



© 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 MEDIA PROMOSI CETAK UNTUK AEDIFEX COMPANY



**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 Media Promosi Aedifex Company untuk Meningkatkan Brand Awareness
Penulis : Muhamad Dimas Nugraha
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, 10 Juli, 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Emmidia Djonaedi S.T, M.T,M.BA
NIP. 198505162010122007



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI AEDIFEX COMPANY UNTUK MENINGKATKAN BRAND AWARENESS

Oleh:

Muhamad Dimas Nugraha
2106421045

Disahkan:
Depok, 10 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Fitri Nur Ardiantika, S.I.Kom., M.Si.
NIP. 199004032022032011

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan Media Promosi Aedifex Company untuk Meningkatkan Brand Awareness

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, Juli 2025
Yang menyatakan,



Muhamad Dimas Nugraha
2106421045



Hak Cipta :

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

Abstrak

Aedifex Company merupakan vendor jaket angkatan yang dikenal dengan desain kekinian dan kualitas bahan yang tinggi. Namun, meningkatnya jumlah kompetitor dalam industri ini membuat Aedifex menghadapi tantangan dalam mempertahankan eksistensinya dalam benak para konsumen. Banyak pelanggan yang melupakan brand setelah proses pemesanan selesai, sehingga Aedifex perlu menciptakan pembeda yang kuat dibanding para kompetitornya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang media promosi yang mampu meningkatkan brand awareness Aedifex Company. Metode perancangan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Hasil perancangan berupa media promosi dalam bentuk cetak seperti poster, brosur, stiker, dan banner yang akan ditempatkan dalam lingkungan sekolah, serta media digital dalam bentuk konten Instagram. Seluruh media promosi dirancang dengan pendekatan visual yang modern dan merepresentasikan target audiens dari Aedifex Company. Diharapkan perancangan ini dapat membantu Aedifex meningkatkan visibilitas dan daya saingnya di industri jaket angkatan.

Kata kunci: Media Promosi, Aedifex Company, Jaket Angkatan, *Brand Awareness*

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

Abstract

Aedifex Company is a custom varsity jacket vendor known for its contemporary designs and high-quality materials. However, the growing number of competitors in this industry has posed a challenge for Aedifex in maintaining brand recall among its consumers. Many customers tend to forget the brand after completing their orders, indicating a need for stronger brand differentiation. This study aims to design promotional media that can enhance Aedifex Company's brand awareness. The design process follows the Design Thinking approach, consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and testing. Data was collected through observation, interviews, questionnaires, and literature review. The final design outputs include printed promotional materials such as posters, brochures, stickers, and banners to be distributed in school environments, as well as digital media in the form of Instagram content. All media were developed using a modern visual approach tailored to the characteristics of Aedifex's target audience. This design is expected to help increase Aedifex's brand visibility and competitiveness within the varsity jacket industry.

Kata kunci: *Promotional Media, Aedifex Company, Varsity Jacket, Brand Awareness*

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir berjudul “Perancangan Media Promosi untuk Aedifex Company” dapat diselesaikan tepat waktu. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada orang tua atas doa, semangat, dan dukungannya yang tiada henti hingga tugas ini terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat sebagai syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunannya, banyak pihak telah membantu dan memberikan dukungan, sehingga dengan hormat dan rasa terima kasih yang mendalam, apresiasi disampaikan kepada :

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis
4. Andriyanto, S.E., M.Kom., selaku Dosen Pembimbing I
5. Emmidia Djonaedi, M.T., M.B.A., selaku Dosen Pembimbing II
6. Faiz dan Dafa selaku *CEO* dan *COO* dari Aedifex Company, yang telah membantu dan bersedia menjadi klien untuk Tugas Akhir saya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7. Seluruh teman-teman saya yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

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

Depok, Juli 2025

Muhamad Dimas Nugraha





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
Abstrak	iv
<i>Abstract</i>	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	2
1.4 Tujuan dan Manfaat	2
1.4.1 Tujuan Penelitian	3
1.4.2 Manfaat Pembahasan	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	6
2.1 <i>Brand Awareness</i>	6
2.2 Media Promosi	6
2.2.1 Jenis-Jenis Media Promosi	7
2.2 Penerapan Prinsip Desain Grafis	13
2.3 Tipografi	19
2.3.1 Prinsip-Prinsip Tipografi	19
2.3.2 Jenis - Jenis <i>Font</i>	22
2.4 <i>Layout</i>	27
2.4.1 Prinsip-Prinsip <i>Layout</i>	27
2.4.2 Jenis-Jenis <i>Layout</i>	32



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

2.5 Warna	37
2.5.1 Prinsip-Prinsip Warna	38
2.5.2 Jenis - Jenis Keharmonisan Warna	40
BAB III METODE PERANCANGAN	45
3.1 Metode Penelitian	45
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	46
3.2 Data dan Analisis	47
3.2.1 Profil Klien	47
3.2.2 Product Knowledge	48
3.2.3 Kompetitor	49
3.2.4 Consumer Insight	51
3.2.5 SWOT	52
3.2.6 Positioning	54
3.3 Arahkan Kreatif	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	57
4.1 Konsep Visual	57
4.1.1 <i>Mindmap</i>	57
4.1.2 <i>Moodboard</i>	58
4.2 Proses Desain	59
4.2.1 Sketsa	59
4.2.2 Sketsa Digital	63
4.3 Desain Terpilih	66
4.3.1 <i>Mockup</i>	69
4.3.2 <i>Testing</i>	70
4.3.3 Pertimbangan Produksi	71
4.3.4 <i>Final Art Work</i>	72
BAB V PENUTUP	79
5.1 Simpulan	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81
DAFTAR LAMPIRAN	85

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Contoh Brosur	8
Gambar 2. 2 Contoh Pamflet	8
Gambar 2. 3 Contoh Poster	9
Gambar 2. 4 Contoh Spanduk	10
Gambar 2. 5 Contoh Media Sosial Instagram	11
Gambar 2. 6 Contoh <i>Website</i>	12
Gambar 2. 7 Contoh Ads	13
Gambar 2. 8 Contoh Prinsip Keseimbangan (<i>Balance</i>)	14
Gambar 2. 9 Prinsip Desain Kontras	15
Gambar 2. 10 Prinsip Desain Kesatuan	16
Gambar 2. 11 Prinsip Desain Penekanan	17
Gambar 2. 12 Prinsip Desain Ritme	18
Gambar 2. 13 Seni Tipografi	19
Gambar 2. 14 Prinsip Keterbacaan (<i>Legibility</i>)	20
Gambar 2. 15 Prinsip Keterbacaan (<i>Readability</i>)	21
Gambar 2. 16 Contoh Prinsip Keterlihatan (<i>Visibility</i>)	22
Gambar 2. 17 <i>Font Serif</i>	23
Gambar 2. 18 <i>Font Sans Serif</i>	24
Gambar 2. 19 <i>Font Display</i>	25
Gambar 2. 20 <i>Font Script</i>	26
Gambar 2. 21 Seni <i>Layout</i>	27
Gambar 2. 22 Contoh Prinsip Penekanan (<i>Emphasis</i>)	28
Gambar 2. 23 Contoh Prinsip Urutan (<i>Sequence</i>)	29
Gambar 2. 24 Contoh Prinsip Kontras (<i>Contrast</i>)	30
Gambar 2. 25 Contoh Prinsip Keseimbangan (<i>Balance</i>)	31
Gambar 2. 26 Contoh Prinsip Kesatuan (<i>Unity</i>)	31
Gambar 2. 27 Contoh <i>Circus Layout</i>	32
Gambar 2. 28 Contoh <i>Big Type Layout</i>	33
Gambar 2. 29 Contoh <i>Rebus Layout</i>	34



© 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 2. 30 Contoh <i>Frame Layout</i>	35
Gambar 2. 31 Wanra Primer	38
Gambar 2. 32 Warna Sekunder	39
Gambar 2. 33 Warna Tersier	40
Gambar 2. 34 <i>Monochromatic</i>	40
Gambar 2. 35 Contoh Penerapan <i>Monochromatic</i>	41
Gambar 2. 36 <i>Analogous</i>	41
Gambar 2. 37 Contoh Penerapan <i>Analogous</i>	42
Gambar 2. 38 <i>Complementary</i>	42
Gambar 2. 39 Contoh Penerapan <i>Complementary</i>	42
Gambar 2. 40 <i>Split Complementary</i>	43
Gambar 2. 41 Contoh Penerapan <i>Complementary</i>	43
Gambar 2. 42 <i>Triadic</i>	43
Gambar 2. 43 Contoh Penerapan <i>Triadic</i>	44
Gambar 2. 44 <i>Tetradic</i>	44
Gambar 2. 45 Contoh Penerapan <i>Tetradic</i>	44
Gambar 3. 1 Logo Aedifex Company	47
Gambar 3. 2 Varsity Jacket Aedifex Company	48
Gambar 3. 3 Logo Konveksi Tangerang	49
Gambar 3. 4 Produk Konveksi Tangerang	50
Gambar 3. 5 Logo Syamanah	50
Gambar 3. 6 Produk Syamanah	51
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	57
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	58
Gambar 4.3 Sketsa 1	60
Gambar 4.4 Sketsa 2	61
Gambar 4.5 Sketsa 3	62
Gambar 4.6 Sketsa 4	62
Gambar 4.7 Sketsa 5	63
Gambar 4.8 Digitalisasi 1	64
Gambar 4.9 Digitalisasi 2	65



© 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 Digitalisasi 3	66
Gambar 4.11 Desain Terpilih	66
Gambar 4.12 Tipografi	68
Gambar 4.13 Warna	68
Gambar 4.14 Bentuk/Shape	69
Gambar 4.15 Mockup Poster Aedifex Company	70
Gambar 4.16 Testing Poster Aedifex Company	70
Gambar 4.17 <i>Final Artwork</i> Poster Aedifex Company	73
Gambar 4.18 Mockup <i>Final Artwork</i> Poster Aedifex Company	74
Gambar 4.19 Mockup <i>Final Artwork</i> Brosur Aedifex Company	75
Gambar 4.20 Stiker Final Artwork Aedifex Company	76
Gambar 4.21 Mockup Sticker Aedifex Company	77
Gambar 4.22 Mockup Feed Instagram Aedifex Company	78
Gambar 4.23 Mockup Story Instagram Aedifex Company	78

**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 TABEL

Tabel 3. 1 Tabel SWOT	53
Tabel 3. 2 Creative Brief	55
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	58





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Transkrip Hasil Wawancara.....	85
Hasil Data Kuisioner.....	88
Lembar Bimbingan Dosen Materi.....	93
Lembar Bimbingan Dosen Teknis.....	94
Lembar Turnitin.....	95





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

Jaket angkatan merupakan elemen simbolik yang berperan penting dalam membangun identitas kelompok, khususnya di kalangan pelajar dan mahasiswa. Lebih dari sekadar pakaian, jaket angkatan menyimpan nilai-nilai emosional seperti kebersamaan, solidaritas, dan kenangan akan suatu periode tertentu. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa produk visual dapat menjadi sarana representasi identitas sosial dalam komunitas tertentu (Radhitanti, 2023).

Dalam praktiknya, desain jaket angkatan tidak hanya menekankan aspek estetika, tetapi juga aspek fungsional dan emosional. Desain yang baik mampu menciptakan keterikatan antara pengguna dan produk. Menurut Landa (2014), desain grafis yang efektif harus mampu mengkomunikasikan pesan dan membangun koneksi emosional dengan audiens. Oleh karena itu, dibutuhkan pendekatan desain yang tidak hanya mengikuti tren, tetapi juga relevan dengan karakteristik dan gaya hidup target pengguna.

Aedifex Company merupakan vendor yang bergerak di bidang produksi jaket angkatan dengan pendekatan visual yang modern, seperti *varsity jacket*, *coach jacket*, dan *work jacket*. Di tengah meningkatnya persaingan industri *apparel custom*, Aedifex menghadapi tantangan dalam meningkatkan visibilitas brand diantara berkembangnya kompetitor serta untuk memperkuat *brand recall* di kalangan konsumennya. Banyak konsumen mengenali produknya, tetapi kurang mengingat Aedifex sebagai identitas utama di balik produk tersebut. Hal ini menunjukkan rendahnya tingkat *brand awareness*, yang menurut Kotler & Keller (2019) merupakan salah satu indikator utama dalam membangun merek.

Strategi komunikasi visual menjadi salah satu aspek penting dalam membangun brand awareness tersebut. Penggunaan media sosial sebagai media promosi utama memang efektif dalam menjangkau audiens digital, namun belum tentu menciptakan keterikatan yang kuat. Dalam penelitian Sari (2019), media



Hak Cipta :

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

promosi cetak masih memiliki peran signifikan dalam memperkuat daya ingat konsumen karena sifatnya yang fisik dan berinteraksi langsung. Hal ini diperkuat oleh studi dari Fadhilah & Erdansyah (2023), yang menunjukkan bahwa media cetak seperti brosur dan poster masih relevan untuk menjangkau audiens di ruang-ruang publik seperti sekolah dan kampus, terutama dalam konteks promosi produk berbasis komunitas.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, cara untuk mengidentifikasi solusi yang tepat terhadap masalah yang sedang dialami Aedifex Company dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang strategi media promosi cetak yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* Aedifex Company di tengah persaingan industri jaket angkatan?

Dengan menjawab pertanyaan ini, penelitian ini diharapkan dapat memberikan solusi yang tepat dalam merancang strategi media promosi cetak yang efektif untuk meningkatkan *brand awareness* dan juga untuk menciptakan hubungan yang lebih kuat antara pelanggan dan Aedifex Company.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dari latar belakang dan perumusan masalah yang telah dijelaskan, ruang lingkup pembahasan dalam Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain media promosi untuk Aedifex Company.
2. Proses penerapan teori desain grafis untuk perancangan desain media promosi Aedifex Company.
3. Proses penerapan media turunan yang akan dipakai untuk Aedifex Company.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Penelitian ini memiliki manfaat dan tujuan utama dalam membantu Aedifex Company meningkatkan efektivitas strategi promosi mereka melalui media 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

yang berkelanjutan. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan perancangan media promosi yang dilakukan dapat memberikan dampak positif dalam memperkuat *brand awareness* serta membangun visibilitas Aedifex Company dalam industrinya.

1.4.1 Tujuan Penelitian

1. Merancang media promosi cetak yang efektif bagi Aedifex Company agar dapat meningkatkan *awareness* di kalangan target audiens.
2. Menerapkan teori desain grafis untuk menghasilkan media promosi yang tidak hanya jelas secara informasi, tetapi juga mudah dipahami dan menarik target audiens.
3. Mencari media turunan yang diminati oleh para pelanggan dan calon pelanggan agar dapat diterapkan sebagai media promosi.

1.4.2 Manfaat Pembahasan

1. Manfaat Akademis
 - a) Menambah wawasan mengenai strategi perancangan media promosi cetak dalam industri *apparel*, khususnya pada produk jaket angkatan.
 - b) Memberikan referensi bagi penulisan selanjutnya terkait efektivitas media cetak dalam membangun *brand awareness*.
2. Manfaat Praktis
 - a) Memberikan solusi strategis bagi Aedifex Company dalam meningkatkan *brand awareness* melalui media promosi cetak yang efektif dan berkelanjutan.
 - b) Membantu Aedifex Company menciptakan media promosi yang tidak hanya berfungsi sebagai alat pemasaran, tetapi juga memiliki nilai guna jangka panjang bagi pelanggan.



Hak Cipta :

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

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan penelitian ini disusun secara sistematis agar pembaca dapat memahami isi dan alur pembahasan dengan jelas. Adapun sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan alasan utama perancangan media promosi cetak untuk Aedifex Company. Selain itu, bab ini mencakup rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, manfaat serta tujuan penelitian, dan sistematika penulisan yang menjelaskan struktur keseluruhan laporan penelitian.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar dalam penelitian dan perancangan media promosi cetak. Teori yang dibahas mencakup apa itu media promosi, prinsip-prinsip desain, prinsip *font*, prinsip *layout*, dan teori warna. Landasan ini menjadi acuan utama dalam proses perancangan yang dilakukan.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam proses perancangan media promosi cetak. Pembahasan mencakup pendekatan desain, teknik pengumpulan data, analisis target audiens, serta proses kreatif dalam perancangan media promosi yang efektif dan sesuai dengan kebutuhan Aedifex Company.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini berisi proses perancangan media promosi cetak yang akan dilakukan. Pembahasan dalam bab ini meliputi konsep visual terhadap desain yang akan dibuat, pemilihan *key visual*, dan sketsa



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

hingga menjadi hasil akhir yang digunakan untuk meningkatkan *brand awareness* Aedifex Company.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan secara ringkas dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang dapat diberikan untuk Aedifex Company dalam mengembangkan strategi promosi berbasis cetak di masa depan dan saran kepada penulis selanjutnya. Kesimpulan yang disajikan merupakan rangkuman dari hasil penelitian dan perancangan yang telah dilakukan.

Dengan sistematika penulisan ini, diharapkan penelitian dapat tersusun secara runtut dan mudah dipahami oleh pembaca.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

1.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan media promosi untuk Aedifex Company, diperoleh beberapa simpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan dilakukan secara sistematis melalui tahapan pengumpulan data (wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur), dilanjutkan dengan analisis menggunakan pendekatan SWOT dan penyusunan *creative brief* sebagai landasan pengembangan konsep. Setelah itu, dibuat *mindmap* dan *moodboard* untuk merumuskan arah visual yang selaras dengan karakter Aedifex dan target audiensnya, yaitu pelajar dan mahasiswa.

2. Teori desain grafis diterapkan melalui pemilihan elemen visual seperti warna, tipografi, *layout*, dan bentuk. Gaya visual yang digunakan mengacu pada pendekatan *Y2K aesthetic*, yang ditunjukkan melalui penggunaan warna-warna cerah dan kontras seperti *deep purple* (#6717CC), *light lavender* (#A48ED2), *baby pink* (#F8C0EA), serta kombinasi warna dasar hitam (#000000) dan putih (#FFFFFF). Efek *chrome* juga ditambahkan pada beberapa elemen untuk memperkuat kesan futuristik khas era 2000-an. Tipografi yang digunakan terdiri dari jenis huruf "*Coolvetica*" dan "*Vipnagorgialla*" untuk *headline* dan *sub-headline*, dengan ukuran bervariasi antara 40 pt hingga 72 pt tergantung media. Bentuk visual futuristik juga digunakan untuk memperkuat identitas gaya, seperti efek *bevel* yang diberikan untuk setiap penulisan *headline*, efek *glow* pada penulisan di *body-text*, elemen oval juga diberikan efek *bevel* yang sedikit untuk area sampel bahan, dan bentuk lingkaran krom dan elemen gelombang yang memberi kesan digital dan dinamis sebagai *background*. Prinsip desain seperti kontras, ritme, kesatuan, dan hierarki visual diterapkan secara konsisten dalam seluruh media.

3. Media promosi yang dirancang meliputi media utama yaitu poster, brosur, stiker, serta konten digital yang akan menjadi media turunan berupa *Instagram*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4. *feeds* dan *story*, yang keseluruhannya dirancang dengan tampilan visual yang selaras untuk memperkuat *brand awareness* Aedifex.

5. Poster dicetak berukuran A3+ menggunakan bahan *art carton* 210 gram dan dilaminasi *doff* untuk memberikan kesan premium sekaligus meningkatkan daya tahan. Brosur dicetak dalam format *trifold* pada kertas *art carton* 150 gram dengan laminasi *doff* juga, dengan ukuran dasar A4 (21 x 29,7 cm) yang dilipat menjadi tiga bagian untuk menyajikan informasi secara lebih sistematis. Stiker diproduksi menggunakan bahan vinyl dengan *finishing* laminasi *glossy* dan dipotong menggunakan teknik *die cut* sesuai bentuk desain. Untuk kemasan, digunakan plastik klip atau *zipper lock* agar lebih praktis dan profesional. Sementara itu, media digital mencakup *Instagram feed* dan *story*. *Instagram feed* dirancang dalam format 1080 x 1350 piksel untuk menampilkan konten promosi secara berurutan dalam tiga *grid* yang saling bersampingan. *Instagram story* menggunakan ukuran 1080 x 1920 piksel untuk konten pengumuman.

1.2 Saran

Setelah menyelesaikan seluruh tahapan perancangan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan dalam proyek serupa:

1. Bagi mahasiswa yang akan merancang media promosi, disarankan untuk menentukan fokus konsep sejak awal agar proses kreatif lebih terarah dan tidak melebar.
2. Dalam menerapkan gaya visual tertentu, seperti *Y2K*, penting untuk melakukan eksplorasi visual secara menyeluruh agar hasil desain tetap kontekstual, orisinal, dan sesuai dengan karakter merek.
3. Media promosi ini diharapkan dapat membantu Aedifex menjangkau audiens lebih luas melalui pendekatan visual yang konsisten, baik melalui media cetak maupun digital.



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

- Anggraini, S. L., & Nathalia, K. (2022). Desain komunikasi visual: Panduan untuk pemula. Nuansa Cendekia.
- Bakhri, S., Hanif, A., Hendrian, Y., & Martanto, M. L. (2024). Pelatihan pembuatan brosur dan pamflet menggunakan Canva sebagai pendukung kegiatan usaha pada Koperasi Wanita Atsiri Citayam Bogor. PEMANAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nasional, 4(1), 11–18.
<https://doi.org/10.22441/pemanas.v4i1.26017>
- Blain, B. (2024, August 26). RGB vs CMYK: The ultimate guide to print color perfection. Printify. <https://printify.com/blog/rgb-vs-cmyk/>
- Carter, R., Meggs, P. B., Day, B., Maxa, S., & Sanders, M. (2014). Typographic design: Form and communication (5th ed.). Wiley.
- Deddy Award W. L. (2013). Pengantar desain grafis.
https://repository.dinus.ac.id/docs/ajar/KOMBINASI_UNSURPRINSIP_DESAIN.pdf
- Dewi, R. K., & Gischa, S. (2023). Pengertian warna primer, sekunder, dan tersier. Kompas.
<https://www.kompas.com/skola/read/2023/02/23/124830569/pengertian-warna-primer-sekunder-dan-tersier>
- Durianto, D., Sugiarto, & Sitinjak, T. (2001). Brand equity: Ten strategy memimpin pasar. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.



© 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

Eiseman, L. (2017). *The complete color harmony: Pantone edition*. Rockport Publishers.

Ekawardhani, Y. A., & Natagracia, G. (2012). Kajian prinsip pokok tipografi (legibility, readability, visibility, dan clarity) pada poster film *Beranak dalam Kubur The Movie* dan *Jelangkung*. *Visualita*, 4(1), 87–99. <https://media.neliti.com/media/publications/266957-kajian-prinsip-pokok-tipografi-legibilit-4104ed75.pdf>

Fadhilah, N., & Erdansyah, F. (2023). Kajian prinsip desain pada brosur pendidikan RA Siti Fatimah Tanjung Morawa. *Laboratory Journal: Jurnal Seni Pertunjukan dan Seni Rupa*, 1(1). <https://doi.org/10.24114/jils.v1i1.42911>

Feisner, E. A., & Reed, R. (2014). *Color studies* (3rd ed.). Bloomsbury Academic.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.

Landa, R. (2014). *Graphic design solutions* (5th ed.). Cengage Learning.

Mahardhika, E. C. A., & Sintar, N. (2018). Strategi pemasaran melalui brosur. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 2(1), 50–60. <https://doi.org/10.56873/jimik.v2i1.40>

Nawadwipa. (2022). Kelebihan dan kekurangan penggunaan spanduk. <https://www.nawadwipa.co.id/kelebihan-dan-kekurangan-penggunaan-spanduk>

Noviah, S. R. (2024, July 29). Facebook Ads atau Google Ads: Mana yang Lebih Baik? Exabytes. Retrieved April 11, 2025, from <https://www.exabytes.co.id/blog/facebook-ads-atau-google-ads/>



© 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

Pradekso, T., Widodo, A., & Nugroho, S. (2013). Tata letak (layout) dalam desain grafis. Universitas Sebelas Maret.
https://widodo.staff.uns.ac.id/files/2013/09/RINGKASAN-MODUL-3_Tata-Letak-Layout.pdf

Radhitanti, A. (2023). Komposisi elemen grafis pada produk kreatif dalam membangun identitas visual jenama (Studi kasus: Produk aksesoris "Tulisan"). Reka Makna: Jurnal Komunikasi Visual, 3(2), 53–63.
<https://doi.org/10.31940/rm.v3i2.10550>

Rustan, S. (2009). Layout: Dasar dan penerapannya. Gramedia.

Sari, D. P. (2019). Pemanfaatan media sosial sebagai sarana promosi. Jurnal Ilmu Komunikasi, 17(2), 127–135.
<https://media.neliti.com/media/publications/292594-pemanfaatan-media-sosial-sebagai-sarana-18569ae5.pdf>

Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2023). Analisis perkembangan dan pengaruh tipografi pada sampul majalah Bobo terhadap ketertarikan anak. Wimba Jurnal Komunikasi Visual, 14(1), 45–57.
<https://doi.org/10.5614/jkvw.2024.15.1.1>

Setiawan, R. (2021). Pahami perbedaan RGB dan CMYK. Dicoding.
<https://www.dicoding.com/blog/perbedaan-rgb-dan-cmyk/>

Sihombing, D. (2001). Tipografi dalam desain grafis. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. <https://gpu.id/book/75811/tipografi-dalam-desain-grafis>



© 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

Siregar, V. M. M. (2018). Perancangan website sebagai media promosi dan penjualan produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 9(1), 15–

21. <https://doi.org/10.56327/jurnaltam.v9i1.594>

Wahyuni, B. P. (2020). Prinsip-prinsip tata letak dalam desain grafis. ITEC. <https://itec.sch.id/>

Wicklund, R. A., & Gollwitzer, P. M. (1981). Symbolic self-completion, attempted influence, and self-deprecation. *Basic and Applied Social Psychology*, 2(2), 89–114. https://doi.org/10.1207/s15324834basp0202_2

Yunita Wijaya, P. (2004). Tipografi dalam desain komunikasi visual. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 1(1). <https://doi.org/10.9744/nirmana.1.1>

**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 LAMPIRAN

Transkrip Hasil Wawancara

Tanggal: Jumat, 6 Juni 2025

Narasumber: Faiz Fathir Rinzany Putra dan Muhammad Dafa

Jabatan: Founder

Wawancara: Tatap Muka

Q: Bisa dijelaskan kembali, bagaimana Aedifex ingin dipersepsikan oleh target pasarnya?

A: Aedifex company dipersepsikan sebagai vendor jaket angkatan profesional dan dikenal sebagai vendor yang memiliki konsep Y2K pada segi produk.

Q: Apa keunggulan utama Aedifex dibanding kompetitor sejenis saat ini?

A: Mereka masih berat untuk mengeluarkan biaya untuk mendapatkan kualitas yang lebih baik

Q: Saat ini, menurut Anda bagaimana tingkat brand awareness Aedifex di kalangan sekolah/pelanggan lama?

A: Brand awareness aedifex pada kalangan sekolah dan pelanggan lama cukup dikenal. Akan tetapi belum dikenal banyak sekolah.

Q: Media promosi apa saja yang selama ini digunakan Aedifex?

A: promosi konten yang dijalankan oleh aedifex company melalui platform tiktok dan instagram

Q: Apa kendala yang paling sering muncul saat mempromosikan Aedifex ke sekolah-sekolah?

A: Promosi yang dilakukan oleh tim aedifex saat ini hanya melalui platform media sosial.. sehingga banyak pertimbangan harga dari pelanggan

Q: Apakah Aedifex memiliki dokumentasi atau arsip desain promosi lama (contoh katalog, brosur, dll)?



© 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

A: Aedifex memiliki brosur katalog dan arsip dari design & dokumentasi pelanggan.

Q: Apakah selama ini ada feedback dari pelanggan tentang promosi Aedifex?

A: Belum mendapat feedback dari pelanggan terkait media promosi

Q: Siapa target utama Aedifex sekarang? Apakah hanya pelajar SMA/SMK atau termasuk kampus?

A: Target audiens aedifex adalah Smp kelas 3 - kampus

Q: Apakah Aedifex punya data demografi atau psikografi pelanggan (usia, minat, preferensi desain)?

A: Usia target pelanggan aedifex dari umur 15-25 tahun, fashion dan stylish, Streetwear.

Q: Gaya visual seperti apa yang menurut klien paling disukai oleh audiens mereka?

A: Gaya visual dari segi design memiliki variasi dari masing masing pelanggan tidak memiliki gaya visual yang tetap dari pelanggan.

Q: Dari sisi Aedifex, media promosi cetak seperti apa yang dianggap efektif dan relevan saat ini?

A: Brosur dan poster.

Q: Apakah Aedifex terbuka untuk konsep media promosi jangka panjang seperti display mading dengan bahan fisik (contoh: sample bahan jaket)?

A: Bersedia

Q: Apakah Aedifex sudah memiliki brand guideline (logo, warna, font, tone visual)?

A: Tone dari aedifex adalah abu putih dan hitam

Q: Seberapa fleksibel Aedifex terhadap eksplorasi desain baru untuk promosi cetak?

A: Cukup fleksibel

Q: Apa ekspektasi Aedifex dari media promosi cetak yang akan dirancang?



© 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

A: Membuat orang penasaran dengan aedifex dengan cara yang unik yang pastinya teranalisa dengan baik

Q: Apakah ada metrik tertentu untuk menilai keberhasilan media promosi ini (misalnya: peningkatan pesanan, peningkatan followers, lebih sering diingat, dsb)?

A: Ya ada, kita dapat melihat grafik customer yang menghubungi kami melalui chat.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

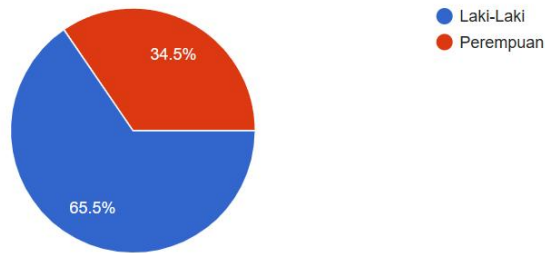
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Hasil Data Kuisoner

Jenis Kelamin

55 responses

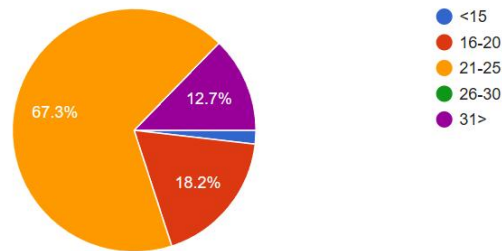
Copy chart



Usia

55 responses

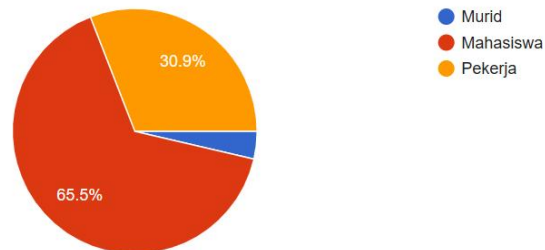
Copy chart



Status Pekerjaan

55 responses

Copy chart





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

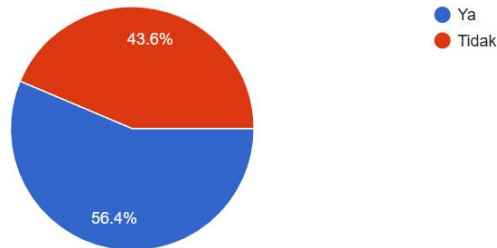
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tingkat Awareness

Apakah Anda pernah mendengar tentang Aedifex Company sebelumnya?

Copy chart

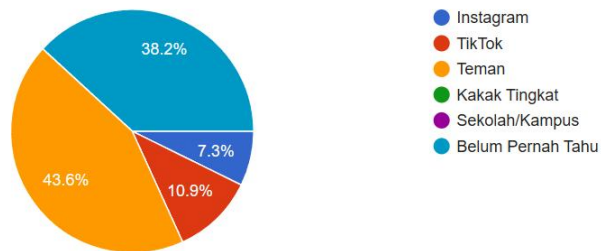
55 responses



Dari mana Anda pertama kali mengetahui tentang Aedifex Company?

Copy chart

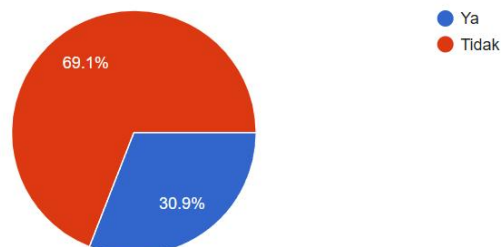
55 responses



Apakah Anda mengikuti akun media sosial Aedifex Company?

Copy chart

55 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

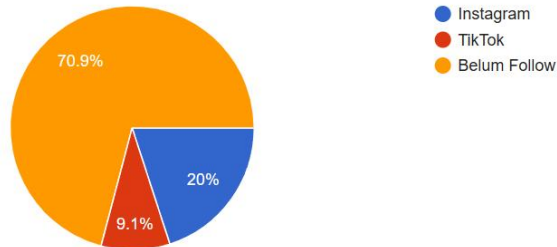
Hak Cipta :

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

Jika ya, di platform apa saja Anda mengikuti Aedifex Company?

Copy chart

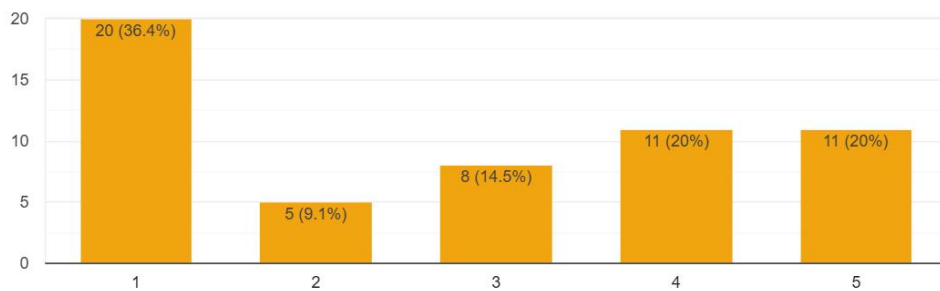
55 responses



Seberapa familiar Anda dengan layanan yang ditawarkan oleh Aedifex

Copy chart

55 responses

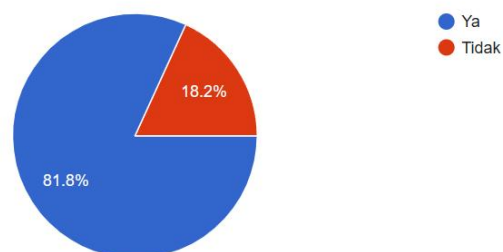


Preferensi Media Promosi

Apakah Anda masih sering memperhatikan media promosi dalam bentuk cetak (seperti brosur, poster, flyer, dll.)?

Copy chart

55 responses



Hak Cipta :

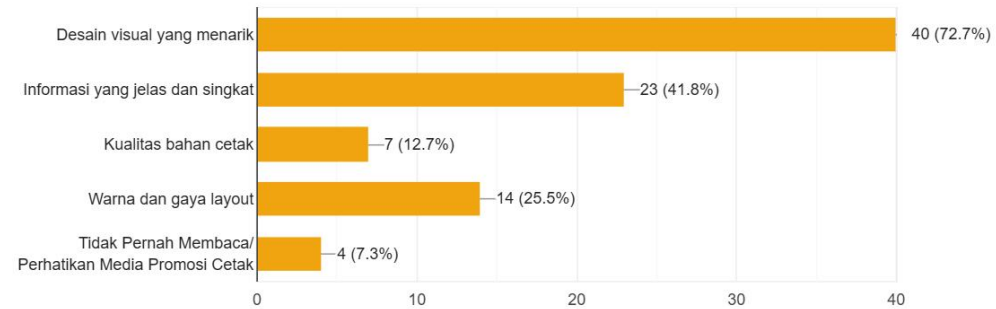
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Jika ya, apa yang membuat Anda tertarik untuk membaca atau memperhatikan media promosi cetak?

[Copy chart](#)

(bisa pilih lebih dari satu)

55 responses

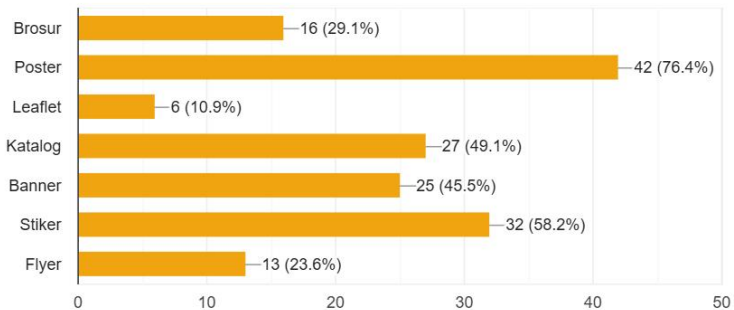


Media promosi cetak apa yang paling menarik perhatian Anda?

[Copy chart](#)

(bisa pilih lebih dari satu)

55 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

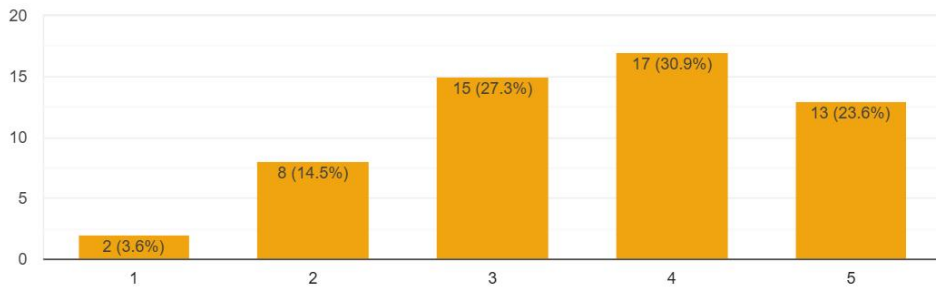
Hak Cipta :

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

Menurut Anda, seberapa efektif media promosi cetak dalam memperkenalkan brand/vendor seperti Aedifex Company?

[Copy chart](#)

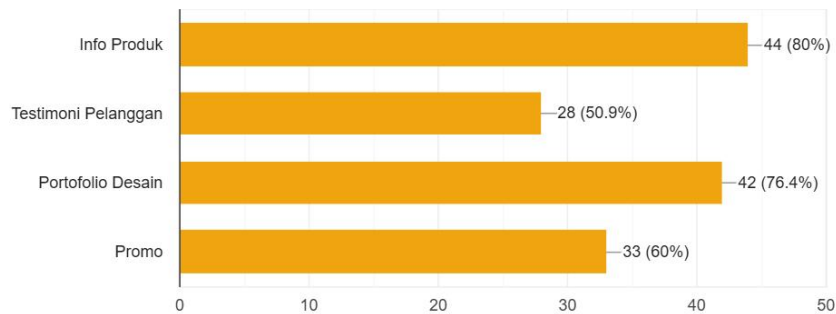
55 responses



Konten apa yang sebaiknya ditampilkan dalam media promosi cetak Aedifex Company
(bisa pilih lebih dari satu)

[Copy chart](#)

55 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lembar Bimbingan Dosen Materi

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
URUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	
NAMA MAHASISWA	Muhammad Dimas Nugraha
NAMA PEMBIMBING	Andriyanto, S.E., M.Kom
JUDUL TUGAS AKHIR	Perencanaan media promosi untuk Aedifex Company
PETERANGAN:	
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	27/2/2025	Media promosi yang di fokuskan hanya kalender, harus ganti menjadi kebutuhan keseluruhan media promosi Aedifex Company. Karena kalau kalender saja terlalu mudah.	Hasil Bimbingan Sama Pak Andry 1. Bimbingan setiap minggu di hari Kamis jam 10 pagi 2. Next pertemuan judul ganti jadi media promosi aja jangan pake kalender 3. Ganti juga project background karena gajadi kalender tapi pake media promosi Apa yang harus di bikin dan di kasih liat buat next bimbingan 1. Desain Media Promosinya 2. sama BAB 1 dan 2
2	05/03/2025	sudah mulai menulis bagian BAB 1 tetapi masih terdapat beberapa kesalahan dalam penulisan seperti masih terdapat beberapa poin di 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan yang terlalu luas apabila ingin dibahas di penelitian ini, harus membenarkan kalimat-kalimat yang dapat membuat salah tangkap, dan mengurangi poin pembahasan turunan seperti di bagian 1.4 Tujuan dan Manfaat.	- Mengganti beberapa kalimat yang sudah ditandai dengan kalimat yang lebih jelas penjelasannya. - Mengurangkan poin Ruang Lingkup Pembahasan yang dapat membuat penelitian nantinya terlalu panjang. - dan menghapus poin turunan di 1.4 Tujuan dan Manfaat menjadi merancang strategi media promosi, menerapkan prinsip teori, dan mencari media turunan.
3	09/04/2025	Tambahkan kata "turunan" pada poin ketiga di subbab 1.4.1 Tujuan Penelitian agar tujuan penelitian lebih spesifik terhadap media yang dihasilkan. Judul dan subjudul pada seluruh bab dan subbab harus diratakan paling kiri, sesuai format penulisan ilmiah. Isi dari setiap judul dan subjudul cukup mengikuti format paragraf biasa, tidak perlu rata kiri seperti judulnya. Hindari memberikan spasi kosong (enter tambahan) di akhir setiap paragraf. Cukup enter satu kali untuk pindah ke paragraf baru. Pada subbab 3.2.4 Consumer Insight, tambahkan kesimpulan dari masing-masing hasil survei untuk memperjelas insight yang didapat. Analisis SWOT yang digunakan sebaiknya membahas strategi media promosi (bukan produk jaketnya), fokus pada desain komunikasi visual dan pendekatan media yang digunakan.	Menambahkan kata "turunan" pada poin ketiga di subbab 1.4.1 Tujuan Penelitian agar tujuan lebih terarah ke hasil desain media promosi. Mengatur ulang format penulisan judul dan subjudul agar rata kiri sesuai pedoman penulisan ilmiah. Menyesuaikan penulisan isi setiap bab/subbab agar tidak rata kiri, tetapi menggunakan justify untuk tampilan yang lebih rapi. Menghapus spasi kosong (enter tambahan) di akhir setiap paragraf untuk menjaga kerapian naskah. Menambahkan kesimpulan dari setiap hasil survei di subbab 3.2.4 Consumer Insight untuk memperjelas insight yang diperoleh dari data responden. Merevisi bagian analisis SWOT agar fokus pembahasannya mengarah ke desain media promosi, bukan pada produk jaket angkatannya. Meninjau kembali bagian-bagian terkait lainnya agar setara dengan revisi dan arahan di atas sebelum bimbingan lanjutan.
4	19 Mei 2025	Membuat mindmap hingga menemukan kata benda yang menuju ke arah perancangannya dan dimasukkan ke dalam tabel dengan menggunakan 3 kata dari tujuan selanjutnya.	Merevisi mindmap dan membuat tabel key visual
5	16 Juni 2025	Terdapat kesalahan dalam penulisan yang pertama nama dosen pak Andriyanto masih typo dan penulisan swotnya masih salah dimana seharusnya menggunakan strategi untuk media.	Merevisi desain banner untuk semnas
6	20 Juni 2025	Sudah tidak ada koreksi untuk bimbingan artikel karena sudah jelas.	
7	29 Juni 2025	Untuk penempatan angka pada halaman masih salah.	Merevisi pembenaran numerik angka pada setiap halamannya
8	30 Juni 2025	Untuk bimbingan kali ini masalah pada laporan yang besar ada pada karyanya, dikarenakan, untuk judul media promosi dengan media utama berupa poster ditakutkan akan membuat nilai akhir.	Membenarkan Bab 4 dengan menambahkan apa saja yang dibutuhkan untuk menjadi media collateral, dan menambahkan penulisan dengan secara visual yang masih.

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

Lembar Bimbingan Dosen Teknis

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS	
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN	
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA	V
NAMA MAHASISWA	Muhamad Dimas Nugraha
NAMA PEMBIMBING	Emmida Djondadi, MT, M.B.A
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan media promosi untuk Aedifex Company
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	10/04/2025	Tujuan Pembahasan Silakan tambahkan penjelasan mengenai tujuan pembahasan di bagian awal pembahasan agar lebih terarah. Usahakan penyusunannya disesuaikan dengan ruang lingkup pembahasan agar lebih fokus dan tidak terlalu melebar. BAB I.5 Sistematika Penulisan Bagian sistematika penulisan perlu diberikan penjelasan lebih meyakinkan. Mohon justify bagian ini agar tampilan teks lebih rapi dan mudah dibaca. Media Turunan - BAB II Dalam pembahasan mengenai media turunan, sebaiknya sertakan contoh gambar yang relevan dan representatif terhadap produk klien agar pembaca mendapatkan gambaran visual yang lebih jelas. Media Sosial - BAB II Untuk memperkuat penjelasan mengenai media sosial, mohon disertakan screenshot halaman instagram, website, dan contoh iklan digital (ads) Aedifex Company agar data dan penjelasan lebih konkret. Bahasa Asing Masih terdapat beberapa istilah atau kata dalam bahasa Inggris yang belum dimiringkan (italic). Mohon dikoreksi agar sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Jenis-Jenis Layout - BAB II Penjelasan mengenai jenis-jenis layout perlu dilengkapi dengan analisis yang lebih detail berdasarkan contoh gambar yang digunakan, bukan hanya menyebutkan jenisnya saja. Keharmonisan Warna - BAB II Mohon tambahkan contoh desain yang menggunakan berbagai jenis keharmonisan warna (monokromatik, analogus, komplementer, dll), lalu jelaskan penerapannya secara singkat namun informatif. Penggunaan Kata "Saya" - BAB III Dalam BAB III, penggunaan kata "saya" perlu dihindari karena laporan ilmiah sebaiknya bersifat objektif. Mohon ubah dengan sudut pandang pihak ketiga. Metode Pengumpulan Data - BAB III Tolong dijelaskan lebih lengkap mengenai asal data yang digunakan: dikumpulkan dari mana, dengan metode apa, serta bagaimana proses pengumpulannya dilakukan. Visi dan Misi Aedifex Company - BAB III Visi dan misi perusahaan perlu dijabarkan secara lebih terperinci dan kontekstual, terutama bagaimana keterkaitannya dengan strategi promosi dan karakter target audiens. Tabel Lanjutan (Opsional) Jika terdapat tabel yang terpisah dari halaman sebelumnya, tambahkan keterangan "Lanjutan Tabel X.X" di bagian atas tabel agar tidak membingungkan pembaca.	Menambahkan penjelasan mengenai tujuan pembahasan di awal BAB II agar selaras dengan ruang lingkup pembahasan dan lebih fokus pada sasaran pembahasan. Melengkapi dan memperjelas isi dari subbab BAB I.5 Sistematika Penulisan, serta mengatur perataan teks menjadi justify agar tampilannya lebih rapi. Menyisipkan contoh gambar media turunan (seperti poster, brosur, katalog) yang sesuai dengan produk Aedifex Company di BAB II. Menambahkan contoh desain visual dari laman Instagram, website, dan iklan digital (ads) milik Aedifex Company yang relevan dengan jasa yang ditawarkan. Melakukan pengecekan dan perbaikan terhadap istilah atau kata bahasa Inggris yang belum dimiringkan (italic) sesuai aturan penulisan ilmiah. Memberikan penjelasan lebih detail pada setiap jenis layout yang dibahas di BAB II, berdasarkan contoh gambar yang ditampilkan. Menambahkan contoh visual dan penjelasan singkat mengenai penerapan jenis-jenis keharmonisan warna seperti monokromatik, analogus, dan komplementer di BAB II. Mengubah penggunaan kata "saya" menjadi sudut pandang objektif (pihak ketiga) pada seluruh isi BAB III. Menjelaskan secara lebih lengkap dan sistematis mengenai metode pengumpulan data, termasuk sumber data, cara pengumpulan, dan alat yang digunakan. Menyusun ulang penjabaran visi dan misi Aedifex Company agar lebih mendalam dan relevan dengan strategi promosi serta karakter target audiens. Menambahkan keterangan "Lanjutan Tabel X.X" pada tabel yang terpisah dari halaman sebelumnya (jika ada) untuk menjaga kesinambungan informasi dalam dokumen.
2	20 Mei 2025	Mendapatkan masukan untuk membuat media promosi agar lebih berkesan dengan menyangkut paletkan indra perasa seperti penciuman, perasa, penglihatan dan pendengaran.	Saya menjadikan desain yang saya buat dilengkapi dengan sampel bahan jaket angketan untuk para pelihar akan memasukan bahan dan kualitas dari produk tersebut
3	12 Juni 2025	Masih terdapat banyak penulisan pada bab 1 - 3 yang ukuran caption gambarnya masih kebesaran, masih terdapat banyak gambar yang dapat dibuat dengan sendiri doripada mengambil online, dan masih ada beberapa kata penulisan dalam bahasa inggris yang belum di italic	mengganti beberapa gambar yang terlalu mengulang ngulang dan dapat dibuat dengan punya pribadi, mengecilkan font pada caption dan meng italic kan penulisan bahasa inggris
4	1 Juni 2025	Masih terdapat beberapa penulisan pada bab 4-5 yang masih diperlukan penjelasan lebih mendalam mengenai dari elemen dari desain dsb dan memperdalam juga penulisan di bab 5 kesimpulan	menambahkan penjelasan apa saja yang perlu di tambahkan pada laporan tugas akhirnya

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



© 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 Turnitin



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

PAPER NAME

Laporan TA_Muhamad Dimas Nugraha_B
AB 1-5.pdf

AUTHOR

Muhamad Dimas Nugraha

WORD COUNT

12353 Words

CHARACTER COUNT

78162 Characters

PAGE COUNT

81 Pages

FILE SIZE

2.6MB

SUBMISSION DATE

Jul 3, 2025 8:01 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 3, 2025 8:04 AM GMT+7

● 6% Overall Similarity

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

- 6% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

● 6% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 6% Internet database
- 2% 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	docplayer.info	<1%
	Internet	
2	123dok.com	<1%
	Internet	
3	iainbukittinggi.ac.id	<1%
	Internet	
4	peraturan.bpk.go.id	<1%
	Internet	
5	projects.co.id	<1%
	Internet	
6	ojs.unikom.ac.id	<1%
	Internet	
7	repository.stsrdvisi.ac.id	<1%
	Internet	
8	jurnal.feb-umi.id	<1%
	Internet	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

9	perpusteknik.com	<1%
	Internet	
10	provenexpert.com	<1%
	Internet	
11	johannessimatupang.wordpress.com	<1%
	Internet	
12	Sri Ratna, Sri Watini. "Implementasi Model Asyik Dalam Pembelajaran ...	<1%
	Crossref	
13	eprints.undip.ac.id	<1%
	Internet	
14	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
15	library.binus.ac.id	<1%
	Internet	
16	repository.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
17	websiteplanet.com	<1%
	Internet	
18	taufanyanuar.com	<1%
	Internet	
19	biotifor.or.id	<1%
	Internet	
20	id.scribd.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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

21	issuu.com Internet	<1%
22	nanopdf.com Internet	<1%
23	scholar.unand.ac.id Internet	<1%
24	zombiedoc.com Internet	<1%
25	Axeldo Chorwanda Ganggas Adyaksa, Dwi Budi Santoso, Jeffri Alfa Ra... Crossref	<1%
26	repository.stie-mce.ac.id Internet	<1%
27	takterlihat.com Internet	<1%
28	eprints.uny.ac.id Internet	<1%
29	es.scribd.com Internet	<1%
30	repository.upi.edu Internet	<1%
31	text-id.123dok.com Internet	<1%
32	coursehero.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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

33	liputan6.com	Internet	<1%
34	terjemahanlagu.net	Internet	<1%
35	adoc.tips	Internet	<1%
36	artikelpendidikan.id	Internet	<1%
37	core.ac.uk	Internet	<1%
38	dibimbing.id	Internet	<1%
39	digilib.dinamika.ac.id	Internet	<1%
40	id.123dok.com	Internet	<1%
41	labedug.wordpress.com	Internet	<1%
42	mafiadoc.com	Internet	<1%
43	media.neliti.com	Internet	<1%
44	meherpurbarta.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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103297463

45	toffeedev.com	Internet	<1%
46	scribd.com	Internet	<1%
47	Angelina Ervina Jeanette Egeten, Siska A. Damanik, Ika Agustina, Marc...	Crossref	<1%
48	blogs.itb.ac.id	Internet	<1%
49	infokampus.web.id	Internet	<1%
50	ml.scribd.com	Internet	<1%
51	pesanseragam.net	Internet	<1%
52	pt.scribd.com	Internet	<1%
53	re-techs.blogspot.com	Internet	<1%
54	repository.isi-ska.ac.id	Internet	<1%
55	portalinvestasi.com	Internet	<1%
56	Surono, Atin Anggraini. "Model peningkatan purchase intention melalui...	Publication	<1%

Sources overview