Padahal saya percaya visual itu penting, apalagi untuk generasi sekarang yang sangat visual-minded. Kadang orang bisa jatuh hati duluan hanya dari tampilan feed Instagram, banner, atau desain cup.

Rere: Itu juga jadi salah satu alasan saya tertarik untuk bantu bikin desain yang bisa menangkap esensi Moses Coffee secara utuh.

Nehemianta: Nah, itu dia. Saya sangat terbuka untuk kolaborasi. Yang penting buat saya, visual itu nggak cuma bagus, tapi punya cerita. Harus bisa menyampaikan vibe Moses: hangat, tenang, dan punya kedalaman. Bukan yang terlalu ramai atau sekadar tren.

Rere: Siap, Mas. Nanti setelah ini saya akan tunjukkan beberapa ide awal visualnya. Tapi informasi dari Mas hari ini sangat penting sebagai dasar konsep desainnya.

Nehemianta: Sip, saya tunggu. Kalau bisa, desainnya juga bantu angkat elemen-elemen yang selama ini nggak kelihatan, seperti proses roasting, filosofi tempat, dan suasana “menepi” itu tadi.

Rere: Pasti, Mas. Terima kasih banyak atas waktu dan penjelasannya.

Nehemianta: Sama-sama. Semoga dari sini kita bisa bikin sesuatu yang bukan cuma keren secara tampilan, tapi juga punya arti.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4: Transkrip Wawancara 2

Wawancara 2

Tanggal: 1 Juli 2025

Narasumber: Nehemianta Bangun

Jabatan: Pemilik Moses Coffee

Wawancara: Tatap Muka

Rere: Halo Mas Nehemianta, makasih banget udah nyempetin waktu lagi hari ini. Kemarin udah sempat lihat desain mockup banner yang saya kirim?

Nehemianta: Halo, iya udah kok! Begitu saya buka, langsung bilang dalam hati, “Oke, ini menarik.” Warm-nya dapet banget, dan secara keseluruhan kesannya pas sama vibe Moses.

Rere: Wah, seneng banget dengarnya, Mas. Ada bagian yang paling nyantol menurut Mas?

Nehemianta: Yang paling mencolok itu sih cangkir kopinya. Itu keren kayak ada feel cozy-nya gitu. Efek glow-nya juga nggak lebay, justru bikin kesannya hangat dan enak dilihat. Terus background-nya yang ada mesin grinder itu juga pas, subtle tapi meaningful. Jadi nggak polos doang, tetap ada konteks.

Rere: Gimana dengan tulisan utamanya? “Taste the Art of Coffee” sama “100% Made with Passion” itu kira-kira udah cocok?

Nehemianta: Udah banget. Saya suka banget frasa “Taste the Art of Coffee” terdengar simple, tapi elegan dan mewakili proses yang kami jalani di sini. Terus yang “100% Made with Passion” tuh cocok banget sama value kami.

Rere: Mantap. Jadi dari Mas sendiri udah oke untuk lanjut ke cetak?



© 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

Nehemianta: Yes, saya ACC. Nggak usah banyak revisi, udah pas sih menurut saya. Mungkin nanti tinggal cek ukuran aja, biar sesuai sama space yang bakal kita pakai buat naruh bannernya.

Rere: Siap, noted. Kira-kira desain ini ke depannya bisa dikembangkan ke media lain juga nggak, Mas?

Nehemianta: Bisa banget. Saya malah mikir, ini bisa jadi base visual buat konten Instagram. Kalau udah punya satu visual yang kuat, tinggal diturunin aja ke format lain. Biar branding kita makin konsisten.

Rere: Oke, Mas. Terima kasih banyak untuk feedback-nya. Senang banget bisa dapet respon positif dari Mas langsung.

Nehemianta: Sama-sama. Saya tunggu hasil cetaknya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

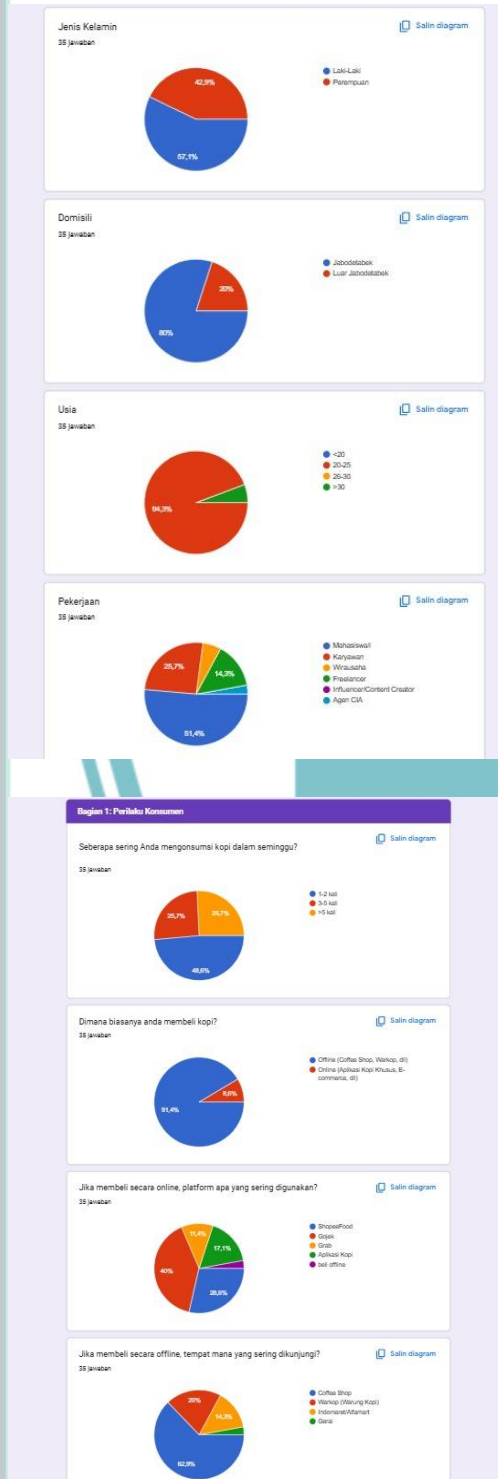


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Lampiran 5: Hasil Kuesioner

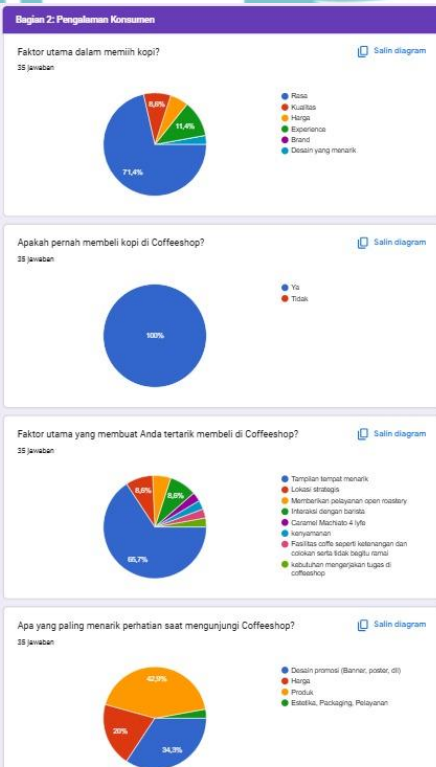
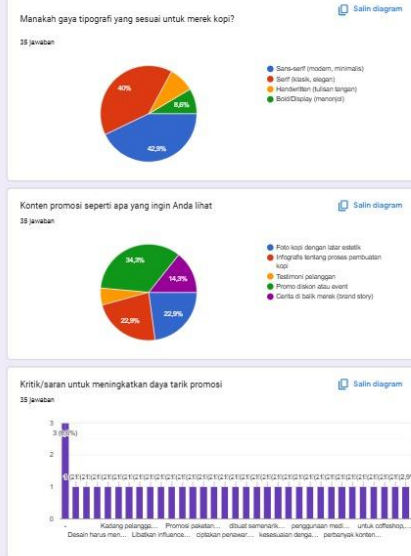




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





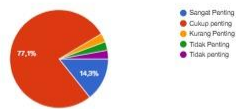
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Seberapa besar pengaruh media promosi terhadap keputusan pembelian?

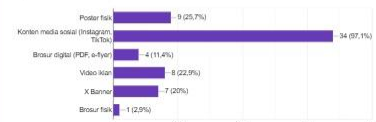
35 jawaban



Bagian 3: Preferensi Media Promosi

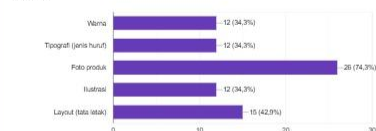
Media promosi apa yang paling sering menarik perhatian Anda? (Pilih maksimal 2)

35 jawaban



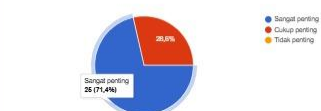
Menurut Anda, elemen visual apa yang paling penting dalam desain promosi kopi?

35 jawaban



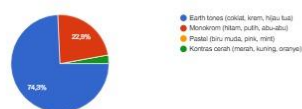
Seberapa penting konsistensi warna dan gaya desain dalam membangun citra merek?

35 jawaban



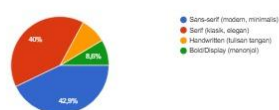
Manakah kombinasi warna yang menurut Anda cocok untuk promosi kedai kopi? (Pilih 1)

35 jawaban



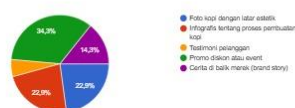
Manakah gaya tipografi yang sesuai untuk merek kopi?

35 jawaban



Konten promosi seperti apa yang ingin Anda lihat

35 jawaban



Kritik/saran untuk meningkatkan daya tarik promosi

35 jawaban





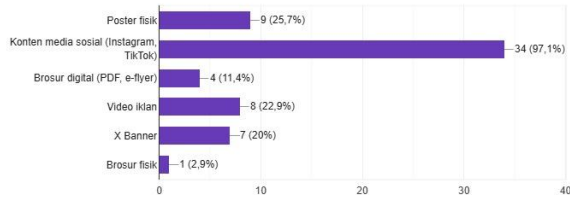
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

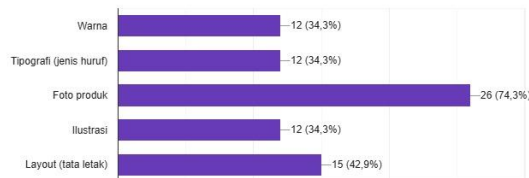
Media promosi apa yang paling sering menarik perhatian Anda? (Pilih maksimal 2)

35 jawaban



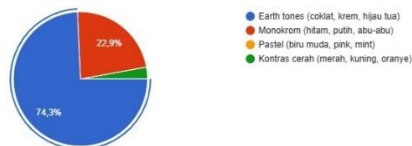
Menurut Anda, elemen visual apa yang paling penting dalam desain promosi kopi?

35 jawaban



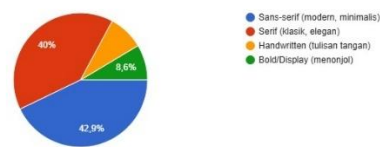
Manakah kombinasi warna yang menurut Anda cocok untuk promosi kedai kopi? (Pilih 1)

35 jawaban



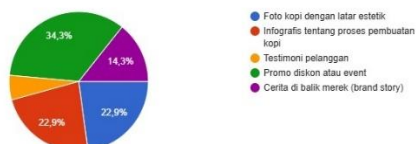
Manakah gaya tipografi yang sesuai untuk merek kopi?

35 jawaban



Konten promosi seperti apa yang ingin Anda lihat

35 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6: Dokumentasi

Hak Cipta :

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



NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7: Hasil Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102977069

12% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 12% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	student.blog.dinus.ac.id	1%
	Internet	
2	repository.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
3	scribd.com	<1%
	Internet	
4	telkomuniversity.ac.id	<1%
	Internet	
5	p2dpt.uma.ac.id	<1%
	Internet	
6	dibimbing.id	<1%
	Internet	
7	credito-vivienda.com	<1%
	Internet	
8	sridianti.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:102977069

9	blog.sekolahdesain.id	<1%
	Internet	
10	kumparan.com	<1%
	Internet	
11	digilib.esaunggul.ac.id	<1%
	Internet	
12	sekolahdesain.id	<1%
	Internet	
13	anzdoc.com	<1%
	Internet	
14	desain-komunikasi-visual-s1.stekom.ac.id	<1%
	Internet	
15	jptam.org	<1%
	Internet	
16	repository.uin-suska.ac.id	<1%
	Internet	
17	pdf.usaid.gov	<1%
	Internet	
18	coursehero.com	<1%
	Internet	
19	Rendy Gibson Sambora, Setyawan Wibisono. "Pengembangan Ulang W...	<1%
	Crossref	
20	ematicolutions.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:102977069

21	core.ac.uk	Internet	<1%
22	docplayer.info	Internet	<1%
23	es.scribd.com	Internet	<1%
24	amesbostonhotel.com	Internet	<1%
25	bexi-points.com	Internet	<1%
26	digilib.itb.ac.id	Internet	<1%
27	Zakiyatunnaja Zakiyatunnaja, Abdul Aziz Nugraha Pratama. "Dapatkah ...	Crossref	<1%
28	repository.radenintan.ac.id	Internet	<1%
29	s1kesmaspsdku.fkm.unair.ac.id	Internet	<1%
30	widuri.raharja.info	Internet	<1%
31	moam.info	Internet	<1%
32	banner.adsbisnis.com	Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:102977069

33	kasirpintar.co.id	Internet	<1%
34	perumperindo.co.id	Internet	<1%
35	academy.imc-egypt.org	Internet	<1%
36	ejournal.unsrat.ac.id	Internet	<1%
37	Arzakiyah, Mutiara Maulina. "Membangun Digital Marketing Capability ..."	Publication	<1%
38	jakarta.telkomuniversity.ac.id	Internet	<1%
39	kc.umn.ac.id	Internet	<1%
40	touringerkonyol.blogspot.com	Internet	<1%
41	researchgate.net	Internet	<1%
42	tribunnews.com	Internet	<1%
43	Renny Khusfiana, Ruly Dwi Arista, Heni Wulandari. "Desain Dalam Aplik..."	Crossref	<1%
44	digilib.uns.ac.id	Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:102977069

45	repository.trisakti.ac.id	<1%
	Internet	
46	tedhes.blogspot.com	<1%
	Internet	
47	vdocuments.site	<1%
	Internet	
48	grab.com	<1%
	Internet	
49	Wahyuni, Nani. "Strategi Komunikasi Pendamping PPH Dalam Sosialis...	<1%
	Publication	
50	altronicsmfg.com	<1%
	Internet	
51	artikelpendidikan.id	<1%
	Internet	
52	blog.skb.ovh	<1%
	Internet	
53	ekonomimanajemen.com	<1%
	Internet	
54	judikatif-upiypk.org	<1%
	Internet	
55	jurnal.unidha.ac.id	<1%
	Internet	
56	leyesdesemillas.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:102977069

57	perpusteknik.com	<1%
	Internet	
58	redsaf.org	<1%
	Internet	
59	eprints.uny.ac.id	<1%
	Internet	
60	journal.binadarma.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102977069

PAPER NAME

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL PADA MOSES COFFEE_TURNITIN (1).pdf

AUTHOR

margaretha

WORD COUNT

10494 Words

CHARACTER COUNT

68417 Characters

PAGE COUNT

59 Pages

FILE SIZE

3.0MB

SUBMISSION DATE

Jun 30, 2025 9:11 AM GMT+7

REPORT DATE

Jun 30, 2025 9:13 AM GMT+7

● 12% Overall Similarity

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

- 12% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



Lampiran 8: Riwayat Hidup

Hak Cipta :

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

Margaretha Dian Pratiwi

(+62) 896 5381 9381 · arajeo1122@gmail.com · @rethadiip
Jakarta Timur, Komplek Kodam Jaya, Blok U No. 2



ABOUT ME

I have good communication skills that enable me to establish harmonious working relationships with my clients and colleagues, as well as being able to integrate to carry out each of my company's needs within the work team. My ability is to stay focused and productive under the pressure.

KEY COMPETENCIES

Ability to establish harmonious working relationships	Proficient in integrating within a work team to fulfill company needs	Skilled in collaborating to achieve organizational goals
Enable to stay focused on Brainstorming	Capable of maintaining focus and productivity under pressure	Proactive and self-motivated

PROFESSIONAL EXPERIENCE

KROMA for Project Base Learning Graphic Designer	2022
Space Project for Project Base Learning Graphic and Layout Designer	2023
Bisnis Indonesia Group Gagaskreasitama Internship Art and Creative Design Support	2024
Freelance Graphic Designer and Illustrator Artist	2024 - Now

EDUCATION

2015-2018 Maria Immaculatta Marsudirini Jakarta Junior High School
2018-2021 SMA Negeri 22 Jakarta Senior High School
2021- Now D4 Graphic Design Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta