



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN DAN PENERAPAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK BATIK ABI IMAD SEBAGAI MEDIA PROMOSI



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

Oleh:
AHMAD IMADUDDIN SIROJ
2206421101

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan dan Penerapan Desain Marketing
Collateral untuk Batik Abi Imad sebagai Media Promosi

Penulis : Ahmad Imaduddin Siroj

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, 8 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

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

**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 DAN PENERAPAN DESAIN MARKETING
COLLATERAL UNTUK BATIK ABI IMAD SEBAGAI
MEDIA PROMOSI**

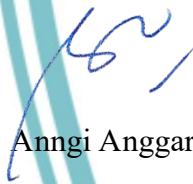
Oleh:

Ahmad Imaduddin Siroj
2206421101

Disahkann:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I



Anngi Anggarini, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198503162010122002

Penguji II



Annisa Syifa Aqlinna, M.Ds.
NIP. 199805142025062012

Kepala Program Studi



Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 198812152018032001

**Ketua Jurusan Teknik
Grafika Penerbitan**




Dr. Zulkarnain, S.T., M.En
NIP. 1984052920121210



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 DAN PENERAPAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK BATIK ABI IMAD SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Ahmad Imaduddin Siroj

2206421101



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

Batik Abi Imad merupakan salah satu usaha batik rumahan di Kawasan Batik Plered, Cirebon, yang mengalami penurunan penjualan sejak tahun 2015 akibat kurangnya pengenalan merek, identitas visual yang belum konsisten di berbagai media promosi, serta ketiadaan media promosi yang terintegrasi. Tugas akhir ini bertujuan untuk merancang desain marketing collateral yang sesuai dengan karakter, nilai budaya, dan identitas visual Batik Abi Imad, serta menentukan jenis media promosi yang tepat guna meningkatkan daya tarik dan jangkauan promosi kepada konsumen lokal Cirebon dan wisatawan Kawasan Batik Plered. Perancangan menggunakan pendekatan mixed method dengan metode riset desain Design Thinking yang meliputi tahap Empathize, Define, Ideate, Prototype, dan Test. Proses ideate menghasilkan konsep visual "Earthy Heritage" yang diterjemahkan ke dalam palet warna krem, cokelat, biru tua, dan hitam; logotype yang memadukan gaya kaligrafi dan huruf klasik; tipografi Agitan dan Source Serif Variable; serta ornamen khas Cirebon seperti motif awan dan sulur daun. Konsep tersebut diterapkan pada lima media promosi, yaitu poster dan tripod banner sebagai media cetak di area workshop, tag pakaian sebagai penguat identitas produk, serta Instagram feed dan Instagram story sebagai media digital. Hasil pengujian terhadap 10 responden menunjukkan bahwa keempat media tersebut mampu menyampaikan identitas dan informasi produk dengan baik, meskipun masih memerlukan penyempurnaan pada ukuran teks, penonjolan motif batik, serta penguatan call to action dan informasi kontak.

Kata Kunci: Batik Abi Imad, marketing collateral, media promosi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Batik Abi Imad is a home-based batik business located in the Plered Batik Area, Cirebon, which has experienced a sharp decline in sales since 2015 due to low brand awareness among new consumers, inconsistent visual identity across promotional media, and the absence of integrated promotional materials. This final project aims to design marketing collateral that reflects the character, cultural values, and visual identity of Batik Abi Imad, as well as to determine appropriate promotional media to increase visual appeal and expand promotional reach to both local consumers in Cirebon and tourists visiting the Plered Batik Area. The design process employed a mixed-method approach using the Design Thinking research method, consisting of the Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages. The ideation stage produced the "Earthy Heritage" visual concept, translated into a color palette of cream, brown, dark blue, and black; a logotype combining calligraphic and classic typefaces; Agitan and Source Serif Variable typography; and distinctive Cirebon ornaments such as cloud motifs and leaf tendrils. This concept was applied to five promotional media: posters and a tripod banner as printed signage at the workshop, product tags to reinforce brand identity, and Instagram feed and Instagram story as digital media. Testing with 10 respondents showed that all four media were able to effectively convey the product's identity and information, although improvements are still needed in text size, batik motif emphasis, and strengthening of the call to action and contact information.

Keywords: Batik Abi Imad, marketing collateral, promotional media

**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 syukur ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul "Perancangan dan Penerapan Desain Marketing Collateral untuk Batik Abi Imad sebagai Media Promosi".

Laporan ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari bahwa penyusunan Laporan ini tidak lepas dari bimbingan, arahan, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkanain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Materi dan Teknis.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds. selaku wali kelas DG D angkatan 2022 yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan kepada penulis sejak awal masa perkuliahan hingga proses penyusunan Laporan Tugas Akhir, sehingga penulis dapat menjalani perkuliahan dengan baik.
6. Seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu pengetahuan, bimbingan, dan arahan selama masa perkuliahan.
7. Torija selaku owner Batik Abi Imad yang telah memberikan kepercayaan, kesempatan, serta data yang diperlukan dalam penyusunan Tugas Akhir ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

8. Keluarga tercinta, khususnya Abi dan Ibu, yang senantiasa memberikan dukungan moril, materil, doa, serta kasih sayang yang tiada henti kepada penulis.
9. Teman-teman seperjuangan angkatan 2022 Program Studi Desain Grafis yang telah menjadi teman berdiskusi, saling memberikan semangat, serta membantu penulis selama proses perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir.
10. Windah Basudara yang secara tidak langsung telah memberikan motivasi, inspirasi, dan semangat kepada penulis melalui konten-konten positif yang dibagikan, sehingga membantu penulis untuk tetap konsisten, terhibur, dan bersemangat dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.

Depok, 8 juli 2026

Ahmad Imaduddin Siroj

**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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	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 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Promosi.....	8
2.1.1 Fungsi Promosi.....	9
2.1.2 Strategi Promosi	9
2.1.3 Jenis - Jenis Media Promosi	10
2.2 Marketing Collateral	13
2.2.1 Strategi Marketing Collateral	14
2.3 Warna	15
2.3.1 Definisi Warna	15
2.3.2 Klasifikasi Warna	16



Hak Cipta :

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

2.3.3 Psikologi Warna dan Persepsi Konsumen.....	17
2.3.4 Kontras dan Keterbacaan (<i>Legibility</i>)	17
2.3.5 Psikologi dan Makna Warna	17
2.3.6 Prinsip Pemilihan Warna untuk Media Promosi	18
2.4 Tipografi.....	18
2.4.1 Jenis-Jenis Tipografi	18
2.4.2 Prinsip Tipografi	21
2.5 Gambar	21
2.6 Layout (Tata Letak).....	22
2.6.1 Prinsip-Prinsip Layout.....	23
2.6.2 Grid dalam Layout	24
2.7 Design Thinking	25
BAB III METODE PERANCANGAN.....	27
3.1 Metode Penelitian.....	27
3.2 Hasil Riset dan Analisis Data.....	29
3.2.1 Profil Klien	29
3.2.2 Product Knowledge.....	30
3.2.3 Target Audience	32
3.2.4 Kompetitor	34
3.2.5 Consumer Insight	41
3.2.6 Analisis SWOT.....	43
3.3 Arahkan Kreatif.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
4.1 Konsep Visual	48
4.1.1 Mind Map.....	48
4.1.2 MoodBoard.....	50
4.2 Proses Desain	51
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	51
4.2.2 Sketsa Manual	52
4.2.3 Desain Komprehensif.....	58
4.2.4 Desain Terpilih	61



© 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

4.2.5 Prototype	68
4.2.6 Testing	70
4.2.7 Evaluasi	72
4.3 Final Art Work	73
4.4 Pertimbangan Produksi	77
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Simpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR REFERENSI.....	82
LAMPIRAN.....	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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Poster dan Banner.....	11
Gambar 2.2 Brosur/Katalog Produk.....	12
Gambar 2.3 Tag Pakaian	12
Gambar 2.4 Feeds Media Social	13
Gambar 2.5 Color Wheel	16
Gambar 2.6 Font Serif.....	19
Gambar 2.7 Font Sans Serif	19
Gambar 2.8 Font Script	20
Gambar 2.9 Font Display Decorative.....	20
Gambar 2.10 Desain Thinking	25
Gambar 3.1 Batik Abi Imad	29
Gambar 3.2 Website Batik Salma	35
Gambar 3.3 Feeds batik Trusmi	36
Gambar 3.4 Batik Salma	37
Gambar 3.5 BT Batik Trusmi.....	38
Gambar 4. 1 Mindmap Sumber: Dokumen Pribadi.....	49
Gambar 4. 2 Moodboard Sumber Dokumen Pribadi.....	50
Gambar 4. 3 Sketsa Thumbnail Sumber: Dokumen Pribadi	52
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif 1 Sumber: Dokumen Pribadi.....	53
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 2 Sumber: Dokumen Pribadi.....	54
Gambar 4. 6 Sketsa Poster 3 Sumber: Dokumen Pribadi.....	55
Gambar 4. 7 Sketsa Poster 4 Sumber: Dokumen Pribadi.....	56
Gambar 4. 8 Sketsa Poster 5 Sumber: Dokumen Pribadi.....	57
Gambar 4. 9 Desain Thumbnail	58
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 1 Sumber Dokumen Pribadi	59
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 2	60
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 3	61
Gambar 4. 13 Desain Terpilih Sumber Dokumen Pribadi	62
Gambar 4. 14 Pallete Warna Terpilih.....	66



© 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. 15 Font Terpilih.....	67
Gambar 4. 16 Prototype	68
Gambar 4. 17 Mockup.....	69
Gambar 4. 18 Prototype Sumber Dokumen Pribadi.....	69
Gambar 4. 19 FAW Poster Sumber Dokumen Pribadi	73
Gambar 4. 20 FAW Banner Sumber Dokumen Pribadi.....	74
Gambar 4. 21 FAW Tag Pakaian Sumber Dokumen Pribadi	75
Gambar 4. 22 FAW Feeds Instagram Sumber Dokumen Pribad	76





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 Analisis SWOT	43
Tabel 3.2 Arahkan Kreatif.....	45
Tabel 4.1 Testing.....	70





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 Logbook	
Lampiran 2 Wawancara bersama Owner Batik Abi Imad	
Lampiran 3 Hasil Data Kuesioner	
Lampiran 4 Hasil Wawancara Testing	
Lampiran 5 hasil Turnitin	
Lampiran 6 Riwayat hidup	





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri kreatif berbasis budaya lokal, khususnya batik, terus mengalami pertumbuhan yang signifikan di Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Perindustrian Republik Indonesia, nilai ekspor batik nasional mencapai 58,46 juta dolar AS pada tahun 2022 (Kemenperin, 2023), dengan sentra produksi terbesar tersebar di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur dan Di Kabupaten Cirebon, Kawasan Batik Plered yang mencakup Desa Trusmi dan sekitarnya dikenal sebagai salah satu sentra batik terbesar di Jawa Barat yang menarik wisatawan lokal maupun mancanegara setiap tahunnya. Namun di tengah potensi besar ini, sebagian besar pelaku usaha batik skala kecil di kawasan tersebut masih menghadapi tantangan serius dalam hal promosi dan komunikasi merek yang efektif.

Batik Abi Imad merupakan salah satu usaha batik rumahan yang berlokasi di kawasan Plered, Cirebon. Berdasarkan hasil wawancara langsung dengan pemilik usaha, permasalahan yang dihadapi bersifat kompleks dan saling berkaitan pada penjualan yang mengalami penurunan drastis sejak tahun 2015 akibat kurangnya pengenalan merek di kalangan konsumen baru identitas visual yang digunakan belum konsisten di berbagai media promosi serta ketatnya persaingan dengan brand batik lain yang telah lebih dahulu membangun citra visual yang kuat dan terstruktur. Selain itu, Batik Abi Imad belum memiliki media promosi yang terintegrasi sehingga pesan yang ingin disampaikan kepada konsumen tidak tersampaikan secara maksimal. Kondisi ini sejalan dengan temuan Pramesti et al. (2022) bahwa banyak UMKM produk lokal belum mampu memanfaatkan potensi digital marketing secara optimal karena ketiadaan materi promosi yang dirancang secara sistematis 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

Target audiens utama Batik Abi Imad adalah generasi milenial (usia 20-40 tahun), baik dari kalangan masyarakat lokal Cirebon maupun wisatawan yang berkunjung ke Kawasan Batik Plered. Kedua segmen ini memiliki karakteristik perilaku konsumsi yang sangat dipengaruhi oleh konten visual di media digital. Penelitian yang dipublikasikan dalam Kirana et al. (2025) menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap preferensi merek, keputusan pembelian, dan loyalitas merek pada konsumen generasi Z, di mana konten visual yang menarik menjadi faktor penentu utama. Sementara itu, generasi milenial lebih dipengaruhi oleh konten visual dan peran influencer dalam pengambilan keputusan belanja (Kurniawan & Ahmadi, 2024). Dengan demikian, kebutuhan akan media promosi berbasis visual yang kuat dan konsisten menjadi sangat mendesak bagi Batik Abi Imad untuk menjangkau kedua segmen ini secara efektif.

Salah satu pendekatan strategis yang dapat menjawab permasalahan tersebut adalah pembangunan konsistensi visual melalui perancangan marketing collateral yang terstruktur. Konsistensi visual mencakup keseragaman penggunaan elemen desain meliputi palet warna, tipografi, logo, tata letak, serta gaya foto di seluruh media promosi yang digunakan, baik digital maupun cetak. Menurut kajian yang dipublikasikan dalam Murnawan et al. (2023) ketidakkonsistenan identitas visual dapat menghasilkan pengeluaran yang tidak perlu dan mempersulit pembentukan citra merek yang kuat di benak konsumen. Sebaliknya, brand identity yang konsisten terbukti meningkatkan kepercayaan dan pengenalan merek, terutama di platform media sosial. Temuan serupa juga dikemukakan oleh penelitian pada UMKM Indiestrustsolo Arifah Qurotul Aini Nur et al. (2023) yang membuktikan bahwa identitas merek yang unik melalui desain yang konsisten dan interaksi pelanggan yang aktif membantu membangun citra merek yang mudah dikenali dan diingat oleh konsumen.

Kawasan Plered sebagai destinasi wisata belanja batik memberikan peluang tersendiri bagi Batik Abi Imad untuk menjangkau konsumen dari luar Cirebon. Wisatawan yang datang ke kawasan ini umumnya membutuhkan informasi visual



© 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 jelas dan menarik sebelum mengambil keputusan pembelian. Namun demikian, riset dari Yulia et al. (2024) yang mengkaji sentra Batik Tulis di Desa Trusmi Plered menemukan bahwa peningkatan konten media sosial dan promosi digital yang terencana merupakan langkah kunci dalam mencapai keunggulan kompetitif di kawasan tersebut. Temuan ini memperkuat urgensi perancangan marketing collateral bagi Batik Abi Imad yang tidak hanya menyasar konsumen online, tetapi juga wisatawan yang hadir secara langsung di kawasan Plered.

Berdasarkan paparan permasalahan di atas, terdapat urgensi yang nyata untuk merancang desain marketing collateral yang komprehensif bagi Batik Abi Imad sebagai media promosi. Perancangan ini mencakup pengembangan elemen visual yang konsisten dan terintegrasi, meliputi media digital maupun cetak yang disesuaikan dengan karakteristik target audiens generasi Z dan milenial, baik konsumen lokal Cirebon maupun wisatawan Kawasan Batik Plered. Solusi visual yang dirancang secara sistematis diharapkan mampu memperkuat identitas merek Batik Abi Imad, menyampaikan nilai dan kekhasan produk secara lebih efektif, serta pada akhirnya meningkatkan daya saing usaha dalam menghadapi kompetitor yang telah lebih dahulu membangun kekuatan visual sebagai alat promosi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan pada subbab sebelumnya, maka rumusan masalah dalam tugas akhir ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain marketing collateral yang sesuai dengan karakter Batik Abi Imad sebagai media promosi?
2. Bagaimana menerapkan teori desain grafis pada media marketing collateral sehingga mampu memperkuat identitas visual Batik Abi Imad?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam tugas akhir ini difokuskan pada proses perancangan dan penerapan desain marketing collateral sebagai media promosi Batik Abi Imad. Pembahasan diarahkan pada pengolahan elemen visual yang



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

digunakan dalam media promosi guna meningkatkan daya tarik visual produk batik.

Adapun batasan pembahasan dalam penelitian ini meliputi:

1. Pembahasan difokuskan pada proses perancangan dan penerapan desain marketing collateral sebagai media promosi Batik Abi Imad, tanpa membahas strategi pemasaran secara menyeluruh maupun analisis bisnis perusahaan.
2. Media promosi yang diterapkan dibatasi pada bentuk marketing collateral, seperti media cetak dan media digital yang mendukung kegiatan promosi yang sesuai dengan adanya penerapan teori.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari perancangan tugas akhir ini adalah:

1. Merancang desain marketing collateral yang sesuai dengan karakter, nilai budaya, dan identitas visual Batik Abi Imad sehingga mampu merepresentasikan merek secara konsisten dan profesional.
2. Menerapkan elemen desain grafis pada media marketing collateral sehingga mampu memperkuat identitas visual serta menyampaikan informasi Batik Abi Imad secara efektif.
3. Menentukan dan merancang media promosi berupa poster, tripod banner, tag pakaian, Instagram *feed*, dan Instagram *story* yang sesuai untuk meningkatkan daya tarik dan jangkauan promosi Batik Abi Imad.



Hak Cipta :

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

1.4.2 Manfaat

Manfaat Praktis:

1. Membantu Batik Abi Imad memiliki sistem media promosi yang lebih menarik, konsisten, dan profesional untuk digunakan secara berkelanjutan.
2. Mempermudah penyampaian informasi produk termasuk nilai filosofis motif dan storytelling batik Cirebon kepada konsumen melalui tampilan visual yang jelas dan komunikatif.
3. Meningkatkan citra merek Batik Abi Imad agar lebih dikenal oleh masyarakat, terutama generasi milenial di Cirebon dan wisatawan kawasan Plered.

Manfaat Akademis:

1. Menjadi penerapan nyata dari teori desain komunikasi visual dalam konteks perancangan media promosi untuk UMKM berbasis budaya lokal.
2. Menjadi referensi bagi mahasiswa lain dalam merancang marketing collateral yang sistematis dan berbasis riset.
3. Memberikan contoh bagaimana merancang identitas visual yang konsisten dapat memperkuat komunikasi merek pada usaha batik skala kecil

1.5 Sistematika Penulisan

Penulisan laporan tugas akhir ini disusun secara sistematis agar pembahasan mudah dipahami dan menggambarkan seluruh proses perancangan. sistematika penulisan laporan ini terdiri dari lima bab utama sebagai berikut:

BAB I – PENDAHULUAN

Bab ini yang menjadi dasar perancangan, rumusan masalah, ruang lingkup dan batasan pembahasan, tujuan serta manfaat perancangan, dan sistematika penulisan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Bab ini memberikan gambaran umum mengenai alasan serta arah perancangan media promosi Batik Abi Imad.

BAB II – LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi teori dan konsep yang mendukung proses perancangan. Pembahasan meliputi teori dasar desain grafis, elemen dan prinsip desain, warna, tipografi, tata letak (*layout*), serta teori mengenai media promosi dan *marketing collateral*. Bab ini juga membahas referensi visual dan analisis karya sejenis yang menjadi acuan dalam proses perancangan.

BAB III – METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan dan metode yang digunakan dalam proses perancangan. Metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi, serta analisis data untuk menentukan arah konsep desain. Bab ini juga memaparkan proses perumusan ide, konsep kreatif, serta rencana penerapan desain pada media promosi yang akan dibuat.

BAB IV — HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas proses perancangan desain marketing collateral sebagai media promosi bagi Batik Abi Imad. Pembahasan meliputi pengembangan konsep visual berupa mind map dan moodboard, proses desain mulai dari sketsa thumbnail, sketsa manual, digitalisasi sketsa, hingga desain terpilih, serta penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada masing-masing media promosi. Selain itu, bab ini juga memuat pembuatan prototype, hasil testing beserta evaluasi dan revisi desain, penyusunan final artwork, pertimbangan produksi meliputi pemilihan material, teknik cetak, proses finishing, penggunaan warna, serta perhitungan biaya produksi untuk setiap media yang dirancang.

BAB V — PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan seluruh proses perancangan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

desain marketing collateral untuk Batik Abi Imad sebagai media promosi, serta saran yang diharapkan dapat menjadi masukan bagi pengembangan media promosi maupun penelitian sejenis di masa mendatang.



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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan proses perancangan Desain Marketing Collateral sebagai media promosi untuk Batik Abi Imad, diperoleh kesimpulan yang sesuai dengan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Perancangan desain marketing collateral yang sesuai dengan karakter Batik Abi Imad dilakukan melalui pendekatan Design Thinking, dimulai dari tahap Empathize dan Define untuk memahami karakter brand sebagai batik khas Cirebon dengan sentuhan kontemporer, dilanjutkan tahap Ideate berupa penyusunan mind map dan moodboard yang menghasilkan konsep visual *Earthy Heritage*. Konsep tersebut diterjemahkan ke dalam elemen desain berupa palet warna krem, coklat, biru tua, dan hitam; logotype "Batik Abi Imad" yang memadukan gaya kaligrafi dan huruf klasik; tipografi Agitan dan Source Serif Variable; serta ornamen khas Cirebon seperti motif awan dan sulur daun. Penerapan prinsip desain grafis berupa keseimbangan, kontras, proporsi, irama, dan kesatuan secara konsisten pada seluruh media memastikan hasil akhir desain tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mencerminkan identitas Batik Abi Imad secara autentik dan komunikatif.
2. Perancangan elemen desain grafis pada media *marketing collateral* Batik Abi Imad dilakukan melalui penerapan elemen visual yang konsisten pada media poster, tripod banner, tag pakaian, serta Instagram Feed dan Instagram Story. Perancangan tersebut menerapkan konsep *Earthy Heritage* dengan penggunaan warna *earth tone*, fotografi produk, ornamen batik khas Cirebon, tipografi yang sesuai dengan karakter merek, serta tata letak yang terstruktur sehingga mampu membentuk identitas visual yang kuat dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

mudah dikenali. Penerapan elemen-elemen tersebut mengacu pada teori *marketing collateral* sebagai media komunikasi pemasaran, teori layout yang menerapkan prinsip keseimbangan (*balance*), penekanan (*emphasis*), urutan (*sequence*), kesatuan (*unity*), dan ruang kosong (*white space*), teori warna yang menekankan kesesuaian makna dan harmoni visual, serta teori tipografi yang mendukung keterbacaan sekaligus memperkuat karakter merek. Melalui penerapan teori-teori tersebut, media *marketing collateral* yang dirancang mampu menyampaikan informasi secara komunikatif, membangun citra Batik Abi Imad sebagai griya batik *handmade* khas Cirebon, serta memperkuat identitas visual merek secara konsisten pada media cetak maupun digital.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat dijadikan pertimbangan sebagai berikut.

Pertama, hasil perancangan ini diharapkan dapat memberikan kontribusi sebagai referensi bagi pelaku desain komunikasi visual yang ingin mengembangkan media promosi untuk brand kerajinan lokal berbasis budaya nusantara, khususnya batik. Pendekatan Design Thinking yang digunakan dalam perancangan ini dapat diadaptasi sebagai kerangka kerja dalam proyek serupa, dengan penyesuaian terhadap karakter motif dan nilai budaya brand yang berbeda.

Kedua, *marketing collateral* yang telah dihasilkan sebaiknya dimanfaatkan secara optimal sebagai bagian dari strategi komunikasi brand yang menyeluruh, bukan sekadar pelengkap tampilan visual. Konsistensi penerapan identitas visual pada setiap titik komunikasi, baik cetak (poster, tripod banner, tag pakaian) maupun digital (Instagram), perlu dijaga agar kepercayaan konsumen terhadap keaslian dan nilai heritage Batik Abi Imad dapat terbentuk secara bertahap dan berkelanjutan. Pengelolaan konten media sosial yang terjadwal juga sangat dianjurkan mengingat Instagram merupakan kanal digital utama yang paling berdampak bagi perluasan jangkauan promosi Batik Abi Imad.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Ketiga, mengingat pengujian dalam perancangan ini dilakukan dalam lingkup yang masih terbatas (10 responden), penelitian lanjutan dengan cakupan responden yang lebih luas perlu dilakukan untuk mengukur dampak nyata media promosi ini terhadap perilaku konsumen, seperti peningkatan kesadaran merek maupun keputusan pembelian kain batik. Pengembangan media promosi lain yang belum tercakup dalam perancangan ini, seperti kemasan produk atau konten video pendek, juga dapat diujai sebagai langkah perluasan strategi komunikasi visual Batik Abi Imad ke depannya.





Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Acar Büyükpehlivan, G. (2024). THE IMPORTANCE AND USE OF TYPOGRAPHY IN PRINT AND DIGITAL DESIGN. *Motif Akademi Halk Bilimi Dergisi*. <https://doi.org/10.12981/mahder.1526320>
- Aditia, R., & Aditia, B. (2024). Arts Education and Visual Communication in Character Design of the Nusa Five Serial Comic Character by Sweta Kartika. *EDUCASIA: Jurnal Pendidikan, Pengajaran, Dan Pembelajaran*, 9(1), 17–30. <https://doi.org/10.21462/educasia.v9i1.241>
- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. (2022). Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 8(2), 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6267>
- Alrazi, C. Z., & Rachman, A. (2021). Penerapan Metode Design Thinking Pada Model Perancangan Animasi Periklanan Digital Pencegahan Covid-19. *Ultimart: Jurnal Komunikasi Visual*, 14(2), 190–202. <https://doi.org/10.31937/ultimart.v14i2.2247>
- Ari, A. S., Rahmatullah, A., & Adi, M. (2025a). Analisis Penggunaan Warna Berdasarkan Teori Warna Menurut Brewster Pada UI Google Home Assistant Dengan Pendekatan Design Thinking. *JoMMiT: Jurnal Multi Media Dan IT*, 8(2), 138–144. <https://doi.org/10.46961/jommit.v8i2.1476>
- Ari, A. S., Rahmatullah, A., & Adi, M. (2025b). Analisis Penggunaan Warna Berdasarkan Teori Warna Menurut Brewster Pada UI Google Home



© 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

Assistant Dengan Pendekatan Design Thinking. *JoMMiT: Jurnal Multi Media Dan IT*, 8(2), 138–144. <https://doi.org/10.46961/jommit.v8i2.1476>

Arifah Qurotul Aini Nur, S., Febiyanti, L. E., Bataiv, M. F., & Budiarti, M. A. (2023). Peran Vital Desain Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha dan Mendukung Pertumbuhan UMKM. *HUBISINTEK 2023*.

Calista, H., & Hananto, B. A. (2022). Visual Identity and Packaging Design for Bécik Bécik. *Jurnal Strategi Desain Dan Inovasi Sosial*, 4(1), 69. <https://doi.org/10.37312/jsdis.v4i1.5956>

Cheong, H. J., & Cheong, Y. (2021). Updating the Foote, Cone & Belding Grid: Revisiting the Product Classifications Of the FCB Grid for Online Shopping And Contemporary Consumers' Decision Making. *Journal of Advertising Research*, 61(1), 12–29. <https://doi.org/10.2501/JAR-2020-014>

Daniel Axel Geraldine. (2024). Pembuatan Brand Guidelines Untuk Perumahan The Oz Malang. *Jurnal Manuhara : Pusat Penelitian Ilmu Manajemen Dan Bisnis*, 2(4), 95–113. <https://doi.org/10.61132/manuhara.v2i4.1195>

Daud, S., Maxentia, C., Paolo, C. C., & Tanuhardja, F. (2025). Strategi Pemasaran dalam Penerapan Digital Marketing pada Kewirausahaan UMKM Kuliner: Studi Kasus pada “Bakso dan Mie Ayam Mami Inung” di Rajabasa, Bandar Lampung. *Jurnal EMT KITA*, 9(1), 223–229. <https://doi.org/10.35870/emt.v9i1.3485>

Eldesouky, D. F. B. (2016). Creating a Triple-System Grid as an Approach to Sign Design for Visual Communication and Advertising. *Journal of Arts and Humanities*, 5(11), 1. <https://doi.org/10.18533/journal.v5i11.778>



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

Fernia Syafutri, Eri Handayani, Anggun Vebiyanti, & Riki Gana Suyatna. (2023). Efektivitas Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Pada UMKM Durian Woke: Studi Kasus Konten Digital Cafe Durian Woke Taktakan. *Jurnal Nuansa : Publikasi Ilmu Manajemen Dan Ekonomi Syariah*, 2(1), 17–25. <https://doi.org/10.61132/nuansa.v2i1.610>

Hancocks Obe, S. (2020). Alignment. *British Dental Journal*, 228(3), 135–135. <https://doi.org/10.1038/s41415-020-1288-1>

Hasanudin Hasanudin, Esti Dwi Rahmawati, & Agus Suyatno. (2023). Strategi Promosi Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Pada Toko Redjo AC Sukoharjo. *Jurnal Bintang Manajemen*, 1(3), 257–270. <https://doi.org/10.55606/jubima.v1i3.1895>

Hasian, I., & Rinaldo, B. (2019a). Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual: Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 3(01), 409–428. <https://doi.org/10.61344/magenta.v3i01.44>

Hasian, I., & Rinaldo, B. (2019b). Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual: Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi. *Magenta | Official Journal STMK Trisakti*, 3(01), 409–428. <https://doi.org/10.61344/magenta.v3i01.44>

I Gusti Ayu Agung Aristi Putri & Arief Yulianto. (2025). Perancangan Branding Visual untuk Meningkatkan Brand Awareness Gerbang Taru Bali: Pengabdian. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Riset Pendidikan*, 3(4), 4301–4308. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v3i4.1251>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Istanto, F. H. (2000). (n.d.). *GAMBAR SEBAGAI ALAT KOMUNIKASI VISUAL*.

Kartika, R. (2015). Memilih dan Memanfaatkan Tipografi. *Humaniora*, 6(3), 312.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i3.3352>

Kemenperin. (2023). Kemenperin 2023. *Kemenperin*, 8(1), 5–5.
<https://doi.org/10.1038/nmeth0111-5>

Kirana, R. C., Astuti, S., & Ramli, M. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMEN GENERASI Z DALAM PEMBELIAN PRODUK FASHION. *Digital Business Insights Journal*, 1(1).

Kurniawan, R., & Ahmadi, M. A. (2024). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEBIASAAN BELANJA KONSUMEN BAGI GENERASI X Y Z. *JURNAL MEDIA AKADEMIK (JMA)*.

Lathifah, A., Wahyono, D., Yessa, F., Wardi, Y., & Prasetya, A. (2024). Strategi Pemasaran Digital dalam Industri Fashion Online: Sebuah Analisis Sistematis. *Nusantara Entrepreneurship and Management Review*, 2(1), 64–69. <https://doi.org/10.55732/nemr.v1i2.1177>

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

Maharani, S., & Musnaini, M. (2024). PENGARUH MARKETING MIX (PRODUCT, PRICE, PROMOTION & PLACE) TERHADAP MINAT BELI PRODUK OLEH KONSUMEN PADA JAMBI NIGHT MARKET.



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

Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan, 13(01), 229–242.
<https://doi.org/10.22437/jmk.v13i01.27434>

Maricar, M. A., Pramana, D., & Edwar, E. (2022). Pengujian Prototype Pemesanan Creative Gift Menggunakan HEART Framework. *JURNAL MEDIA INFORMATIKA BUDIDARMA*, 6(2), 1166.
<https://doi.org/10.30865/mib.v6i2.3982>

Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *VISUALIDEAS*, 2(2), 70–75.
<https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>

Muhammad, A., Kartini, T., Aulia, S., & Elena, V. (2025). Strategi Penguatan UMKM Teh Bunga Telang melalui Penerapan Digital Marketing pada BUMDesa Kawungluwuk Kecamatan Tanjungsang. *Jurnal Kolaborasi Pengabdian Masyarakat Fakultas Ilmu Administrasi*.
<https://doi.org/10.37950/jkpemasfia.v3i1.2373>

Murnawan, -, Lestari, S., Samihardjo, R., & Sapanji, R. A. E. V. T. (2023). Pelatihan Brand Identity Untuk UMKM: Meningkatkan Kesadaran Merek dan Daya Saing di Era Digital. *ABDIMASKU : JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 6(2), 490. <https://doi.org/10.33633/ja.v6i2.1247>

Nurbadillah, N., Wiguna, I. M., Fadlurohman, R., & Kuntari, W. (2025). Pengaruh Kreativitas dan Inovasi dalam Desain Grafis sebagai Pendukung Branding UMKM. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi*, 5(1), 419–426. <https://doi.org/10.56870/158k1d46>



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

Pramesti, R. D., Anggarini, A., Dk, M. T. M., Bangun, D. A. N., Susilawati, S., & Andriyanto, A. (2022). PENDAMPINGAN PEMBUATAN MEDIA PROMOSI PRODUK UMKM UNTUK Mendukung Daya Saing Digital Marketing Di Era Global Pada Komunitas Sahabat UMKM. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 5(02), 170–180. <https://doi.org/10.36456/abadimas.v5.i02.a4404>

Purbasari W, M. (2016). ANALISA ASOSIASI WARNA KULTURAL DALAM TEKSTIL DAN KULINER TRADISIONAL DI PULAU JAWA. *Jurnal Dimensi Seni Rupa Dan Desain*, 12(1), 53–68. <https://doi.org/10.25105/dim.v12i1.99>

Purnamasari, R. P., & Affandi, D. (2025). Visual Branding Strategies in Indonesian Coffee Shops and Street Food Vendors: A Semiotic and Thematic Analysis. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(8). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i8.5226>

Rachmiani, R., Haidar Ahmada, N., & Darusman, D. (2025). Optimization of Digital Technology Utilization in Marketing Strategy Development to Enhance the Competitiveness of MSME Products. *International Journal of Management Science and Information Technology*, 5(1), 56–66. <https://doi.org/10.35870/ijmsit.v5i1.3648>

Rahman, A., Debrah, R. D., & Assibey, G. B. (2025). Assessing the Relationship between Packaging Quality and Brand Preference among Consumers of Ghanaian Food and Pharmaceutical Products. *E-Journal of Humanities*,



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

Arts and Social Sciences, 1744–1760.

<https://doi.org/10.38159/ehass.20256834>

Raizman, D. (2020). Reading Graphic Design in Cultural Context. *Journal of Design History*, 33(3), 261–264. <https://doi.org/10.1093/jdh/epaa034>

Ridhani, J., Trisnaningsih, S., & Fitriani, I. N. (2025). Visual Representations in Indonesian Chemistry Textbooks: Supporting Deep Learning for 2025 Educational Goals. *Indonesian Journal of Instructional Media and Model*, 7(1), 33–49. <https://doi.org/10.32585/ijimm.v7i1.6438>

RIhi, S. (2025). Perancangan Cover Buku “Identitas Yang Terbelah: Khalayak Aktif, Interseksionalitas Perempuan, Dan Perlawanan Senyap Anak Muda Indonesia. *JURNAL Dasarrupa: Desain Dan Seni Rupa*, 7(1), 1–6. <https://doi.org/10.52005/dasarrupa.v7i1.381>

Sari, H. M. K., & Randusiwi, R. (2024). Decoding Marketing Mix Effects: Insights from Indonesia. *Journal of Business and Halal Industry*, 1(4), 1–14. <https://doi.org/10.47134/jbhi.v1i4.260>

Serra, J., Gouaich, Y., & Manav, B. (2022). Preference for accent and background colors in interior architecture in terms of similarity/contrast of natural color system attributes. *Color Research & Application*, 47(1), 135–151. <https://doi.org/10.1002/col.22698>

Setianingsih, W. E. (2022). Analisis Pengaruh Promosi, E-WOM dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. *JURNAL MANAJEMEN DAN BISNIS INDONESIA*, 8(1), 88–95. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v8i1.7744>



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

Solihah, S. L., Kusnadi, K., & Putra, N. S. (2024). PERANCANGAN UI/UX PADA SISTEM KASIR BERBASIS WEBSITE MENGGUNAKAN METODE DESIGN THINKING (STUDI KASUS: PT. HEYA AGENCY CREATIVE). *Jurnal Aplikasi Bisnis Dan Komputer*, 4(3), 104–114. <https://doi.org/10.33751/jubikom.v4i3.10944>

Sumiati, Darmawan, A., & Wiryawan, K. G. (2016). Egg Quality and Blood Hematology of Magelang Laying Duck Fed with Diets Containing Different Ratios of Omega 3 and Omega 6 Fatty Acids and Organic Zn. *International Journal of Poultry Science*, 15(11), 448–453. <https://doi.org/10.3923/ijps.2016.448.453>

Tesalonika Devvany Nugoro, Nanda Putri Widiyanti, Karina Sanggraeini, Bintang Gymnastiar, Vincentia Stephani, Elvira Aprilia Primastika, Fitri Erliya Wati, Ilham Dio Bhakti, Zulfa Fayza Budiono, & Muhammad Yafi Dhiyaulhaq. (2024). Strategi Brand Awareness Melalui Pembuatan Logo dan Pemasaran Digital pada Mursi Collection di Desa Mojowangi Kabupaten Jombang. *Pelayanan Unggulan : Jurnal Pengabdian Masyarakat Terapan*, 1(3), 58–67. <https://doi.org/10.62951/unggulan.v1i3.379>

Wang, H., Ab Gani, M. A. A., & Liu, C. (2023). Impact of Snack Food Packaging Design Characteristics on Consumer Purchase Decisions. *Sage Open*, 13(2), 21582440231167109. <https://doi.org/10.1177/21582440231167109>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Widuri, A. F., & Dewi, C. K. (2023). Strategi Promosi Melalui Media Sosial Pada Myrubbylicious Fashion Store. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 112–121. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.2178>

Yulia, D., Ananda, D., Rifki Anggriana, A., Fahesa, V., & Selasi, D. (2024). Strategi Pemasaran Digital Sentra Batik Tulis di Desa Trusmi Plered Kota Cirebon. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi Dan Kewirausahaan*, 15(01). <https://doi.org/10.59188/covalue.v15i01.4395>





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook

No	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbi...	Catatan Pembimbing	To-do
1	Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah	Not started Not started	October 1, 2025	melakukan wawancara dengan klien dan mencari data klien	membuat list pertanyaan wawancara untuk klien
2	Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan	Latar Belakang Rumusan Masalah	Not started Not started	November 10, 2025	kerjakan bab 1-3	mencari cara membuat teorin perancangan dan mencari jurnal
3	Bimri ke-3	Bab 3 Metode Perancangan	Rumusan Masalah Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan Penulisan Bab 2 Kerangka teori	Not started Not started Not started Not started Not started Not started	December 4, 2025	-sistematika penulisan -para ahli yang diatas 2015	mencari para ahli yang diatas 2015 dan membereskan penulisan yang salah dan mencari teori yang relevan
4	Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Product Knowledge Target Audience Penulisan Bab 2	Not started Not started Not started	December 9, 2025	izin sakit	melanjutkan penulisan bab 2 mencari procut knowledge
5	Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Product Knowledge Profil Klien Analisis SWOT	Not started Not started Not started Not started	December 13, 2025	ganti rumusan masalah di bab 2, ganti sub bab konsep desain	membuat ulang rumusan masalah dan membuat profil klien dan mencari data kompetitor untuk selanjutnya
6	Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Analisis kompetitor Analisis consumer insight	Not started Not started Not started	December 17, 2025	ubah foto profil klien, tambahkan kompetitor, kurang merinci masukan data kuesioner	memasukan data kuesioner dan mencari foto klien beserta foto kompetitor
7	Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Creative Brief Mencari data consumer insight	Not started Not started	December 18, 2025	tambahkan swot creative brief belum lengkap	menambahkan creative brief dan memperlengkap consumer insight
8	Bimbingan ke-8	Bab 4 Hasil dan pembahasan					Progres bab 4 ACC Mindmap & modboard revisi konsep sketsa manual
9	Bimbingan ke-9	Bab 4 Hasil dan pembahasan					acc sketsa manual
10	Bimbingan ke-10					Asistensi abstrak Semnas	
11	Bimbingan ke-11					ACC fullpaper Semnas	
12	Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan pembahasan				Progres sketsa konherensif poster desain terpilih asistensi pertanyaan testing	
13	Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan pembahasan				Turnitin Finalisasi untuk tanda tangan persetujuan	
14	Bimbingan ke-14	Bab 4 Hasil dan pembahasan				tanda tangan persetujuan	

Lampiran 2 Wawancara bersama Owner Batik Abi Imad

Selamat pagi, Pak Torija. Terima kasih sudah meluangkan waktu untuk saya. Saat ini saya sedang menyusun tugas akhir dengan judul “Perancangan dan Penerapan Desain Marketing Collateral untuk Batik Abi Imad sebagai Media Promosi.” Melalui wawancara ini, saya ingin mengetahui lebih dalam mengenai kondisi promosi dan tantangan yang dihadapi oleh Batik Abi Imad agar hasil perancangan nanti bisa sesuai dengan kebutuhan toko.



© 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

Torija:salamat pagi. Silakan, saya senang bisa membantu dan memberikan informasi yang dibutuhkan.

Saya:Bisa Bapak jelaskan bagaimana strategi promosi yang selama ini dilakukan oleh Batik Abi Imad?

Torija:Selama ini kami masih mengandalkan promosi dari mulut ke mulut. Pelanggan yang sudah membeli biasanya merekomendasikan ke orang lain. Kami juga kadang ikut pameran

Saya:Apakah Batik Abi Imad sudah memiliki identitas visual seperti logo, brosur, atau media promosi digital?

Torija:Kami punya logo sederhana, tapi penggunaannya belum konsisten. Untuk brosur atau katalogjuga belum ada. Media sosial ada, tapi tidak aktif dan belum diisi secara teratur.bisa dibilang tidak ada

Saya:Apa kendala terbesar yang Bapak hadapi dalam memperkenalkan Batik Abi Imad kepada masyarakat luas?

Torija:Kendalanya ada di promosi. Banyak orang belum tahu tentang Batik Abi Imad, Karena belum punya media promosi yang menarik, sulit bagi kami menjangkau konsumen baru di luar pelanggan tetap.

Saya:Apakah Bapak merasakan pengaruh perkembangan digital terhadap cara masyarakat membeli batik?

Torija:Iya,sekarang kebanyakan orang mencari batik lewat internet atau media sosial. Kalau toko ga punya tampilan visual yang menarik, orang langsung beralih ke toko lain yang promosinya lebih aktif dan rapi. Itu yang membuat kami merasa perlu memperbarui cara promosi.



© 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

Saya:Menurut Bapak, seberapa penting keberadaan media promosi seperti katalog, poster, dan konten digital dengan desain yang seragam dan profesional?

Torija:Penting sekali. Media promosi itu jadi wajah dari toko. Kalau tampilannya menarik dan seragam, orang akan menilai merek kami lebih profesional dan terpercaya. Saya merasa Batik Abi Imad perlu punya media promosi yang konsisten supaya bisa bersaing dengan toko batik lain.

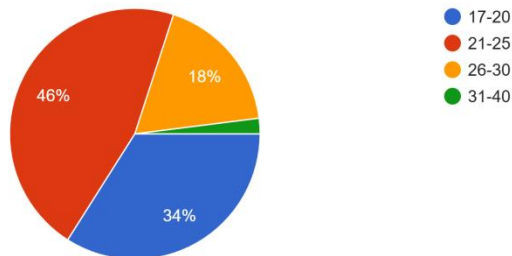
Saya:Kalau nanti hasil perancangan desain marketing collateral ini sudah jadi, apakah Bapak bersedia menerapkannya sebagai media promosi toko?

Torija:Tentu saja saya sangat senang. Kalau hasilnya bisa membantu promosi dan memperkenalkan produk kami ke lebih banyak orang, saya sangat mendukung untuk diterapkan.

Saya:Terima kasih, Pak Torija, atas waktu dan keterbukaannya. Penjelasan dari Bapak sangat membantu saya untuk memahami permasalahan dan kebutuhan promosi Batik Abi Imad.

Lampiran 3 Hasil Data Kuesioner

Umur
50 jawaban





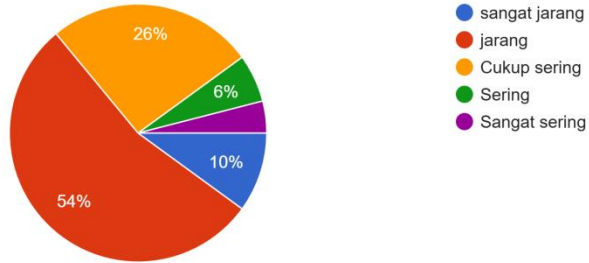
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

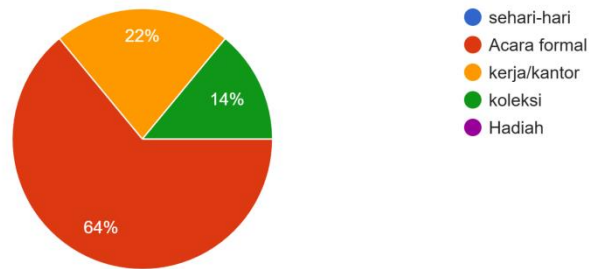
Seberapa sering anda membeli produk batik?

50 jawaban



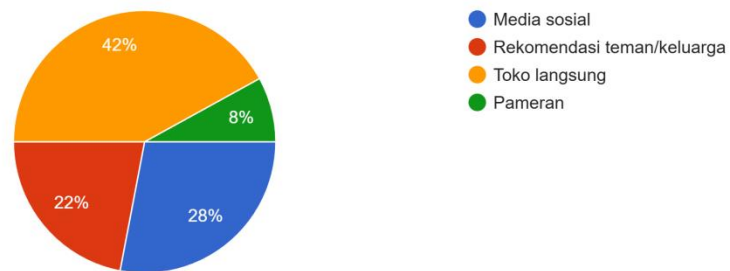
Biasanya anda membeli batik untuk keperluan apa?

50 jawaban



Media apa yang biasanya memengaruhi Anda untuk membeli batik?

50 jawaban





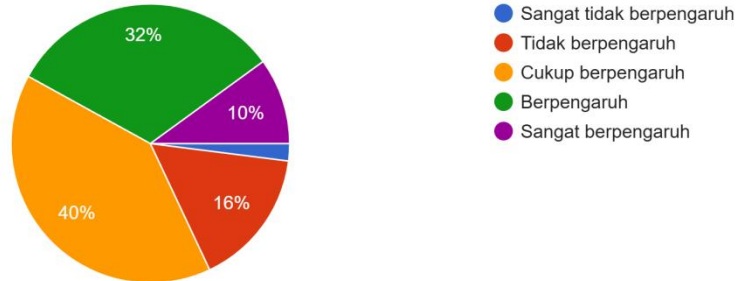
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

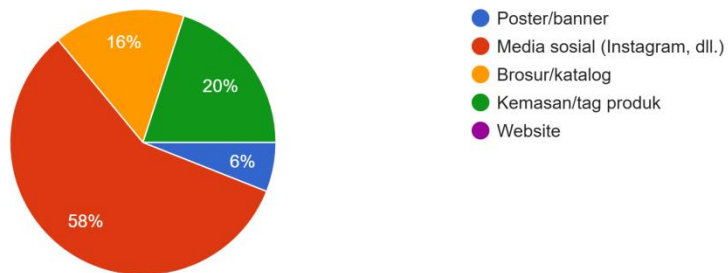
Apakah media promosi memengaruhi ketertarikan Anda terhadap sebuah merek batik?

50 jawaban



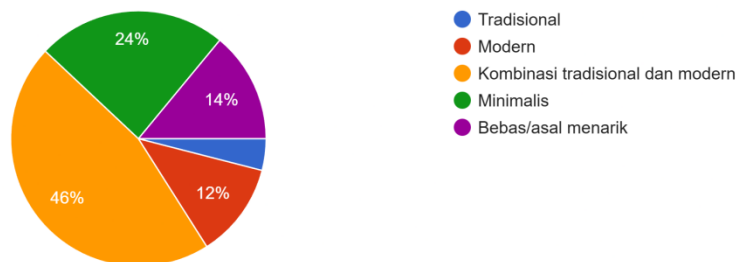
Media promosi apa yang paling menarik perhatian Anda?

50 jawaban



Menurut Anda, tampilan visual pada media promosi batik sebaiknya seperti apa?

50 jawaban





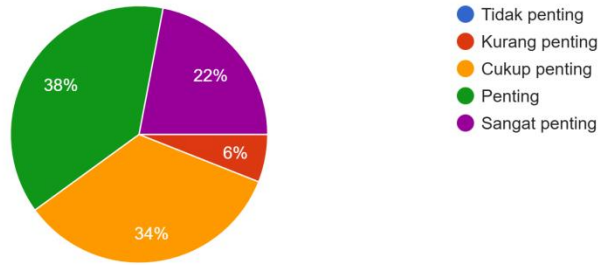
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

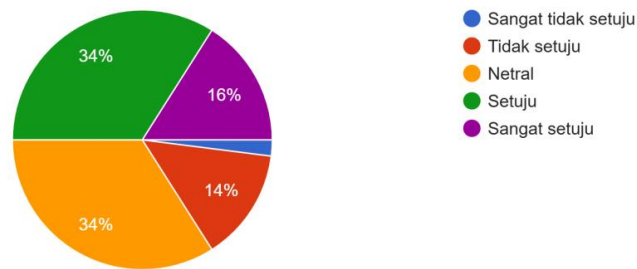
Seberapa penting desain visual dalam membentuk citra sebuah merek batik?

50 jawaban



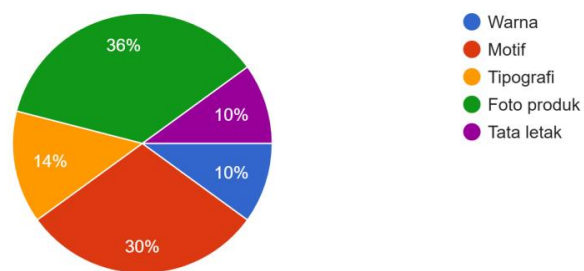
Apakah desain yang konsisten membuat merek lebih mudah diingat?

50 jawaban



Elemen visual apa yang paling Anda perhatikan?

50 jawaban





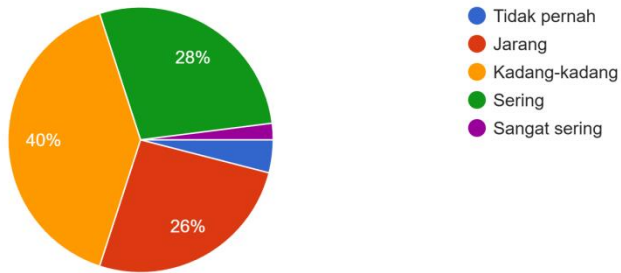
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

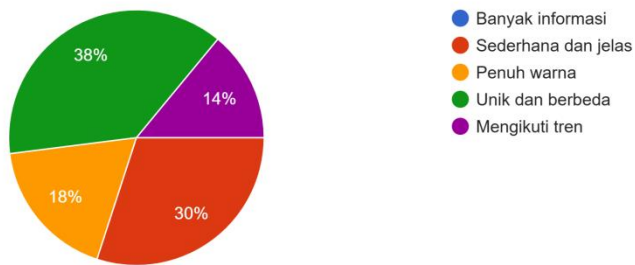
Pernahkah Anda merasa tertarik membeli batik karena desain promosinya?

50 jawaban



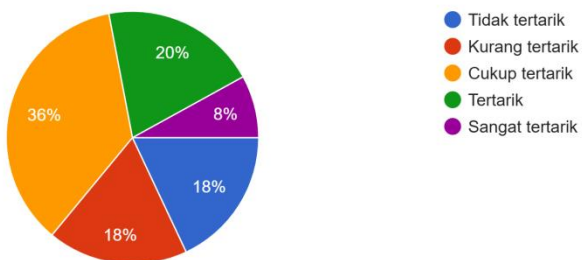
Desain promosi yang baik menurut Anda adalah yang:

50 jawaban



Apakah Anda tertarik jika batik dipromosikan dengan konsep cerita (storytelling)?

50 jawaban





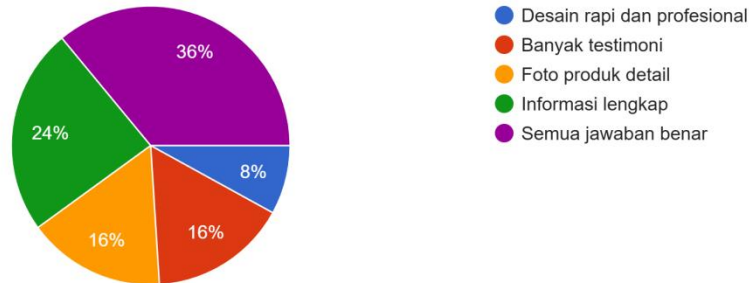
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

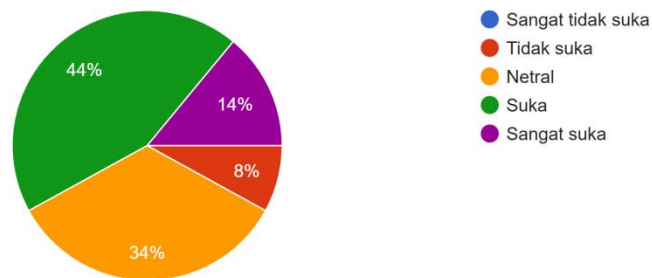
Media promosi seperti apa yang membuat Anda percaya pada kualitas produk?

50 jawaban



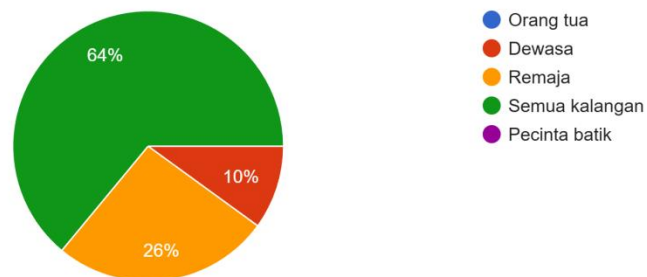
Apakah Anda menyukai batik dengan pendekatan visual modern?

50 jawaban



Menurut Anda, media promosi batik sebaiknya ditujukan untuk siapa?

50 jawaban





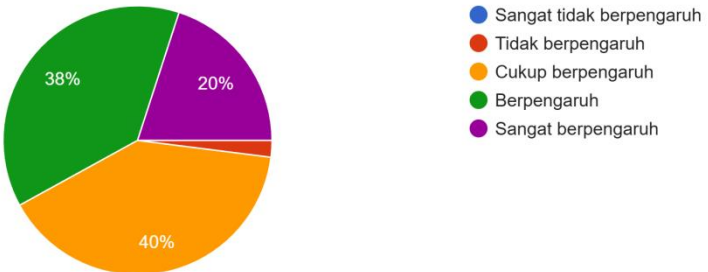
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apakah desain media promosi memengaruhi keputusan Anda untuk membeli batik?

50 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4 Hasil Wawancara Testing

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



Testing 1

Pewawancara:

Menurut Mas, apakah desain poster ini sudah mampu menunjukkan identitas Batik Abi Imad?

Responden (Husein):

Menurut saya sudah cukup jelas. Keterangan pada poster juga sudah menjelaskan apa yang ingin ditonjolkan, yaitu sebagai media promosi batik. Hanya saja, menurut saya bagian visualnya masih bisa ditingkatkan. Karena yang diangkat adalah batik, sebaiknya motif atau *pattern* batiknya lebih ditonjolkan. Saat pertama melihat poster ini, perhatian saya belum langsung tertuju pada gambar produknya. Namun secara keseluruhan menurut saya desainnya sudah cukup baik.



© 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

Pewawancara:

Apakah informasi yang terdapat pada poster ini sudah mudah dipahami?

Responden (Husein):

Ya, menurut saya informasi yang disampaikan sudah cukup jelas dan mudah dipahami.

Pewawancara:

Bagaimana dengan ukuran teks pada poster? Apakah masih mudah dibaca? Saat ini poster masih berupa prototipe ukuran A4, sedangkan nantinya akan dicetak dalam ukuran A2.

Responden (Husein):

Menurut saya masih mudah dibaca. Apalagi jika nantinya dicetak dalam ukuran A2, tentu ukuran teks akan menjadi lebih besar sehingga keterbacaannya akan semakin baik.

Pewawancara:

Misalnya minggu depan Batik Abi Imad mengadakan pameran, kemudian hari ini Mas melihat poster ini. Apakah poster tersebut membuat Mas tertarik untuk datang ke acara tersebut?

Responden (Husein):

Kalau menurut saya pribadi, belum terlalu tertarik untuk datang. Alasannya karena poster ini hanya menampilkan nama Batik Abi Imad dan informasi dasar mengenai produknya. Belum ada informasi atau daya tarik khusus yang membuat saya ingin mengunjungi pameran tersebut.

Pewawancara:

Menurut Mas, bagian apa yang perlu diperbaiki dari poster ini?

Responden (Husein):

Menurut saya bagian visual produknya bisa dibuat lebih menarik, terutama dengan lebih menonjolkan motif batiknya. Selain itu, jika tujuan poster ini untuk mengundang orang datang ke pameran, sebaiknya ditambahkan informasi yang menjadi daya tarik, misalnya kesempatan bertemu langsung dengan pengrajin atau aktivitas menarik lainnya yang ada di acara tersebut.



© 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

Pewawancara:

Dari keseluruhan desain poster ini, bagian apa yang paling Mas sukai?

Responden (Husein):

Bagian yang paling saya suka adalah logo dan tulisan "Batik Abi Imad". Menurut saya tampilannya cukup menonjol sehingga mudah diingat. Meskipun poster ini belum membuat saya tertarik untuk datang ke pamerannya, tetapi nama Batik Abi Imad cukup melekat di ingatan saya. Jadi, ketika suatu saat membutuhkan batik, kemungkinan saya akan mengingat Batik Abi Imad sebagai salah satu pilihan.

Pewawancara:

Baik, terima kasih atas waktunya. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Mas?

Responden (Husein):

Nama saya Husein, usia 28 tahun.

Testing 2

Pewawancara:

Menurut Bapak, apakah desain poster ini sudah mampu menyampaikan pesan yang ingin disampaikan oleh Batik Abi Imad?

Responden (Ridwan):

Menurut saya pesannya masih belum terlalu terlihat. Jika tujuan utamanya untuk memperkenalkan Batik Abi Imad sebagai sebuah brand, sebaiknya informasi yang ditampilkan lebih menjelaskan keunggulan batiknya. Misalnya, batik ini dibuat dengan teknik apa, apakah *handmade*, dibuat langsung oleh para pengrajin, atau memiliki keunikan tertentu. Hal-hal seperti itu justru akan lebih menarik untuk disampaikan.

Pewawancara:

Maksud Bapak lebih dijelaskan apakah batik ini merupakan batik tulis, batik cap, atau batik *printing*?

Responden (Ridwan):

Betul. Menurut saya informasi seperti itu penting, karena dalam dunia batik ada perbedaan antara batik tulis, batik cap, dan batik *printing*. Selain itu, bisa juga



© 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

dijelaskan apakah produk yang dijual berupa kain batik atau pakaian jadi, sehingga konsumen lebih memahami produk yang ditawarkan.

Pewawancara:

Kalau dari segi desain, menurut Bapak apakah poster ini sudah terlihat profesional?

Responden (Ridwan):

Menurut saya masih kurang. Penempatan gambar, tulisan, dan logo terlihat saling bertumpuk sehingga informasi utama kurang menonjol. Seharusnya ada urutan informasi yang lebih jelas, dimulai dari identitas merek, kemudian elemen pendukung, lalu informasi utama yang ingin disampaikan. Saat ini informasi utamanya justru terlihat terlalu kecil sehingga orang harus mendekat terlebih dahulu untuk membacanya.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Bapak sukai?

Responden (Ridwan):

Saya paling suka pada bagian ornamen dan pemilihan warnanya. Menurut saya perpaduan warnanya sudah memiliki kontras yang baik dan tetap selaras dengan motif batik yang digunakan. *Color palette* yang dipilih juga terasa cocok sehingga tampilannya terlihat harmonis.

Pewawancara:

Misalnya suatu saat Batik Abi Imad mengadakan sebuah acara dan hari ini Bapak melihat poster ini, apakah Bapak tertarik untuk mencari tahu lebih lanjut atau datang ke acara tersebut?

Responden (Ridwan):

Kalau saya pribadi belum tertarik. Alasannya karena saya masih belum memahami tujuan utama dari poster ini. Saya belum bisa menangkap apakah poster ini bertujuan memperkenalkan motif batik, mempromosikan produk, atau mengundang orang untuk datang ke sebuah acara. Selain itu, belum terlihat juga apa yang menjadi pembeda Batik Abi Imad dibandingkan dengan kompetitor lainnya.



© 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

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Pak. Sebagai data responden, boleh saya konfirmasi nama dan umur Bapak?

Responden (Ridwan):

Nama saya Ridwan 24 tahun

Testing 3

Pewawancara:

Menurut Kakak, dari desain poster ini bagian mana yang paling menarik perhatian?

Responden:

Menurut saya yang paling menarik adalah bagian penjelasannya. Informasi yang disampaikan melalui teks membuat saya lebih memahami isi dari poster ini.

Pewawancara:

Apakah informasi yang disampaikan pada poster ini sudah mudah dipahami?

Responden:

Menurut saya sudah cukup jelas karena terdapat penjelasan yang mendukung informasi pada poster.

Pewawancara:

Bagaimana dengan tulisan pada poster? Apakah mudah dibaca?

Responden:

Ya, menurut saya tulisannya mudah dibaca. Desainnya juga terlihat sederhana atau *simple*, sehingga tidak terkesan terlalu ramai.

Pewawancara:

Misalnya dua hari lagi Kakak akan menghadiri acara pernikahan, kemudian hari ini melihat poster Batik Abi Imad. Apakah poster ini membuat Kakak tertarik untuk membeli batik sebagai persiapan menghadiri acara tersebut?

Responden:

Ya, saya cukup tertarik karena poster ini memberikan informasi yang jelas dan tampilannya juga sederhana sehingga mudah dipahami.



© 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

Pewawancara:

Menurut Kakak, apakah ada bagian dari poster ini yang masih perlu diperbaiki?

Responden:

Menurut saya tidak ada. Desainnya sudah cukup sederhana dan nyaman untuk dilihat.

Pewawancara

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Kak. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Kakak?

Responden:

Rifqa 24 tahun

Testing 4

Pewawancara:

Menurut Abang, apakah desain poster ini menarik perhatian? Bagian mana yang menurut Abang paling menarik?

Responden (Amir):

Menurut saya desain ini cukup menarik, terutama dari motif batiknya. Namun, tampilannya masih terlihat sedikit ramai karena terdapat cukup banyak elemen motif pada desain.

Pewawancara:

Misalnya poster ini dipasang di tempat umum, seperti di pinggir jalan atau ditempel di tembok. Menurut Abang, apakah poster ini cukup menarik perhatian? Selain itu, apakah tulisan pada poster mudah dibaca?

Responden (Amir):

Menurut saya cukup menarik. Untuk tulisannya, sebagian besar mudah dibaca, tetapi ada beberapa bagian yang ukurannya masih terlalu kecil sehingga harus dilihat dari jarak yang lebih dekat.

Pewawancara:

Menurut Abang, apakah ada bagian dari desain ini yang masih perlu diperbaiki?

Responden (Amir):

Menurut saya motif pada bagian latar belakang bisa dibuat lebih jelas atau sedikit



© 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

disederhanakan agar tampilannya tidak terlalu ramai. Dengan begitu, informasi utama pada poster akan lebih mudah terlihat.

Pewawancara:

Apabila suatu saat Abang membutuhkan batik atau ada keperluan menghadiri suatu acara, apakah poster ini membuat Abang tertarik untuk mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Amir):

Ya, saya tertarik. Menurut saya motif batik yang ditampilkan cukup bagus sehingga membuat saya ingin melihat produk Batik Abi Imad lebih lanjut.

Pewawancara:

Baik, terima kasih atas waktu dan masukannya, Bang. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Abang?

Responden (Amir):

Nama saya Amir 24 tahun

Testing 5

Pewawancara:

Menurut Bapak, apakah desain poster ini menarik perhatian? Bagian mana yang pertama kali Bapak lihat?

Responden (Harif):

Menurut saya cukup menarik. Bagian yang pertama kali saya lihat adalah tulisan "**Batik Abi Imad**" karena ukurannya paling besar. Setelah itu baru saya melihat foto kain batik yang ada di tengah poster.

Pewawancara:

Apakah informasi yang terdapat pada poster ini sudah mudah dipahami?

Responden (Harif):

Menurut saya sudah cukup jelas. Saya bisa memahami kalau poster ini bertujuan memperkenalkan Batik Abi Imad sekaligus menjelaskan salah satu motif batiknya, yaitu motif Parang. Penjelasannya juga cukup membantu sehingga orang yang belum mengenal motif tersebut bisa mendapatkan informasi.



© 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

Pewawancara:

Bagaimana dengan ukuran tulisan pada poster, apakah mudah dibaca?

Responden (Harif):

Kalau untuk judul dan nama Batik Abi Imad sudah sangat jelas. Namun, bagian penjelasan motif di bawah menurut saya masih agak kecil jika dilihat dari jarak tertentu. Mungkin ukuran tulisannya bisa sedikit diperbesar agar lebih nyaman dibaca.

Pewawancara:

Apabila suatu saat Bapak membutuhkan batik atau ada acara yang mengharuskan memakai batik, apakah poster ini membuat Bapak tertarik untuk membeli atau mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Harif):

Iya, saya cukup tertarik. Dari poster ini saya jadi tahu kalau Batik Abi Imad memiliki motif yang menarik. Kalau memang sedang membutuhkan batik, saya akan mempertimbangkan untuk mencari informasi lebih lanjut atau mengunjungi tokonya.

Pewawancara:

Menurut Bapak, apakah komposisi desain pada poster ini sudah terlihat baik?

Responden (Harif):

Menurut saya sudah cukup baik. Penempatan logo, foto produk, dan informasi sudah tersusun rapi sehingga alur membaca posternya jelas. Warna yang digunakan juga serasi dengan tema batik sehingga terlihat elegan.

Pewawancara:

Menurut Bapak, bagian mana yang masih perlu diperbaiki?

Responden (Harif):

Menurut saya bagian penjelasan mengenai motif bisa dibuat sedikit lebih ringkas atau ukuran hurufnya diperbesar agar lebih mudah dibaca. Selain itu, mungkin bisa ditambahkan informasi yang lebih mengajak orang untuk datang atau membeli produk Batik Abi Imad.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Bapak sukai?



© 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

Responden (Harif):

Yang paling saya sukai adalah foto kain batiknya. Gambarnya terlihat jelas dan warna yang digunakan juga sesuai dengan identitas batik sehingga membuat desain terlihat menarik dan profesional.

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Pak. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Bapak?

Responden (Harif):

Nama saya **Harif**, usia **27 tahun**.

Testing 6

Pewawancara:

Menurut Ibu, bagaimana kesan pertama saat melihat desain poster ini? Apakah cukup menarik perhatian?

Responden (Siti):

Kalau pertama lihat sih menurut saya menarik ya. Yang langsung kelihatan itu nama "Batik Abi Imad" sama foto kain batiknya. Warnanya juga cocok, jadi enak dilihat.

Pewawancara:

Kalau informasi yang ada di poster ini, menurut Ibu sudah mudah dipahami belum?

Responden (Siti):

Sudah cukup jelas. Saya jadi tahu kalau poster ini memperkenalkan salah satu motif batik yang dimiliki Batik Abi Imad. Penjelasannya juga tidak terlalu panjang jadi masih nyaman dibaca.

Pewawancara:

Bagaimana dengan tulisannya, Bu? Apakah masih mudah dibaca?

Responden (Siti):

Untuk judul sama nama tokonya jelas. Cuma bagian penjelasan di bawah menurut saya agak kecil. Kalau orang lihat dari agak jauh mungkin harus mendekat dulu supaya bisa baca dengan jelas.



© 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

Pewawancara:

Kalau misalnya Ibu sedang mencari batik untuk dipakai ke acara atau sebagai hadiah, kemudian melihat poster ini, apakah Ibu tertarik untuk mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Siti):

Iya, lumayan tertarik. Soalnya dari fotonya kelihatan batiknya bagus. Paling saya ingin lihat dulu koleksi motif lainnya sama harganya seperti apa

Pewawancara:

Menurut Ibu, dari segi penempatan foto, tulisan, dan elemen desainnya, apakah sudah terlihat rapi?

Responden (Siti):

Menurut saya sudah rapi. Mata juga langsung fokus ke nama Batik Abi Imad, terus ke foto produknya. Jadi urutannya enak dilihat dan nggak bikin bingung.

Pewawancara:

Kalau ada yang perlu diperbaiki, menurut Ibu bagian mana?

Responden (Siti):

Mungkin informasi kontak atau alamatnya bisa dibuat sedikit lebih menonjol. Soalnya kalau orang sudah tertarik, biasanya langsung cari alamat atau nomor yang bisa dihubungi.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain ini, bagian mana yang paling Ibu sukai?

Responden (Siti):

Saya paling suka foto kain batiknya. Menurut saya itu yang paling menarik karena motifnya terlihat jelas. Selain itu warna desainnya juga serasi, jadi kelihatan elegan.

Pewawancara:

Baik, Bu. Terima kasih banyak atas waktu dan masukannya. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Ibu?

Responden (Siti):

Nama saya Siti, usia 32 tahun.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Testing 7

Pewawancara:

Siang, maaf mengganggu waktunya. Boleh minta waktu sebentar untuk wawancara singkat? Ini untuk kebutuhan tugas akhir saya.

Responden (Fahmi):

Iya, boleh.

Pewawancara:

Menurut Mas, bagaimana kesan pertama saat melihat desain poster ini? Apakah cukup menarik perhatian?

Responden (Fahmi):

Menurut saya cukup menarik. Yang pertama kali saya lihat itu nama "**Batik Abi Imad**" karena ukurannya besar. Setelah itu baru saya memperhatikan foto kain batiknya yang menurut saya juga terlihat bagus.

Pewawancara:

Kalau menurut Mas, informasi yang ada pada poster ini sudah mudah dipahami belum?

Responden (Fahmi):

Sudah cukup jelas. Saya langsung paham kalau ini poster untuk memperkenalkan Batik Abi Imad dan salah satu motif batiknya. Penjelasan nya juga masih mudah dipahami.

Pewawancara:

Bagaimana dengan tulisan pada poster, apakah masih nyaman dibaca?

Responden (Fahmi):

Kalau dilihat dari dekat masih nyaman dibaca. Cuma kalau dipasang di tempat umum mungkin bagian penjelasan di bawah bisa sedikit diperbesar supaya orang lebih mudah membacanya.

Pewawancara:

Kalau misalnya Mas sedang membutuhkan batik untuk acara formal atau acara keluarga, apakah poster ini membuat Mas tertarik untuk mencari tahu atau mengunjungi Batik Abi Imad?



© 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

Responden (Fahmi):

Iya, lumayan tertarik. Soalnya dari tampilannya kelihatan kalau batiknya berkualitas. Tapi mungkin saya tetap akan mencari informasi lebih lanjut, misalnya model yang dijual atau kisaran harganya.

Pewawancara:

Menurut Mas, bagaimana komposisi desain poster ini? Apakah sudah terlihat rapi?

Responden (Fahmi):

Menurut saya sudah rapi. Penempatan nama merek, foto produk, dan penjelasannya sudah enak dilihat. Jadi mata juga nggak bingung harus melihat ke bagian mana dulu.

Pewawancara:

Kalau menurut Mas, ada bagian yang masih perlu diperbaiki?

Responden (Fahmi):

Mungkin bisa ditambahkan sedikit informasi yang membuat orang lebih penasaran, misalnya keunggulan Batik Abi Imad dibandingkan batik lainnya. Jadi orang yang lihat poster punya alasan untuk datang atau membeli.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Mas sukai?

Responden (Fahmi):

Saya paling suka foto kain batiknya. Menurut saya itu yang paling menonjol dan berhasil menunjukkan kualitas produknya. Warna desainnya juga cocok, jadi terlihat elegan.

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Mas. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Mas?

Responden (Fahmi):

Nama saya **Fahmi**, usia **22 tahun**.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara:

Menurut Mbak, bagaimana kesan pertama saat melihat desain poster ini? Apakah cukup menarik perhatian?

Responden (Rina):

Menurut saya cukup menarik. Warna yang digunakan kelihatan serasi dan fotonya juga jelas. Jadi waktu pertama lihat, saya langsung tahu kalau poster ini berhubungan dengan batik.

Pewawancara:

Kalau menurut Mbak, informasi yang ada pada poster ini sudah mudah dipahami?

Responden (Rina):

Sudah cukup jelas. Saya bisa memahami kalau poster ini memperkenalkan Batik Abi Imad beserta salah satu motif batiknya. Penjelasan juga tidak terlalu panjang, jadi masih nyaman dibaca.

Pewawancara:

Bagaimana dengan tulisan pada poster, apakah mudah dibaca?

Responden (Rina):

Kalau dilihat dari dekat masih mudah dibaca. Hanya saja, menurut saya bagian deskripsinya bisa dibuat sedikit lebih besar supaya orang yang melihat dari jarak agak jauh tetap bisa membacanya.

Pewawancara:

Kalau suatu saat Mbak membutuhkan batik untuk acara atau keperluan lainnya, apakah poster ini membuat Mbak tertarik untuk mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Rina):

Iya, cukup tertarik. Soalnya desainnya terlihat rapi dan produknya juga terlihat bagus. Tapi sebelum membeli, saya tetap ingin melihat koleksi motif lainnya terlebih dahulu.

Pewawancara:

Menurut Mbak, bagaimana komposisi desain poster ini? Apakah sudah terlihat seimbang?

Responden (Rina):

Menurut saya sudah cukup seimbang. Foto produk menjadi fokus 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

sedangkan logo dan informasi pendukung juga masih terlihat jelas. Jadi tampilannya tidak membuat bingung saat dilihat.

Pewawancara:

Kalau menurut Mbak, ada bagian yang masih perlu diperbaiki?

Responden (Rina):

Mungkin bisa ditambahkan informasi seperti alamat media sosial atau *QR Code* supaya orang yang melihat poster lebih mudah mencari informasi tentang Batik Abi Imad. Menurut saya itu akan lebih praktis.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Mbak sukai?

Responden (Rina):

Saya paling suka perpaduan warnanya. Warna krem dan biru tua terlihat cocok dengan tema batik, jadi desainnya terlihat elegan dan tidak terlalu ramai.

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Mbak. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Mbak?

Responden (Rina):

Nama saya Rina, usia 25 tahun.

Testing 9

Pewawancara:

Siang, maaf mengganggu waktunya. Boleh minta waktu sebentar untuk wawancara singkat? Ini untuk kebutuhan tugas akhir saya.

Responden (Iqbal):

Iya, silakan.

Pewawancara:

Menurut Mas, bagaimana kesan pertama saat melihat desain poster ini? Apakah cukup menarik perhatian?

Responden (Iqbal):

Menurut saya cukup menarik. Waktu pertama lihat, perhatian saya langsung ke



© 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

foto batiknya karena tampilannya cukup jelas. Setelah itu baru saya membaca nama Batik Abi Imad dan informasi yang ada di posternya.

Pewawancara:

Kalau menurut Mas, informasi yang disampaikan pada poster ini sudah mudah dipahami belum?

Responden (Iqbal):

Menurut saya sudah cukup mudah dipahami. Dari poster ini saya tahu kalau Batik Abi Imad ingin memperkenalkan salah satu motif batiknya. Informasinya juga tidak terlalu banyak, jadi masih enak untuk dibaca.

Pewawancara:

Bagaimana dengan ukuran tulisan pada poster, apakah masih mudah dibaca?

Responden (Iqbal):

Kalau dilihat dari dekat masih jelas. Cuma kalau dipasang di tempat umum mungkin bagian penjelasannya bisa dibuat sedikit lebih besar supaya orang tidak perlu mendekat untuk membacanya.

Pewawancara:

Kalau misalnya Mas sedang membutuhkan batik untuk acara atau keperluan lainnya, apakah poster ini membuat Mas tertarik untuk mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Iqbal):

Iya, saya cukup tertarik. Apalagi kalau memang sedang mencari batik. Menurut saya desain posternya sudah mampu memberikan kesan kalau produknya berkualitas.

Pewawancara:

Menurut Mas, apakah komposisi desain pada poster ini sudah terlihat baik?

Responden (Iqbal):

Menurut saya sudah cukup baik. Penempatan foto, logo, dan informasinya sudah rapi. Mata juga langsung diarahkan ke bagian utama sebelum membaca informasi lainnya.

Pewawancara:

Kalau menurut Mas, ada bagian yang masih perlu diperbaiki?



© 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

Responden (Iqbal):

Kalau menurut saya bisa ditambahkan informasi yang lebih mengajak orang untuk membeli atau datang, misalnya promo, diskon, atau informasi lokasi showroom. Jadi orang yang melihat poster punya alasan untuk langsung mencari Batik Abi Imad.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Mas sukai?

Responden (Iqbal):

Saya paling suka foto produknya karena terlihat jelas dan kualitas batiknya juga kelihatan. Selain itu, perpaduan warna pada desainnya juga terasa nyaman dilihat sehingga posternya terlihat profesional.

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya, Mas. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Mas?

Responden (Iqbal):

Nama saya **Iqbal**, usia **23 tahun**.

Testing 10

Pewawancara:

Siang, maaf mengganggu waktunya. Boleh minta waktu sebentar untuk wawancara singkat? Ini untuk kebutuhan tugas akhir saya.

Responden (Justine):

Iya, boleh.

Pewawancara:

Menurut Kak, bagaimana kesan pertama saat melihat desain poster ini? Apakah cukup menarik perhatian?

Responden (Justine):

Menurut saya cukup menarik. Warna yang digunakan terlihat serasi dan foto batiknya juga langsung menarik perhatian. Jadi dari awal saya sudah tahu kalau poster ini berkaitan dengan produk batik.



© 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

Pewawancara:

Kalau menurut Kak, informasi yang ada pada poster ini sudah mudah dipahami?

Responden (Justine):

Iya, menurut saya sudah cukup jelas. Penjelasan yang ada di poster membuat saya mengerti tentang motif batik yang ditampilkan. Bahasanya juga mudah dipahami, jadi tidak membingungkan.

Pewawancara:

Bagaimana dengan tulisan pada poster, apakah mudah dibaca?

Responden (Justine):

Kalau dilihat dari dekat masih mudah dibaca. Hanya saja, bagian penjelasan di bawah menurut saya sedikit kecil. Kalau ukurannya diperbesar sedikit mungkin akan lebih nyaman untuk dibaca oleh semua orang.

Pewawancara:

Kalau misalnya Kak sedang membutuhkan batik untuk menghadiri acara atau keperluan lainnya, apakah poster ini membuat Kak tertarik untuk mengunjungi Batik Abi Imad?

Responden (Justine):

Iya, saya cukup tertarik. Dari poster ini produknya terlihat bagus dan tampilannya juga meyakinkan. Saya jadi ingin melihat koleksi batik lainnya secara langsung.

Pewawancara:

Menurut Kak, apakah komposisi desain pada poster ini sudah terlihat baik?

Responden (Justine):

Menurut saya sudah cukup baik. Penempatan foto, logo, dan informasi sudah seimbang sehingga mudah dilihat. Warna yang digunakan juga saling mendukung, jadi tampilannya terasa nyaman.

Pewawancara:

Kalau menurut Kak, ada bagian yang masih perlu diperbaiki?

Responden (Justine):

Mungkin bisa ditambahkan informasi mengenai alamat showroom atau media sosial Batik Abi Imad agar orang yang melihat poster lebih mudah mencari



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

informasi. Selain itu, menurut saya bisa ditambahkan kalimat yang lebih mengajak orang untuk datang atau membeli produknya.

Pewawancara:

Kalau dari keseluruhan desain, bagian mana yang paling Kak sukai?

Responden (Justine):

Saya paling suka foto batiknya karena terlihat jelas dan motifnya juga menarik.

Selain itu, perpaduan warna pada desain poster membuat tampilannya terlihat elegan dan profesional.

Pewawancara:

Baik, terima kasih banyak atas waktu dan masukannya. Sebagai data responden, boleh saya mengetahui nama dan usia Kak?

Responden (Justine):

Nama saya **Justine**, usia **21 tahun**.



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 hasil Turnitin

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

7% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- ▶ Bibliography
- ▶ Quoted Text

Top Sources

6%	Internet sources
2%	Publications
0%	Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



AHMAD IMADUDDIN SIROJ

DESAIN GRAFIS

imadsiroji@gmail.com • (+62)877-9532-1895

PROFILE

Saya Ahmad Imaduddin Siroj merupakan mahasiswa Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta, yang memiliki minat dan kemampuan di bidang desain komunikasi visual, khususnya branding, identitas visual, media promosi, dan desain digital. Saya terbiasa menggunakan berbagai perangkat lunak desain untuk menghasilkan media komunikasi visual yang informatif, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain memiliki kemampuan dalam mengembangkan konsep desain, saya juga mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim, serta memiliki ketelitian, tanggung jawab, dan semangat untuk terus mengembangkan kompetensi di bidang desain grafis.



EXPERIENCE

Desain Grafis / Owner

Juni 2024 – september 2025

@Kiimstore.id

- Mendesain konten media sosial bertema mobile legend, seperti infografis, produk.
- Mengembangkan desain produk yang konsisten dengan identitas visual akun untuk meningkatkan kualitas konten.
- Berkontribusi dalam membuat logo Kiimstore.id.

Desain Grafis

November 2024 – Februari 2025

@kysbites

- Membuat dan mendesain website kysbites untuk memperluas media promosi dan informasi produk
- Mengembangkan elemen yang konsisten dengan identitas visual akun untuk meningkatkan kualitas konten.

Desain Grafis

Februari 2025 – Juni 2025

Skinjourney

- Mendesain layout sosial media menggunakan Adobe Photoshop.
- Membuat desain infografis sesuai kebutuhan media.
- Berkolaborasi dengan tim dalam merancang dan mengembangkan desain visual sesuai dengan kebutuhan proyek.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta

2021 – 2026

Teknik Grafika Penerbitan, Desain Grafis

- Memiliki kemampuan mengoperasikan Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, dan Adobe InDesign dalam proses perancangan desain grafis.
- Mengerjakan berbagai proyek kolaboratif melalui *Project-Based Learning* (PBL) dengan menerapkan keterampilan desain, komunikasi, dan kerja sama tim.

SKILLS

Adobe Photoshop (Berpengalaman) · Adobe Illustrator (Terampil) · Adobe InDesign (Awal) · Word (Berpengalaman) · Excel (Terampil) · PowerPoint (Terampil)

LANGUAGES

Bahasa *Mahir* Inggris *Dasar*

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