



Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL*
SEBAGAI MEDIA PEMASARAN
BRAND ALEENAZAIRE HIJAB**



**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
TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Marketing collateral Brand Aleenazaire*
Hijab Sebagai Media Pemasaran
Penulis : Yudha Sujud Pranyoto
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Anggi Anggarini, M. Ds
NIP. 198503162010122002

MRR. Tiya Maheni DK, S.H., M.H.
NIP. 197608241999032002



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BRAND ALEENAZAIRE HIJAB

Oleh:

YUDHA SUJUD PRANYOTO
2106421063

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2025

Penguji I

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

Penguji II

Rachmah Nanda Kartika, M.T.
NIP. 199206242019032025

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 MARKETING COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN BRAND ALEENAZAIRE HIJAB

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, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,

Yudha Sujud Pranyoto

2106421063



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

Menurut data yang diambil dari World Economic Forum pada tahun 2022 permintaan produk fesyen hijab di Indonesia terus mengalami peningkatan, tetapi pasar domestik masih didominasi oleh produk impor sehingga mendorong pelaku UMKM lokal untuk merumuskan strategi efektif untuk memasarkan produknya lebih luas. Aleenazaire sebagai salah satu UMKM fesyen hijab lokal yang turut andil dalam persaingan pasar hijab domestik menyasar Gen Z menjadi segmen pasar utamanya yang baru sebagai upaya dalam memperluas cakupannya. Sayangnya Aleenazaire belum memiliki media pemasaran yang dirancang khusus untuk Gen Z sebagai target pasar barunya. *Marketing Collateral* dapat diperhitungkan sebagai media pemasaran yang efektif terhadap Gen Z melalui penerapan konsistensi dan *personal branding* yang kuat. Untuk mengoptimalkan fungsi *marketing collateral*, diperlukan desain visual yang menarik dan selaras dengan identitas *brand* agar mampu menarik perhatian audiens di tengah persaingan informasi produk yang beredar. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *marketing collateral* brand Aleenazaire sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya tarik terhadap Gen Z dengan menerapkan teori desain grafis. Metode penelitian yang digunakan adalah *mix-method* dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, studi literatur, dan kuesioner. Proses perancangan desain dilakukan dengan metode pendekatan *Five Phase Model of the Design Process* oleh Robin Landa. Hasil dari penelitian berupa serangkaian materi pendukung pemasaran yang didesain secara konsisten dengan gaya *clean, elegant*, dan menggunakan warna-warna *soft*. Ilustrasi Bunga dahlia dan tumbuhan kapas yang disederhanakan akan menjadi elemen *key visual* dalam konsep desain untuk merepresentasikan produk Aleenazaire. *Marketing collateral* baru ini diharapkan dapat membantu *brand* Aleenazaire hijab untuk menarik konsumen Gen Z lebih efektif dengan cakupan audiens yang lebih luas.

Kata kunci: Aleenazaire, *Marketing Collateral*, Media Pemasaran, Gen-Z



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

According to data from the World Economic Forum in 2022, the demand for hijab fashion products in Indonesia has continued to increase. However, the domestic market is still dominated by imported products, prompting local MSMEs to formulate effective strategies to market their products more broadly. Aleenazaire, one of the local hijab fashion brands participating in the domestic hijab market, is now targeting Gen Z as its new primary market segment in an effort to expand its market reach. Unfortunately, Aleenazaire has not yet developed marketing media specifically designed for Gen Z as its target audience. Marketing collateral can be considered an effective promotional tool for engaging Gen Z through the application of consistent and strong personal branding. To optimize the function of marketing collateral, visually appealing designs that align with the brand identity are necessary to attract audience attention amid the competitive flow of product information. This research aims to design Aleenazaire's marketing collateral as a promotional medium to enhance its appeal to Gen Z by applying graphic design theory. A mixed-method approach was used in this research, with data collected through interviews, observations, literature reviews, and questionnaires. The design process followed Robin Landa's Five Phases of the Design Process approach. The result of this study is a set of marketing materials designed with a consistent, clean, and elegant style using soft color palettes. Simplified illustrations of dahlia flowers and cotton plants serve as key visual elements in the design concept, representing Aleenazaire's product identity. This new marketing collateral is expected to help the Aleenazaire hijab brand attract Gen Z consumers more effectively, with a broader audience reach.

Keywords: Aleenazaire, Marketing Collateral, Marketing Media, Gen-Z

**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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kepada kehadiran Allah SWT, yang dengan rahmat dan karunia-Nya, penulis menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Marketing collateral Brand Aleenazaire* Hijab Sebagai Media Pemasaran” yang menjadi salah satu syarat untuk menyelesaikan perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta dengan gelar sarjana terapan desain grafis. Proses penulisan Tugas Akhir ini tidak dapat dipisahkan dari bantuan berbagai pihak yang terlibat, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta atas dukungan, arahan, serta kesempatan yang telah diberikan dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
4. Anggi Anggarini, M. Ds selaku Dosen Pembimbing I dan MRR. Tiyas Maheni DK, S.H., M.H. Selaku Dosen pembimbing II atas bimbingan, kritik, dan saran yang diberikan selama proses penulisan Tugas Akhir.
5. Dosen dan Staf Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Program Studi Desain Grafis yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas ilmu, pengetahuan, pelajaran serta dukungan selama penulis menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Seluruh tim dan *brand owner* Aleenazaire yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan kepada penulis untuk mengembangkan proyek perancangan *marketing collateral* untuk *brand* Aleenazaire dalam Tugas Akhir ini.
7. Rekan sejawat yang telah memberikan dukungan, masukan, dan semangat selama proses pengerjaan tugas akhir ini. Kolaborasi dan diskusi yang terjalin menjadi bagian penting yang turut memperkaya proses berpikir dan pengembangan desain.



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

8. Seluruh pihak yang terlibat, yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu tanpa mengurangi rasa hormat atas segala dukungan, bantuan, dan kontribusi yang telah diberikan selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Laporan Tugas Akhir ini disusun dengan segenap kemampuan dan upaya yang maksimal, namun penulis menyadari bahwa hasilnya masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat terbuka dan mengharapkan adanya kritik serta saran yang membangun dari berbagai pihak guna perbaikan di masa mendatang. Masukan yang diberikan akan menjadi bahan evaluasi berharga untuk meningkatkan kualitas karya dan pengembangan diri penulis.

Depok, 9 April 2024

Yudha Sujud Pranyoto

**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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	xvi
1.1 Latar Belakang	16
1.2 Rumusan Masalah	19
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	19
1.4 Tujuan dan Manfaat	19
1.5 Sistematika Penulisan.....	20
BAB II.....	22
2.1 Pemasaran	22
2.1.1 Media Pemasaran	22
2.1.2 Marketing collateral	23
2.2 Elemen Desain Grafis	24
2.2.1 Warna	24
2.2.2 Tipografi.....	33
2.2.3 Gambar	37



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

2.2.4	<i>Layout</i>	40
2.3	Prinsip Gestalt	44
2.4	Prinsip Desain	45
2.5	Proses Desain	47
BAB III		51
3.1	Metode Penelitian.....	51
3.2	Data dan Analisis	56
3.2.1	<i>Client Profile</i>	56
3.2.2	<i>Product Knowledge</i>	57
3.2.3	<i>Competitor Information</i>	59
3.2.4	<i>Consumer Insight</i>	61
3.2.5	Analisis SWOT	64
3.3	Arahan Kreatif.....	67
BAB IV		69
4.1	Konsep Visual	69
4.1.1	Mind Map.....	69
4.1.2	Mood Board	70
4.2	Proses Desain	71
4.2.1	Sketsa Manual	72
4.2.2	Digitalisasi Sketsa	76
4.2.3	Desain Terpilih.....	78
4.2.4	<i>Testing</i>	82
4.2.5	Desain Final	84
4.3	MediaPendukung	89
4.4	Pertimbangan Produksi	92



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.....	94
5.1 Kesimpulan	94
5.2 Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
LAMPIRAN.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 <i>Hue, Saturation & Brightness</i>	26
Gambar 2. 2 <i>Color Wheel</i>	27
Gambar 2. 3 Skema Warna Monokromatik	28
Gambar 2. 4 Skema Warna <i>Analogous</i>	29
Gambar 2. 5 Skema Warna Triadik.....	29
Gambar 2. 6 Skema warna Komplementer	30
Gambar 2. 7 Skema Warna <i>Split</i> Komplementer	30
Gambar 2. 8 Skema Warna <i>Analogous</i> Komplementer	31
Gambar 2. 9 Skema Warna Tetradik.....	31
Gambar 2. 10 Skema Warna Netral	32
Gambar 2. 11 Tabel Psikologi Warna	33
Gambar 2. 12 Huruf Jenis <i>Serif</i>	36
Gambar 2. 13 Huruf Jenis <i>Sans Serif</i>	36
Gambar 2. 14 Huruf Jenis <i>script</i>	37
Gambar 2. 15 Huruf Jenis <i>Display</i>	37
Gambar 2. 16 Foto	38
Gambar 2. 17 Ilustrasi.....	39
Gambar 2. 18 Model Semiotika Saussure.....	39
Gambar 2. 19 Model Semiotika Peirce	40
Gambar 2. 20 <i>Manuscript Grid</i>	43
Gambar 2. 21 <i>Column Grid</i>	43
Gambar 2. 22 <i>Modular Grid</i>	44
Gambar 2. 23 Bagan Kerangka Teori	50
Gambar 3. 1 Bagan Metode Perancangan Desain	55
Gambar 3. 2 Foto Produk Aleena Signature	58
Gambar 3. 3 Tampilan Media Pemasaran Authentism	60
Gambar 3. 4 Tampilan Media Pemasaran Lafiye.....	60



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

Gambar 4. 1 <i>Mind Map</i>	69
Gambar 4. 2 <i>Mood Board</i> Inspirasi.....	70
Gambar 4. 3 <i>Mood Board</i> Referensi	71
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1: Tema 'Refined Proportion'	73
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2: Tema 'Visual Collide'	73
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 3: Tema 'Minimal Statement'	74
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 4: Tema 'Framed Elegance'	75
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 5: Tema 'The Elegant Combination'	76
Gambar 4. 9 Desain Alternatif 1: Tema 'Refined Proportion'	77
Gambar 4. 10 Desain Alternatif 3: Tema 'Minimal Statement'	77
Gambar 4. 11 Desain Alternatif 4: Tema 'Framed Elegance'	78
Gambar 4. 12 Alternatif 1 Sebagai Desain Terpilih.....	79
Gambar 4. 13 Pengoptimalan Desain Alternatif 1	79
Gambar 4. 14 Poster Sosial Media Utama <i>Rows 2 Aleena Signature</i>	80
Gambar 4. 15 Poster Sosial Media Utama <i>Rows 3 Aleena Signature</i>	80
Gambar 4. 16 <i>Mockup</i> Desain Sosial Media.....	85
Gambar 4. 17 Desain Poster Sosial Media Aleena Signature	86
Gambar 4. 18 Desain Poster Sosial Media Aleena Signature pada Tampilan Instagram.....	87
Gambar 4. 19 Desain Katalog Cetak Aleena Signature	89
Gambar 4. 20 Desain Poster Cetak Aleena Signature.....	90
Gambar 4. 21 Desain Brosur Aleena Signature	90
Gambar 4. 22 Desain Instagram <i>Story</i> Aleena Signature.....	91
Gambar 4. 23 Desain Etalase <i>E-commerce</i> Aleena Signature	91



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 Matriks Analisis SWOT.....	64
Tabel 3.2 Arahan Kreatif.....	67
Tabel 4.1 Matriks Hasil <i>Testing</i>	83





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.....	99
Lampiran 2 Hasil Data Survei Kuesioner Consumer Insight.....	101
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Testing.....	109
Lampiran 4 Hasil Cek Plagiarisme	114
Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup.....	115



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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam beberapa tahun terakhir, permintaan pasar akan produk fesyen hijab di negara Indonesia terus mengalami peningkatan yang signifikan. Melansir dari World Economic Forum, masyarakat Indonesia membeli lebih dari 1,06 miliar hijab per tahun, dengan nilai transaksi mencapai sekitar Rp 91 triliun (Tirta et al., 2022). Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak kedua di dunia, Indonesia memiliki pasar hijab yang sangat besar dan terus berkembang. Meskipun begitu, sebanyak 75% produk hijab yang beredar di pasar Indonesia masih berasal dari pasar impor, sementara produk lokal hanya menyumbang 25% dari total penjualan. Fenomena ini menunjukkan bahwa tren pasar yang semakin kompetitif mengharuskan pengusaha fesyen hijab lokal untuk merumuskan strategi dalam memasarkan produk mereka kepada konsumen dengan cakupan yang lebih luas secara lebih efektif.

Salah satu UMKM lokal yang turut andil dalam persaingan pasar hijab domestik adalah Aleenazaire. *Brand* ini bergerak di bidang fesyen muslimah dengan produk hijab sebagai komoditas utama mereka. Dengan menghadirkan produk hijab berkualitas tinggi, Aleenazaire berkomitmen untuk mendefinisikan ulang bagaimana nilai keanggunan muslimah berpadu dengan tren fesyen moderen. Sebagai upaya memperluas cakupan segmen pasar, Aleenazaire kini mengalihkan fokusnya dengan menetapkan Generasi Z (selanjutnya disebut Gen Z) sebagai target pasar utamanya.

Gen Z dipilih sebagai target pasar utama karena dinilai menjadi segmen pasar yang lebih menjanjikan mengingat jumlahnya yang besar dan terus berkembang secara global serta memiliki daya beli yang cenderung tinggi (Hudiyah et al., 2024). Selain itu, sebagai *digital native* Gen Z dinilai lebih aktif memanfaatkan media digital maupun platform internet sebagai sumber informasi

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

(Putri et al., 2024). Hal ini dapat menjadi landasan strategi perluasan konsumen untuk *brand* Aleenazaire dengan memanfaatkan metode pemasaran berbasis digital. Untuk dapat merealisasikan strategi ini, Aleenazaire memerlukan media pemasaran digital yang didesain untuk dapat menyampaikan nilai *brand* dan produknya dengan efektif sekaligus dapat menarik perhatian Gen Z.

Namun, saat ini Aleenazaire belum memiliki media pemasaran yang dirancang khusus untuk Gen Z sebagai target pasar utama barunya. Sebagai konsumen modern, Gen Z tentunya memiliki preferensi tersendiri terhadap desain sebuah media pemasaran digital. Penggunaan elemen visual seperti perpaduan warna, tata letak yang teratur dan desain yang konsisten berperan penting dalam membangun daya tarik emosional serta mendorong Gen Z untuk melakukan pembelian (Gosal, 2024). Penerapan konsistensi dalam penyampaian pesan merek melalui desain visual yang menarik dapat meningkatkan *brand awareness*, terutama di kalangan Gen Z (Panjaitan & Simanjuntak, 2024). Selain itu penerapan konsistensi pada desain secara tidak langsung juga akan memperkuat *personal branding* dari sebuah merek (Permatasari & Azam, 2024). Semakin kuat *personal branding* suatu merek maka semakin besar pengaruhnya terhadap keputusan pembelian konsumen Gen Z (Hasibuan, 2024). Berdasarkan beberapa temuan yang sudah dijabarkan, dapat disimpulkan bahwa Gen Z cenderung menyukai *brand* dengan *personal branding* kuat yang didukung oleh serangkaian media pemasaran yang konsisten. Rangkaian media pemasaran tersebut dapat diwujudkan dalam bentuk *marketing collateral*.

Marketing collateral dapat diperhitungkan sebagai media pemasaran yang lebih efektif untuk memasarkan produk Aleenazaire kepada Gen Z. *Marketing collateral* merupakan sekumpulan materi dan media yang dirancang sebagai pendukung upaya pemasaran dari sebuah produk atau layanan yang dimiliki sebuah *brand*. *Marketing collateral* memegang peranan penting dalam memperkuat *personal branding* melalui penerapan konsistensi pada tiap media yang digunakan. Dengan menggunakan beragam materi promosi yang relevan dan menarik, sebuah *brand* dapat meningkatkan kesadaran akan merek, mendorong peningkatan penjualan, dan memperkuat hubungan dengan konsumen (Li et al., 2022).

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

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa *marketing collateral* dapat dimanfaatkan sebagai upaya membangun *brand awareness* untuk sektor usaha makanan. Hasil tersebut dapat ditemukan dalam penelitian yang dilakukan oleh Djunaedi et al. (2024) yang berjudul Penerapan Design Thinking Pada Perancangan *Marketing collateral* untuk Ristiant Catering. Selain itu, penelitian lain yang dilakukan oleh Fadillah. (2024) dengan judul Perancangan Desain *Marketing collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness* juga mendapatkan hasil yang sama. Meskipun penelitian tersebut memperkaya pemahaman mengenai peran *marketing collateral*, tetapi, saat ini penelitian terkait perancangan *marketing collateral* sebagai media pemasaran masih terbatas, terutama dalam sektor usaha fesyen hijab. Kondisi ini menunjukkan kebutuhan untuk mengeksplorasi dan mengembangkan keefektifan *marketing collateral* sebagai media pemasaran terutama dalam sektor usaha fesyen hijab. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menjawab kebutuhan tersebut dengan pendekatan desain strategis yang kontekstual dan berbasis analisis audiens.

Untuk mengoptimalkan fungsi *marketing collateral* sebagai media pemasaran, diperlukan desain media yang menarik sekaligus relevan dengan identitas dan nilai-nilai produk atau layanan dari sebuah *brand*. Melalui desain media yang tepat sebuah *brand* dapat menarik perhatian audiens ditengah banyaknya peredaran informasi produk yang bersaing. Desain juga membantu memperkuat identitas *brand* dengan memastikan elemen logo, warna, dan gaya visual menciptakan kesan yang konsisten dan mudah diingat (Wiranata & Ramli, 2025). Lebih dari itu, desain media yang baik dapat membangun koneksi emosional dengan target pasar melalui visual yang relevan dan estetis, membuat konsumen merasa lebih terhubung dengan produk atau layanan (Rahma et al., 2025). Berangkat dari penjabaran fenomena dan teori yang telah dijelaskan, peneliti menyimpulkan bahwa Aleenazaire membutuhkan peran seorang desainer grafis dalam proses perancangan desain untuk mewujudkan tujuan tersebut. Hal inilah yang melatarbelakangi proyek perancangan *marketing collateral brand* Aleenazaire Hijab sebagai media pemasaran.

Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, pokok permasalahan yang akan dibahas adalah “Bagaimana merancang *marketing collateral brand* Aleenazaire Hijab sebagai media pemasaran terhadap Gen Z sebagai target pasar utamanya?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

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

1. Proses perancangan *marketing collateral brand* Aleenazaire sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya tarik terhadap Gen Z sebagai target pasar utamanya.
2. Penerapan teori desain grafis pada proses perancangan *marketing collateral brand* Aleenazaire sebagai media pemasaran.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan tugas akhir ini terdapat tujuan dan manfaat, yaitu sebagai berikut:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Merancang *marketing collateral brand* Aleenazaire sebagai media pemasaran untuk meningkatkan daya tarik terhadap Gen Z sebagai target pasarnya yang baru.
 - b. Menerapkan teori desain grafis pada proses perancangan *marketing collateral brand* Aleenazaire sebagai media pemasaran.
 - c. Menerapkan konsep desain pada media pendukung pemasaran produk Aleenazaire.

2. Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Pada perancangan ini, diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai proses perancangan *marketing collateral* dan juga sebagai bahan referensi mahasiswa desain grafis terkait perancangan desain media promosi di sebuah industri fesyen.

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

b. Manfaat Praktis

Melalui proyek perancangan ini, diharapkan dapat membantu *brand* Aleenazaire hijab untuk menarik konsumen dengan cakupan audiens yang lebih luas melalui desain *marketing collateral* yang dibuat.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, diperlukan tata cara penulisan yang terstruktur agar lebih sistematis dan mudah dipahami. Adapun sistematika penulisan yang digunakan meliputi:

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini memuat latar belakang kebutuhan dan urgensi proyek perancangan *marketing collateral* untuk *brand* Aleenazaire. Selain itu, juga dijabarkan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan desain *marketing collateral* untuk *brand* Aleenazaire, serta sistematika penulisan yang akan diterapkan dalam penyusunan tugas akhir.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Pada Bab ini memuat penjabaran teori desain grafis seperti prinsip, elemen desain, dan metode perancangan desain berdasarkan studi literatur dari buku, jurnal, dan artikel yang nantinya dijadikan sebagai landasan teori dalam proses desain *marketing collateral*. Penyusunan teori tersebut dilakukan secara sistematis dan disesuaikan relevansinya dengan proyek perancangan *marketing collateral brand* Aleenzairé Hijab.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai metode yang digunakan dalam pengerjaan proyek ini. Terdiri dari metode pengumpulan data, metode perancangan desain, proses analisis data yang sudah diperoleh, serta arahan kreatif yang menjadi pedoman dalam proses perancangan *marketing collateral brand* Aleenzairé Hijab.

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 IV**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisi penjelasan mengenai tahapan proses desain dimulai pengembangan konsep visual, proses pengerjaan desain, hasil akhir dari proses perancangan dan media pendukung pemasaran produk Aleenazaire.

BAB V**PENUTUP**

Bab ini berisi kesimpulan serta saran mengenai proses perancangan *marketing collateral* sebagai media pemasaran Aleenazaire hijab berdasarkan tugas akhir yang telah disusun.



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Kesimpulan yang diperoleh dari proyek perancangan *marketing collateral* Aleenazaire Hijab ada sebagai berikut:

1. Perancangan *marketing collateral brand* Aleenazaire hijab dilakukan dengan metode pengumpulan data *mix method* dengan menggabungkan metode kualitatif dan kuantitatif. Metode perancangan desain yang dipilih adalah *Five Phase Model of the Design Process* oleh Robin Landa dengan kelima tahapan yaitu *research*, *analysis*, *concept*, *design*, dan *implementation*. Proses *research* dilakukan dengan mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dan survei sebagai dasar perancangan desain. Data yang dikumpulkan lalu dianalisis dengan metode SWOT untuk merumuskan arahan kreatif desain. Tahapan *concept* dikembangkan melalui *mind mapping* dan divisualisasikan dalam *mood board* untuk merumuskan strategi desain dan implementasinya. Tahap *design* dimulai dengan eksplorasi melalui sketsa manual, dilanjutkan digitalisasi, lalu disempurnakan berdasarkan umpan balik audiens setelah pengujian. Tahap implementasi dilakukan dengan mengaplikasikan konsep desain ke media pemasaran, menghasilkan *marketing collateral* yang elegan, minimalis, dan profesional, selaras dengan citra Aleenazaire
2. Penerapan teori desain grafis pada proyek perancangan ini menghasilkan desain *Marketing collateral* dengan gaya *clean* dan elegan yang selaras dengan *tone and manner brand* Aleenazaire. Untuk menciptakan komposisi visual yang terarah dan mudah dipahami, peneliti menerapkan prinsip Gestalt melalui pengelompokan elemen, konsistensi visual, dan pemanfaatan ruang kosong sebagai kontras. *Key visual* seperti “dahlia”, “kapas”, dan desain minimalis digunakan untuk menekankan eksklusivitas motif, kualitas bahan, dan citra profesional *brand*. Warna *beige* dipilih sebagai warna utama untuk menciptakan kesan bersih sekaligus

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

menonjolkan warna asli produk. Kombinasi tipografi *serif* dan *sans serif* memperkuat kesan elegan dan feminim, namun tetap modern dan profesional. Ilustrasi bunga dahlia ditambahkan sebagai representasi dari motif floral hijab Aleena Signature guna memperkuat kesan eksklusif. Proses desain mengacu pada prinsip keseimbangan, penekanan, irama, dan kesatuan.

3. Konsep desain pada semua media pendukung pemasaran merupakan kombinasi dari penerapan elemen ilustrasi bunga dahlia, warna *beige*, dan kombinasi tipografi *decorative serif* dan *sans serif*. Media utama dalam proyek ini merupakan poster sosial media instagram berukuran 3:4 yang memuat berbagai informasi tentang produk Aleena Signature. Dimuat dengan pendekatan *storytelling* untuk membangun keterhubungan emosional dengan audiens dalam menyampaikan pesan *brand* secara lebih kuat. Media pendukung yang digunakan antara lain katalog cetak, brosur, poster, dan etalase *e-commerce*. Konsep yang digunakan pada media utama juga diaplikasikan pada media pendukung

5.2 Saran

Setelah menyelesaikan seluruh proses perancangan *marketing collateral* Aleenazaire Hijab, terdapat beberapa saran untuk perancangan dan penelitian berikutnya:

1. Disarankan agar klien mempertahankan konsistensi elemen visual seperti warna, tipografi, dan gaya fotografi pada setiap media pemasaran untuk memperkuat *personal branding* Aleenazaire melalui citra yang sudah terbentuk.
2. Pengelolaan waktu yang baik sangat disarankan dalam proses perancangan desain untuk memastikan setiap tahap, mulai dari riset hingga finalisasi, dapat diselesaikan secara tepat waktu dan efisien. Penyusunan timeline yang terstruktur serta disiplin dalam mengikuti jadwal yang telah ditentukan akan membantu meminimalisasi revisi mendadak dan menjaga kualitas hasil desain.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, A. (2021). *Desain layout*. PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/76/>
- Bangun, D. A. N. (2023). *Buku dasar-dasar desain grafis*. PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/#page=54&zoom=true>
- Cateora, P., Gilly, M. C., & Graham, J. L. (2011). *International marketing*. In *International marketing* (15th ed., p. 10). McGraw-Hill/Irwin.
- Dayu, B. S. A., & Syadli, M. R. (2023). *Memahami Konsep Semiotika Ferdinand De Saussure dalam Komunikasi*.
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). *Penerapan Design Thingking Pada Perancangan Marketing Collateral Untuk Ristiant Catering*. 02(01).
- Fadillah, R. A. (2024). *Perancangan desain marketing collateral Agung Jaya Prima sebagai upaya membangun brand awareness*.
- Firmansyah, M. A. (2023). *Pemasaran produk dan merek*. Penerbit Qiara Media.
- Galagali, D., & Gogi, V. S. (2021). *A design of B2B marketing strategy for the mater data management system software*. *International Research Journal of Modernization in Engineering Technology and Science*, 3.
- Gosal, C. (2024). *Analisis dampak estetika katalog dan tampilan media sosial terhadap keputusan pembelian generasi z*. *Jurnal VICIDI*, 14(2), 181–193.
<https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i2.5224>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). *Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika*. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 5(01), 726–739.
<https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Hasibuan, R. R. (2024). *Dampak personal branding dan influencer marketing terhadap keputusan pembelian konsumen generasi z*. *Home of Management and Bussiness Journal*, 3.

Hak Cipta :

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

Hak Cipta :

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

Hudiyah, I. F., Nisrina, S. J., Hidayat, R., & Respati, I. (2024). Pengaruh promosi sosial terhadap minat beli dan keputusan pembelian produk fashion hijab pada konsumen generasi z. 9(8).

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management*. In *Marketing management* (16th ed., p. 29). Pearson. https://drive.google.com/file/d/1zqeZ9oFB8-BkLPuApA-AHUNifCpMtXn/view?usp=sharing&usp=embed_facebook

Landa, R. (2017). *Graphic design solutions* (6th edition). Cengage Learning.

Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>

Meggs, P. B., & Purvis, A. W. (2012). *Meggs' history of graphic design* (5th ed.). John Wiley & Sons, Inc.

Mollica, P. (2018). *Special subjects basic color theory an introduction to color for beginning artists*. Quarto Publishing Group USA.

Mubarok, F. S. (2023). Penerapan Prinsip Gestalt Dalam Desain Visual Untuk Meningkatkan Memori Dan Pemahaman Pesan. *Jurnal Ilmiah Komunikasi Makna*, 11(2), 152. <https://doi.org/10.30659/jikm.v11i2.33002>

Panjaitan, G. M., & Simanjuntak, M. (2024). Pengaruh media sosial terhadap keputusan pembelian konsumen gen z; Analisis strategi brand awareness, loyalitas, dan organisasi pemasaran. *Jurnal Spektrum Ekonomi*.

Permatasari, D. N. C., & Azam, U. (2024). Strategi Personal Branding Melalui Media Digital Podcast. *BINA CIPTA*, 3(2), 98–115. <https://doi.org/10.46837/binacipta.v3i2.54>

Pranata, H., Ilham, M., & Malik, H. (2025). *Tipografi Sebagai Bentuk Ekspresi Visual Dalam Media Cetak dan Digital*. 2(1).

Purhita, E. J. (2021). *Nirmana*. YAYASAN PRIMA AGUS TEKNIK.

Puspaningrum, M. D., Lukitasari, E. H., & Wibowo, Y. (n.d.). *Desain layout untuk majalah sekolah digital di SMKN Jenawi Karanganyar*.

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

Putri, F. K., Manalu, S. R., & Gono, J. N. S. (2024). Pola konsumsi informasi melalui media di kalangan generasi z (studi terhadap SMAN 4, SMAN 9, SMA Mardisiswa, dan SMA Al-Azhar 12 di Kota Semarang. 12(4).

Radhitanti, A. (2023). Komposisi elemen grafis pada produk kreatif dalam membangun identitas visual jenama (Studi kasus: Produk aksesoris "Tulisan").

Rahma, N. W., Musa, C. I., Muhammad Ilham Wardhana Haeruddin, Musa, M. I., & Natsir, U. D. (2025). Analisis Strategi Emotional Branding dalam Upaya Membangun Loyalitas Konsumen Brand HMNS. *GEMILANG: Jurnal Manajemen dan Akuntansi*, 5(1), 78–88. <https://doi.org/10.56910/gemilang.v5i1.2320>

Sihombing, D. (2015). *Tipografi*. Jakarta Gramedia Pustaka Utama. <https://ipusnas2.perpusnas.go.id>

Tanudjaja, B. B. (n.d.). Aplikasi Prinsip Gestalt pada Media Desain Komunikasi Visual. Retrieved June 27, 2025, from <https://dgi.or.id/dgi-archive/aplikasi-prinsip-gestalt-pada-media-desain-komunikasi-visual>

Tirta, A., Sarli, P. W., & Muslimin, I. (2022, October 26). How local hijab producers could boost Indonesia's economy. *World Economic Forum*. <https://www.weforum.org/stories/2022/10/local-hijab-producers-impact-indonesia/>

Tjandra, S. J., & Yuwono, E. C. (2021). Perbandingan teori dan praktik perancangan desain grafis pada proyek internship di studio grafis.

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2016). Pengantar desain grafis. Kementrian Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jendral Pendidikan Anak Usia Dini dan Pendidikan Masyarakat Direktorat Pembinaan Kursus dan Pelatihan.

Wiranata, M. H., & Ramli, A. (2025). Kajian Pustaka Tentang Visual Branding Pada Fashion Techwear Untuk Konsumen Gen Z. 03(02).

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
Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir
Lembar Bimbingan Materi

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Yudha Sujud Pranyoto	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini, M. Ds	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral Brand Aleenazaire Hijab Sebagai Media Pemasaran	
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	27 Februari 2025	Latar belakang belum dibuat secara sistematis	Menyusun paragraf latar belakang berdasarkan kerangka yang diberikan
2	6 Maret 2025	Latar belakang belum menampilkan urgensi masalah klien	Memperbaiki paragraf latar dan membuat sub bab rumusan masalah, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan
3	13 Maret 2025	Kerangka teori pada bab 2 belum terstruktur dengan baik	Memperbaiki kerangka teori dan melanjutkan bab 2 Membuat draft kuesioner untuk pengumpulan data
4	10 April 2025	-Product Knowledge belum menampilkan informasi keunggulan produk yang mendetail -Struktur urutan paragraf pada bagian metode penelitian masih keliru antara metode desain dan metode pengumpulan data	-Melakukan pengumpulan data tambahan untuk melengkapi informasi keunggulan pada product knowledge -Memperbaiki struktur paragraf metode penelitian
5	24 April 2025	Mendiskusikan revisi Seminar Proposal	Melakukan perbaikan berdasarkan hasil diskusi seminar proposal, dan membuat Mind Map
6	6 Mei 2025	Cabang utama dari mindmap belum dieksplorasi lebih luas	Meakukan eksplorasi untuk cabang utama Mind Map
7	9 Mei 2025	Key Visual terpilih dari mind map belum spesifik untuk dapat divisualisasikan, disarankan untuk memilih dari cabang utama lainnya.	Memilih Key Visual baru dari cabang utama lain dan membuat Mood Board
8	15 Mei 2025	Moodboard inspirasi yang dibuat belum dapat memberikan gambaran konsep desain	Melakukan perbaikan pada Mood Board
9	29 Mei 2025	Mood board sudah sesuai, bisa dilanjutkan ke tahap eksplorasi sketsa	Memulai tahap eksplorasi sketsa berdasarkan konsep Mood Board
10	6 Juni 2025	Konsep ketsa manual komprehensif belum bisa tergambarkan dengan jelas, diperlukan beberapa alternatif tambahan dari desain	Memperbaiki sketsa desain dan menambahkan beberapa desain tambahan untuk media serupa

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

11	10 Juni 2025	Sketsa Komprehensif sudah sempurna, bisa dilanjutkan ke tahap digitalisasi	Melakukan digitalisasi sketsa dan memilih alternatif desain yang akan digunakan
12	16 Juni 2025	Terdapat beberapa aspek yang harus diperbaiki dari desain terpilih.	Melakukan perbaikan sesuai dengan hasil diskusi, dan melakukan testing
13	24 Juni 2025	Hasil testing sudah sesuai, dapat memulai melakukan perbaikan	Memperbaiki desain berdasarkan hasil testing dan mulai mendesain media turunan
14	30 Juni 2025	Terdapat beberapa poin pada laporan yang perlu diperbaiki seperti kesimpulan, saran, penjabaran teori desain yang digunakan	Melakukan perbaikan sesuai hasil diskusi, mendesain tampilan pada Mock-up, melakukan penyempurnaan pada laporan

Lembar Bimbingan Teknis

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Yudha Sujud Pranyoto	
NAMA PEMBIMBING		MRR. Tyas Maheni DK, S.H., M.H.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Marketing Collateral Brand Aleenazaire Hijab Sebagai Media Pemasaran	
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	14 Maret 2025	Paragraf latar belakang belum menampilkan state of the art dan belum terstruktur dengan baik	Memperbaiki latar belakang dengan menambahkan referensi penelitian terdahulu
2	9 April 2025	Penulisan alinea pada bab 1 masih belum benar dan terkesan berantakan	Memperbaiki penulisan alinea pada bab 1 sampai bab 3
3	11 April 2025	Masih banyak ditemukan ejaan yang salah dan penggunaan bahasa asing belum menggunakan italic	Melakukan pengecekan dan perbaikan pada penulisan ejaan
4	30 juni 2025	Terdapat banyak kesalahan format pemerataan paragraf, selain itu kesimpulan belum menjawab poin-poin tujuan yang ingin dicapai	Melakukan perbaikan dan pengecekan pada pemerataan paragraf, dan memperbaiki paragraf kesimpulan
5	1 Juli 2025	Sudah Terlihat Sempurna	Tanda tangan lembar persetujuan
6			
7			
8			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

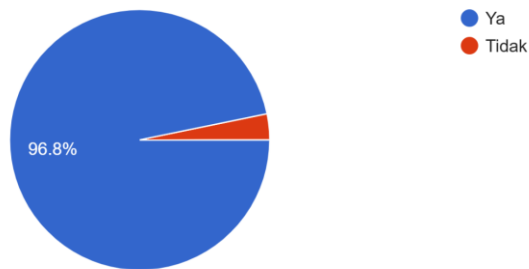
Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Hasil Data Survei Kuesioner Consumer Insight

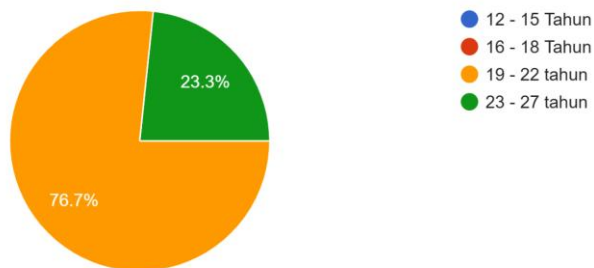
Apakah anda adalah Generasi-Z (kelahiran 1997 - 2012)?

31 responses



Berapa usia anda saat ini?

30 responses



Dimana anda berdomisili saat ini?

30 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

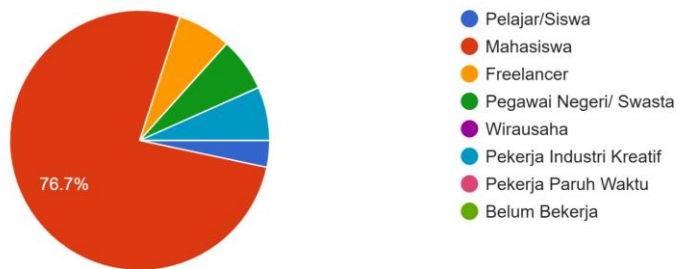
Sebutkan pendidikan terakhir anda!

30 responses



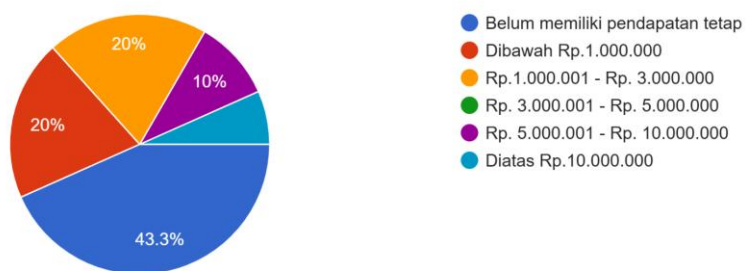
Apa pekerjaan anda saat ini?

30 responses



Berapakah nominal pendapatan anda tiap bulan?

30 responses



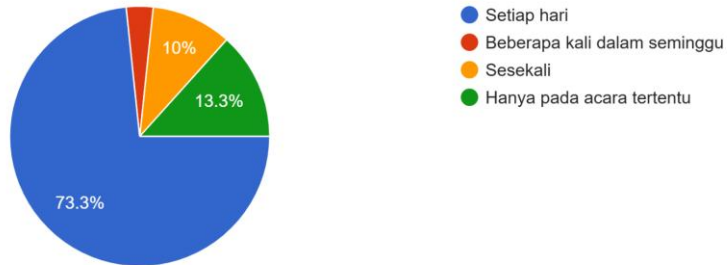
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

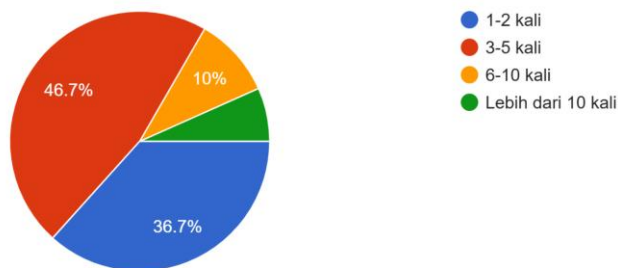
Seberapa sering Anda memakai hijab?

30 responses



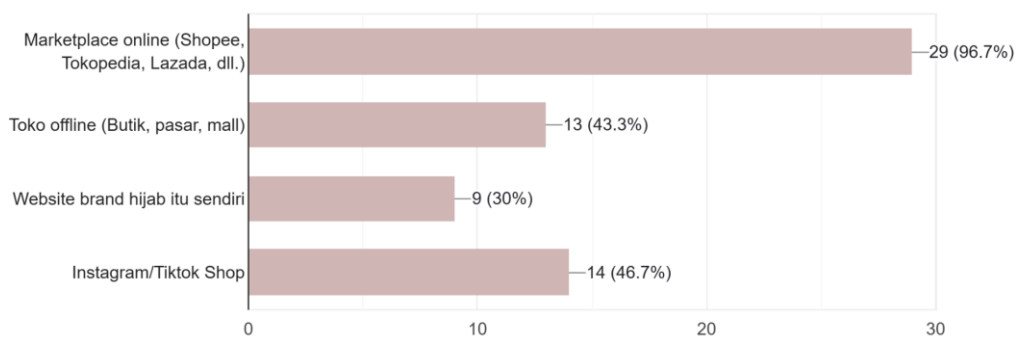
Berapa kali dalam setahun Anda membeli hijab baru?

30 responses



Di mana Anda biasanya membeli hijab? (bisa pilih lebih dari satu)

30 responses



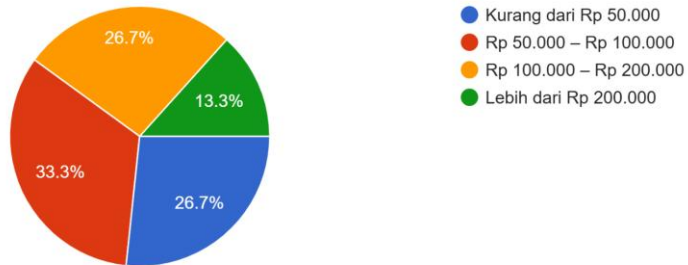
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

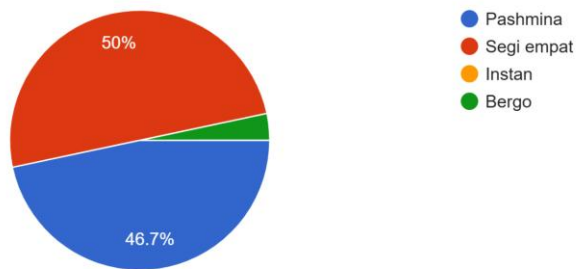
Berapa kisaran biaya yang biasanya Anda keluarkan untuk satu hijab?

30 responses



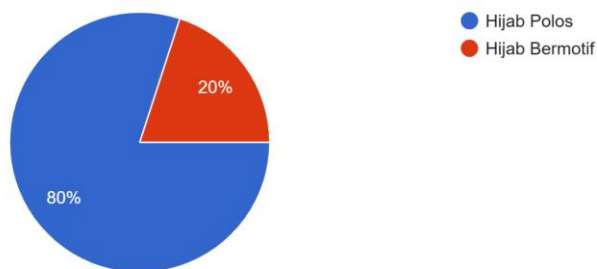
Jenis hijab apa yang paling sering Anda gunakan?

30 responses



Mana yang lebih anda sukai?

30 responses

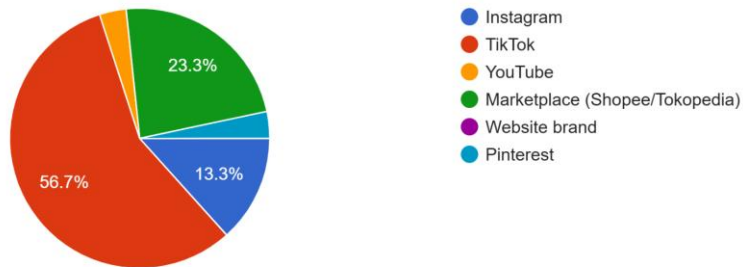


Hak Cipta :

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

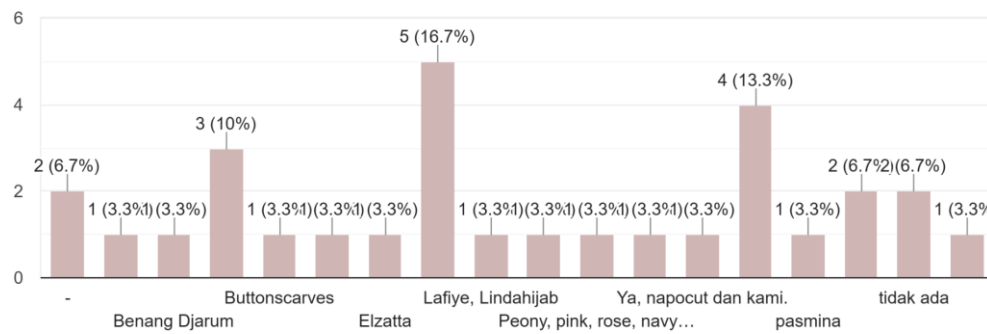
Apa platform yang paling sering Anda gunakan untuk mencari referensi hijab?

30 responses



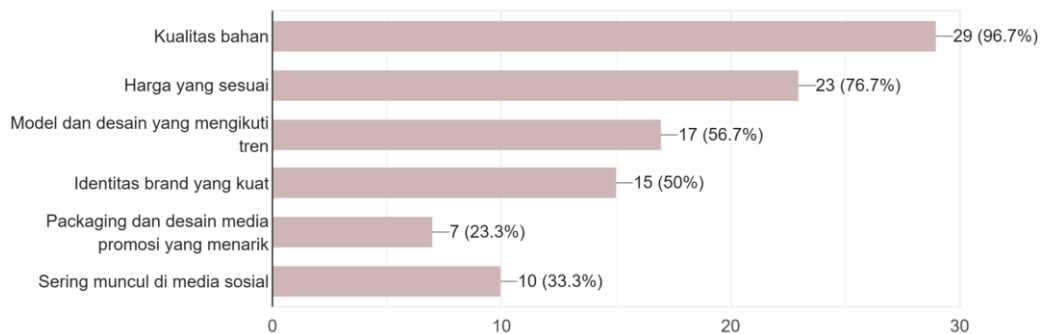
Apakah Anda memiliki brand hijab favorit? Jika ya, sebutkan.

30 responses



Apa yang paling menarik dari brand hijab favorit Anda? (Pilih lebih dari satu)

30 responses

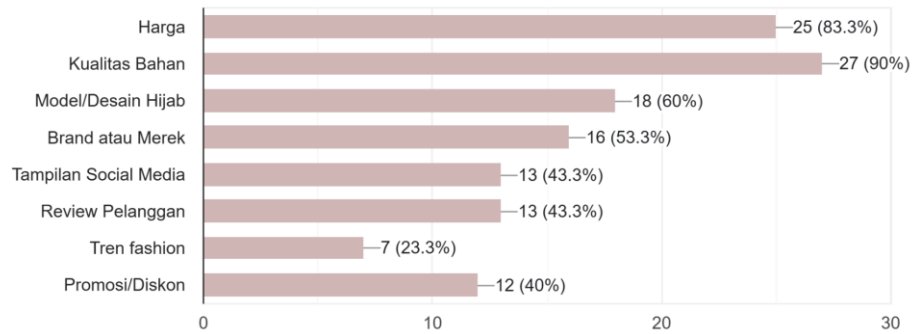


Hak Cipta :

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

Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda dalam membeli hijab? (Bisa pilih lebih dari satu)

30 responses



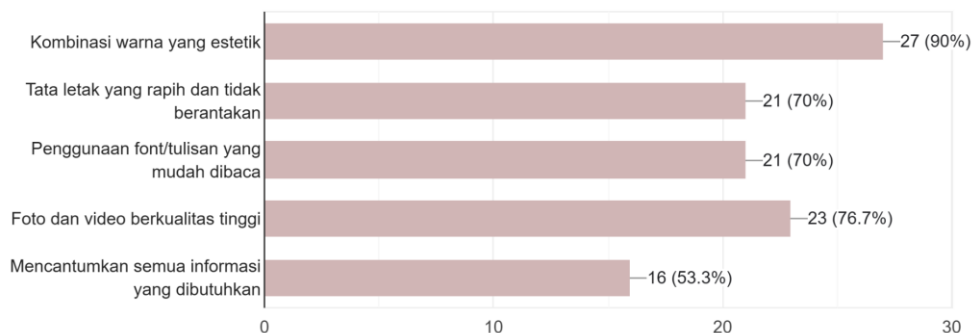
Pilih yang paling sesuai dengan Anda:

30 responses



Menurut Anda, apa yang paling membuat desain postingan instagram produk hijab menarik? (bisa pilih lebih dari satu)

30 responses

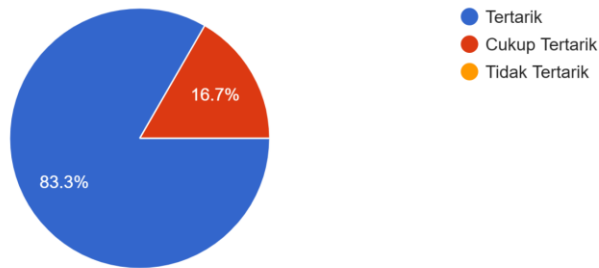


Hak Cipta :

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

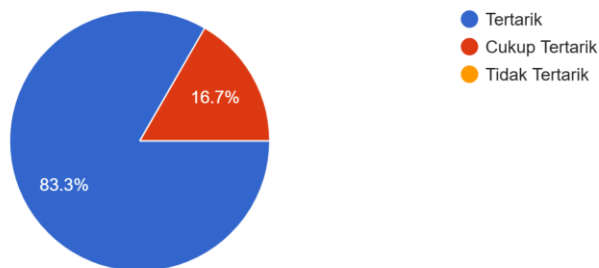
Apakah Anda lebih tertarik pada brand hijab yang memiliki desain social media yang konsisten dalam menerapkan elemen visualnya (warna, font, tata letak)?

30 responses



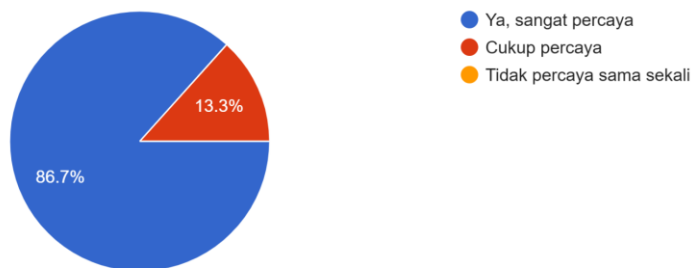
Apakah Anda lebih tertarik dengan brand hijab dengan personal branding yang kuat?

30 responses



Apakah Anda lebih percaya pada brand hijab dengan tampilan social media yang rapi dan profesional dibanding brand yang desainnya kurang jelas?

30 responses

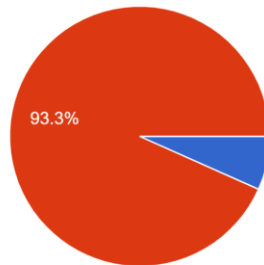


Hak Cipta :

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

Manakah diantara opsi berikut yang lebih anda sukai terkait desain social media produk hijab?

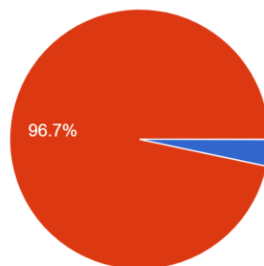
30 responses



- Desain kompleks yang menampilkan semua detail informasi terkait produk hijab yang ditampilkan dalam satu halaman
- Desain minimalist & clean yang hanya menampilkan informasi penting dalam satu halaman

Manakah diantara opsi berikut yang lebih anda sukai terkait penggunaan warna pada desain social media produk fashion?

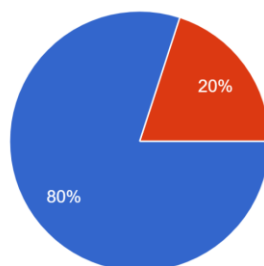
30 responses



- Warna vibrant dan cemerlang pada tampilan media promosi produk fashion
- Warna soft pada tampilan media promosi produk hijab

Manakah diantara opsi ini yang lebih anda sukai terkait komposisi desain media promosi produk hijab?

30 responses



- Tampilan desain media promosi produk hijab yang didominasi oleh foto
- Tampilan desain media promosi produk hijab yang didominasi oleh teks dan icon

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 Testing

Pertanyaan:

Seberapa menarik desain ini bagi Anda dalam skala 1–10? Mengapa?

Apakah warna dan elemen desain terlihat konsisten di seluruh postingan?

Menurut Anda, nilai atau kepribadian brand seperti apa yang ingin disampaikan melalui desain ini?

Apakah informasi dalam postingan mudah dipahami hanya dalam beberapa detik pertama?

Apakah teks (copy) cukup terbaca di berbagai ukuran layar (khususnya ponsel)?

Apakah Anda merasa terdorong untuk melakukan sesuatu (like, follow, beli, klik link) setelah melihat feed ini? (Call to Action)

Apakah menurut Anda desain ini cocok untuk audiens target dari brand ini?

Apakah desain ini membuat brand terkesan profesional dan terpercaya?

Apakah ada pertanyaan?

Hal yang bisa diimprove?

Najla

1. Saya kasih nilai 8. Soalnya tipografi utamanya unik, dan ilustrasinya ngasih kesan yang feminim banget, jadi menarik dilihat.
2. Iya, konsisten. Tone warnanya seragam, layout-nya mirip-mirip, dan headline-nya rata tengah semua jadi terlihat rapi.
3. Kesan yang saya tangkap itu premium, elegan, dan berkualitas. Desainnya clean, kayak mau menunjukkan kalau bahan produknya juga bagus.
4. Agak kurang sih. Karena penggunaan bahasanya atau pilihan katanya agak susah dipahami. Mungkin bisa pakai English yang lebih simpel.
5. Body text-nya menurut saya terlalu kecil, jadi kurang nyaman dibaca kalau di HP.
6. Iya, saya langsung buka akunnya karena penasaran sama produknya—kayak bahannya gimana, harganya berapa, dan lain-lain. Saya jadi tertarik buat klik link ke tokonya. Cukup meyakinkan sih.
7. Cocok. Desainnya simple, dan nyatu antara tampilan feed sama produknya. Warna-warnanya juga manis dan soft.
8. Iya, kelihatan profesional jadi bikin lebih percaya sama brand-nya.
9. Ilustrasinya itu maksudnya apa ya? Kenapa pakai ilustrasi yang itu?
10. Mungkin transparansi ilustrasinya bisa ditambahin biar nggak terlalu tebal. Terus font body text-nya terlalu tipis, bisa dibuat lebih tebal supaya lebih kebaca.

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

Marsha

1. Saya kasih nilai 8 karena desainnya minimalis dan elegan. Foto-fotonya juga bagus, bikin pengen lihat foto lainnya.
2. Konsisten, terutama di bagian layout. Perpaduan antara foto, bentuk segi empat, ilustrasi, dan warna semuanya satu tone—antara desain dan foto terasa jadi satu kesatuan.
3. Kesan yang saya tangkap adalah elegan, hijabnya terlihat anggun, dan desainnya cukup variatif.
4. Pemilihan katanya mudah dipahami, jadi pesan yang disampaikan cukup jelas sejak awal.
5. Untuk Gen Z menurut saya pas, karena teksnya terbaca dengan baik—kontrasnya juga membantu keterbacaan.
6. Saya jadi ingin mencari tahu lebih lanjut karena tidak ada keterangan harga. Selain itu, saya juga penasaran dengan varian produk lainnya. Saya memberi like karena cukup menarik.
7. Cocok, karena desainnya minimalis dan modern—sesuai dengan selera target audiens saat ini.
8. Terlihat profesional karena ada konsistensi yang membangun branding dan menjaga karakteristik visual brand-nya.
9. Tidak ada.
10. Tone warna pada foto menurut saya sudah cukup konsisten. Mungkin perlu dijaga konsistensinya juga untuk postingan-postingan berikutnya.

Vani

1. Saya kasih nilai 10. Desainnya menampilkan bahan produk dengan sangat baik, terlihat modern dan profesional, dan secara keseluruhan tampilannya harmonis.
2. Konsisten.
3. Kesan yang muncul adalah elegan, feminim, dan modern.
4. Mudah dipahami, tapi sebaiknya ditambahkan informasi harga supaya lebih to the point.
5. Masih terbaca karena bisa di-zoom, tapi untuk sebagian orang mungkin akan terasa kecil dan agak sulit dibaca.
6. Saya tertarik mencari tahu lebih lanjut, seperti lihat review dan variasi gaya hijab yang tersedia.
7. Cocok.
8. Terlihat profesional dan terpercaya. Akan menjadi nilai tambah kalau ada video, terutama video produk.
9. Harga karna tidak tercantum.

Hak Cipta :

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

10. Desain ini mungkin kurang aplikatif kalau produknya punya warna-warna yang sangat colorful atau mencolok.

Rahma

1. Saya kasih nilai 9. Warna, gambar, dan tipografinya bagus. Kesan feminim, simpel, dan elegan terasa kuat. Kualitas bahan juga terlihat bagus dari tampilannya.
2. Konsisten.
3. Saya melihat brand ini ditujukan untuk perempuan semi-formal, khususnya Gen Z. Kesan yang ditampilkan elegan, premium, feminim, dan mencerminkan kualitas bahan yang juga premium.
4. Akan lebih mudah dipahami kalau menggunakan Bahasa Indonesia
5. Teksnya terbaca, dan karena desainnya minimalis, keterbacaannya jadi terasa pas.
6. Saya jadi ingin lihat lebih banyak lagi foto produknya dan mencari detail produk lebih lengkap.
7. Cocok.
8. Desain ini membuat brand terlihat terpercaya dan profesional. Saya pribadi lebih tertarik dengan brand yang ada desain visualnya dibanding yang hanya menampilkan foto polos saja.
9. Kenapa ilustrasinya bunga?
10. Sebaiknya opsional ditambahkan informasi harga dan detail motif agar lebih lengkap.

Shirin

1. Saya kasih nilai 9,5. Warna produk terlihat menarik, templatnya juga bagus, dan copywriting-nya cukup menarik perhatian.
2. Konsisten.
3. Kesan yang ditampilkan itu kekinian, trendy, dan estetik.
4. Dari segi pemilihan bahasa, menurut saya kurang to the point, jadi mungkin bisa lebih langsung pada inti informasi.
5. Untuk usia tertentu, ukuran teks terasa agak kecil dan bisa menyulitkan saat dibaca.
6. Saya tertarik sampai menyimpan postingannya, memberi like, dan merasa cukup tertarik dengan produknya.
7. Cocok, terutama karena pemilihan bahasanya relevan dengan target audiens. Brand-nya juga terlihat terpercaya.
8. Terlihat terpercaya dan profesional.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

9. Saya penasaran, ini brand milik siapa? Dan harganya berapa?
10. Mungkin sebaiknya lebih diperjelas dibagian gambar bunganya agar lebih terlihat

Dira

1. Saya kasih nilai 9. Tampilan produknya menarik dan cukup stand out dibandingkan desain merek lain.
2. Iya, konsisten.
3. Kesan yang ditampilkan adalah modern, modest, simple, dan elegan.
4. Mudah dipahami.
5. Ukuran body text sebaiknya sedikit ditambah agar lebih nyaman dibaca.
6. Iya, saya tertarik sampai klik link ke e-commerce dan juga menyimpan postingannya.
7. Ya, karena desainnya menampilkan storytelling yang mendukung produk secara keseluruhan.
8. Sangat terpercaya dan profesional.
9. Sebaiknya ditampilkan juga keterangan informasi bahan produknya.
10. Perlu disamakan tone warna model pada feed ketiga agar lebih konsisten secara visual.

Lia

1. Saya kasih nilai 8. Soalnya desainnya simple, mewah, dan estetik.
2. Iya, konsisten. Font-nya sama, terus motif dan warnanya juga selaras.
3. Kayaknya brand ini ingin menunjukkan sisi feminim, simple tapi berkualitas, dan kesan premium.
4. Umumnya mudah dipahami sih, tapi ada beberapa bagian yang terasa bertele-tele dan terlalu panjang.
5. Ukurannya aman, kontrasnya juga tinggi, jadi masih terbaca dengan jelas.
6. Iya, saya jadi penasaran. Soalnya saya pengguna hijab, motifnya unik dan bagus. Fotografinya juga proper dan rapi, jadi saya pengen cari tahu lebih lanjut.
7. Cocok, menurut saya pas untuk targetnya.
8. Iya, kelihatan profesional dan terpercaya. Terlihat niat banget bikinnya, dan storytelling-nya juga bagus.
9. Saya penasaran, sketsanya itu bagian dari produk atau bukan ya?
10. Mungkin harganya bisa ditampilkan. Terus keterangan bahannya juga, kalau ada bisa lebih menarik.

Nasywa

1. Nilainya 6, karena menurut saya desainnya terlalu polos dan monoton

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Iya, konsisten karena ada gaya.
3. Kesan yang saya dapat itu formal, elegan, dan rapi.
4. Nggak bertele-tele, tapi menurut saya kurang eye catching.
5. Ukuran teksnya kekecilan, terutama di bagian paragraf.
6. Cukup tertarik sih, jadi pengen cari tahu detail produknya.
7. Mungkin cocoknya buat Gen Z yang usia 20 tahun ke atas. Karena Gen-Z dibawah 20 tahun lebih suka desain yang ramai dan unik
8. Terlihat trusted karena foto-fotonya original.
9. Udah tergambar jelas kok.
10. Headlinenya agak berantakan. Nggak teratur karena gaya atau bentuknya beragam.

Jasmine

1. Nilainya 8, karena desainnya simple dan estetik.
2. Gaya desainnya sama semua, jadi terlihat konsisten.
3. Kesan yang muncul itu hijab yang elegan dan premium.
4. Mudah dipahami, nggak bertele-tele.
5. Ukurannya pas.
6. Saya pengen nge-stalk e-commerce-nya buat cari tahu lebih lanjut.
7. Terasa lebih trusted, ada kesan profesional juga.
8. Cocok untuk Gen Z, karena tampilannya clean dan trendy.
9. Saya penasaran sama alasan pemilihan warna putih.
10. Ada foto model yang terpotong, itu perlu diperhatikan.

Heni:

1. Kurang menarik karena saya lebih suka model pashmina. Tapi saya kasih nilai 8 karena desainnya clean dan nggak nabrak.
2. Konsisten, baik dari penggunaan warna maupun font.
3. Kesan yang ditampilkan formal dan elegan.
4. Mudah dipahami.
5. Buat Gen Z pas banget.
6. Saya save dulu buat nanti.
7. Cocok buat Gen Z.
8. Terlihat trusted, kualitasnya HD dan jelas.
9. Saya penasaran sama tema koleksi hijabnya.
10. Kenapa ya di postingan ke-8 cuma nampilin foto doang?



© 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 Hasil Cek Plagiarisme

YUDHA SUJUD PRANYOTO
DGC_YUDHA SUJUD PRANYOTO_PERANCANGAN
MARKETING COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PEMASARAN ALE...

Document Details

Submission ID	trv4d1d818-102988992	77 Pages
Submission Date	Jan 30, 2025, 11:25 AM GMT+7	15,972 Words
Download Date	Jan 30, 2025, 11:56 AM GMT+7	95,884 Characters
File Name	DGC_YUDHA SUJUD PRANYOTO_PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PEM...pdf	
File Size	10.4 MB	

8% Overall Similarity
The combined total of all matches, including overlapping sources, for each document.

Filtered from the Report

- Plagiarism
- Quoted Text

Top Sources

0%	Internet sources
1%	Publications
0%	Submitted works (Document Paper2)

Integrity Flags
0 Integrity Flags for Review
No suspicious text was detected by iThenticate.

Our system algorithms have deeply analyzed this document for any inconsistencies that could indicate potential plagiarism. If we detect any red flags, we flag it for your review.

A flag is automatically generated if a document is suspected to be plagiarized, and we recommend you check your document for further review.

**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 5 Daftar Riwayat Hidup

Yudha Sujud Pranyoto

Graphic Designer

[Portfolio Link](#)

South Jakarta, Jakarta, 12150
 Pranyotoyudha@gmail.com
 +62 877 5978 3110
 Yudha Pranyoto

General Overview

I completed my studies at Six Vocational High School Jakarta in 2021 and earned a competency certification in Multimedia Services. I then pursued a degree in Graphic Design at Jakarta State Polytechnic. Throughout my academic journey, I actively participated in various projects and internships both within and outside the campus environment. These experiences helped me develop strong skills in design, critical thinking, and problem-solving. I aimed to deepen my expertise in graphic design and establish myself as a professional in the field.

Education

Jakarta State Polytechnic 2021 - 2025
 Bachelor - Applied Graphic Design - GPA : 3,86

- Engaged in project-based learning, simulations of graphic design projects with clients and real-world issues are undertaken. These projects typically take six months to complete, resulting in a final design ready for mass production.
- Solely responsible for seamless communication between agency and clients as an Account Executive in project-based learning, prioritizing productive collaborations and project success.
- Actively participate in the entire design process, from the initial brainstorming stage to the finalization of the design prototype.

Six Vocational Highschool Jakarta 2018 - 2021
 Multimedia Major - Grade : 81,83

- Successfully created branding and promotional videos for a digital counseling platform as my final school project.
- Successfully completed the National Professional Certification Board's professional certification exam and obtained certification as a proficient multimedia services provider at KKN level II.

Experience

Kampus Merdeka's Internship Program PT. Home Credit Indonesia February - December 2024
 Graphic Designer Intern at Learning & Development Department PT Home Credit Indonesia

- Designed communication posters to support branding needs for learning events organized by the Learning & Development department.
- Participated in the design process of learning events, from brainstorming event concepts to documenting activities.
- Responsible for creating visual design materials to support the Learning & Development department's programs and initiatives.

Internship Co Career

January 2023 - April 2023

Graphic Designer

- Interned as a graphic designer at Edu Cv, a digital platform that assists job seekers in producing excellent CVs.
- Collaborate with social media specialist team to develop educational posters content.
- Create educational posters in collaboration with social media specialists to be posted on Edu CV's social media accounts every week.

Internship Creative Corner Studio

November 2020 - January 2021

Font Designer

- Part of the font designer team at Creative Corner Studio, involved in producing design assets and promoting them through the microstock marketplace.
- Create a font design starts from the manual sketching stage to digitization.
- Successfully completed the design of 3 types of fonts that are ready to be marketed within one month.

Internship National Archives of the Republic of Indonesia

October 2019 - March 2020

Intern staff of the Publication and Documentation division.

- Worked as an intern in the Publication and Documentation division at the State Institute of the National Archives of the Republic of Indonesia.
- Designed a set of infographic posters for publications by the National Archives of the Republic of Indonesia.
- Create banners and merchandise to commemorate major holidays at the National Archives of the Republic of Indonesia.

Skills

Software Skills

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Microsoft Office

Soft Skills

- Communication
- Team Management
- Critical Thinking
- Problem Solving

Design Skills

- Branding
- Copywriting
- Digital Imaging
- Layouting

Others

Photography & Sports

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA