



Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

SPESIFIKASI DESAIN

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* PADA
DEPREESSTORE.ID SEBAGAI MEDIA *BRANDING***



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

Oleh:

DZULULLIAN DIRGA AKRAM

2106422004

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

DEPOK

2026



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 *Marketing Collateral* Pada Depresstore.id sebagai *Media Branding*

Penulis : Dzulullian Dirga Akram

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Menyetujui,

Dosen Pembimbing

Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds

NIP. 199805142025062012

**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 *MARKETING COLLATERAL* PADA *DEPRESSTORE.ID*
SEBAGAI MEDIA BRANDING**

Oleh:

DZULULLIAN DIRGA AKRAM
2106422004

Disahkan:
Depok, 14 juli 2026

Penguji I

Penguji II


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


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

Kepala Program Studi


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

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**




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



Hak Cipta :

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

PENYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL PADA DEPRESSTORE.ID SEBAGAI MEDIA BRANDING

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.

Aapabila Pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 juli 2026

Yang menyatakan,



Dzulullian Dirga Akram
2106422004



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri fashion lokal, khususnya pada segmen streetwear, menuntut setiap merek memiliki identitas visual dan media promosi yang mampu membangun citra merek secara konsisten. Depresstore.id sebagai brand streetwear lokal menghadapi permasalahan berupa belum optimalnya pemanfaatan media promosi visual dan kurang konsistennya identitas merek, sehingga berdampak pada rendahnya brand awareness di kalangan target audiens. Penelitian ini bertujuan merancang marketing collateral Depresstore.id sebagai media branding yang mampu memperkuat identitas visual serta menyampaikan pesan merek secara efektif kepada Generasi Z. Metode yang digunakan adalah metode campuran (mixed method) dengan pendekatan Design Thinking yang meliputi tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi, studi literatur, analisis kompetitor, serta penyebaran kuesioner kepada target audiens. Hasil perancangan menghasilkan serangkaian media marketing collateral berupa *company profile*, konten media sosial Instagram, dan media pendukung digital lainnya yang dirancang berdasarkan karakter brand Depresstore.id. Konsep visual yang diterapkan mengusung tema dark street aesthetic dengan pendekatan visual yang emosional, ekspresif, dan modern melalui penggunaan warna gelap, tipografi tegas, layout yang dinamis, serta visual fotografi editorial yang mampu merepresentasikan nilai dan pesan merek. Perancangan marketing collateral ini diharapkan dapat meningkatkan brand awareness, memperkuat citra dan identitas visual Depresstore.id, serta menciptakan keterhubungan emosional yang lebih kuat antara merek dan target audiens.

Kata Kunci: *Marketing Collateral, Branding, Identitas Visual, Streetwear, Design Thinking.*



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The growth of the local fashion industry, particularly in the streetwear segment, requires every brand to possess a visual identity and promotional media capable of consistently building brand image. Depresstore.id, as a local streetwear brand, faces challenges in the form of underutilized visual promotional media and inconsistent brand identity, resulting in low brand awareness among its target audience. This study aims to design marketing collateral for Depresstore.id as a branding medium capable of strengthening visual identity and effectively conveying the brand's message to Generation Z. The method used is a mixed-method approach combined with Design Thinking, encompassing the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. Data were collected through observation, literature review, competitor analysis, and questionnaires distributed to the target audience. The design results in a series of marketing collateral media, including a company profile, Instagram social media content, and other supporting digital media, developed based on Depresstore.id's brand character. The visual concept applied adopts a dark street aesthetic theme with an emotional, expressive, and modern visual approach, using dark color palettes, bold typography, dynamic layouts, and editorial photography capable of representing the brand's values and message. This marketing collateral design is expected to increase brand awareness, strengthen Depresstore.id's image and visual identity, and create a stronger emotional connection between the brand and its target audience.

Keywords: *Marketing Collateral, Branding, Visual Identity, Streetwear, Design Thinking*

Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan Syukur saya panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya yang senantiasa mengiringi langkah saya, sehingga akhirnya penelitian dengan judul Perancangan *Marketing Collateral* Pada Depresstore.Id Sebagai Media Branding ini dapat terlaksanakan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini tidak akan selesai tanpa ada dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Dengan penuh rasa terimakasih, saya ingin menyampaikan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds., selaku pembimbing materi yang senantiasa mendedikasikan waktunya untuk memotivasi, membantu, dan mengarahkan mahasiswa dalam pembuatan Tugas Akhir.
5. Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si., selaku Dosen pembimbing akademik DGC angkatan 2022.
6. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah membimbing selama proses pembelajaran di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Nanang Iswanto dan Elka Sediawati, selaku orang tua sekaligus panutan hidup penulis. Terima kasih atas segala perjuangan, doa, serta dukungan yang tiada henti diberikan kepada penulis, sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.
8. Aliyyah Farahdilla, selaku perempuan yang telah senantiasa memberikan dukungan dan menemani penulis selama proses penyusunan Tugas Akhir ini berlangsung. Terima kasih atas kesabaran, perhatian, serta semangat yang diberikan di setiap tahapan penulisan, baik dalam suka maupun masa-



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

masa yang berat, sehingga menjadi salah satu kekuatan bagi penulis untuk menyelesaikan laporan ini hingga akhir.

9. Penulis juga ingin menyampaikan apresiasi kepada diri sendiri, atas keteguhan, kerja keras, serta konsistensi yang telah ditunjukkan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini. Penghargaan ini diberikan sebagai bentuk pengakuan atas usaha yang telah dicurahkan tanpa mengenal lelah, serta atas keputusan untuk terus melangkah dan tidak menyerah hingga laporan ini dapat terselesaikan dengan baik.

Semoga Allah SWT senantiasa memberikan keberkahan, kebahagiaan, serta keselamatan di dunia dan di akhirat kepada kita semua. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini masi terdapat berbagai kekurangan dan kesalahan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang.

Depok, 19 Desember 2026

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**


Dzulullian Dirga Akram



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.....	I
LEMBAR PENGESAHAN	II
ABSTRAK	IV
<i>ABSTRACT</i>	V
PRAKATA.....	VI
DAFTAR ISI	VIII
DAFTAR GAMBAR	XI
DAFTAR TABEL	XIII
DAFTAR LAMPIRAN	XIV
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Tujuan Penelitian	5
1.4.2 Manfaat Penelitian	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	9
2.1 Promosi.....	9
2.1.1 Fungsi Promosi	9
2.1.2 Media Promosi.....	10
2.1.3 Jenis Media Promosi.....	10
2.2 Marketing Collateral.....	11
2.2.1 Manfaat Marketing Collateral.....	12
2.2.2 Jenis-Jenis Marketing Collateral.....	13
2.3 Desain Grafis	15
2.4 Elemen Desain Grafis.....	16
2.5 Teori Prinsip Desain.....	24
2.6 Design Thinking	25
BABA III METODE PERANCANGAN	28



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.1 Metode penelitian	28
3.2 Data dan Analisis.....	33
3.2.1 Profil Klien	33
3.2.2 Product Knowledge	35
3.2.3 Target Audience.....	41
3.2.4 Kompetitor	41
3.2.5 Consumer Insight.....	55
3.2.6 Positioning	60
3.2.7 Analisis SWOT.....	63
3.3 Arah Kreatif.....	68
BAB IV HASILDAN PEMBAHASAN	72
4.1 Konsep Visual	72
4.1.1 Mindmap	72
4.1.2 Moodboard	75
4.2 Proses Desain	81
4.2.1 Sketsa Manual	81
4.2.1.1 Sketsa Alternatif 1: Tema <i>Centered Product</i>	82
4.2.1.2 Sketsa Alternatif 2: Tema ' <i>Graphic Editorial Layout</i> '	84
4.2.1.3 Sketsa Alternatif 3: Tema ' <i>Magazine inspired editorial</i> '	85
4.2.1.4 Sketsa Alternatif 4: Tema ' <i>Asymmetrical Product</i> '	87
4.2.1.5 Sketsa Alternatif 5: Tema ' <i>Product Showcase</i> '	88
4.2.2 Desain Komprehensif	89
4.2.2.1 Desain Komprehensif 1: Tema ' <i>Magazine Inspired Editorial</i> '	90
4.2.2.2 Desain Komprehensif 2: Tema ' <i>Graphic Editorial Layout</i> '	92
4.2.2.3 Desain Komprehensif 3: Tema ' <i>Product Showcase</i> '	93
4.2.3 Desain Terpilih	95
4.2.3.1 Warna.....	97
4.2.3.2 Tipografi	98
4.2.3.3 Elemen Visual.....	99
4.2.3.4 Layout	100
4.2.4 Penjelasan Banner	101



© 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

4.2.4.1 Tripod Banner	101
4.2.4.2 Feeds Instagram	102
4.2.4.3 Price tag	103
4.2.5 <i>Prototype</i>	104
4.2.5.1 Prototype Tripod Banner	104
4.2.6 Testing	105
4.2.7 <i>Final Artwork</i>	107
4.3 Pertimbangan Produksi	109
4.3.1 Tripod Banner.....	109
4.3.2 Price Tag.....	110
4.3.3 Rekapitulasi Biaya Produksi	110
BABA V PENUTUP	112
5.1 Kesimpulan	112
5.2 Saran.....	114
DAFTAR REFERENSI.....	116
LAMPIRAN	

**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 GAMBAR

Gambar 1. Gambar 2.1 Brosur	13
Gambar 2. Gambar 2.2 Konten Website	14
Gambar 3. Gambar 2.3 Katalog Produk	14
Gambar 4. Gambar 2.4 Majalah	15
Gambar 5. Gambar 2.5 E-Book	15
Gambar 6. Gambar 2.6 Roda Warna	16
Gambar 7. Gambar 2.7 Warna Primer	17
Gambar 8. Gambar 2.8 Warna Sekunder	17
Gambar 9. Gambar 2.9 Warna Komplementer	18
Gambar 10. Gambar 2.10 Warna Triadic	18
Gambar 11. Gambar 2.11 Warna Split Komplementer	19
Gambar 12. Gambar 2. 12 Tipografi	19
Gambar 13. Gambar 2. 13 Display Type	20
Gambar 14. Gambar 2. 14 Design Thinking	25
Gambar 15. Gambar 3. 1 Logo Depresstore.Id	33
Gambar 16. Gambar 3. 2 Profil Instagram Rucas.co	43
Gambar 17. Gambar 3.3 Desain Produk Rucas.co	43
Gambar 18. Gambar 3.4 Desain Iklan Rucas.co	44
Gambar 19. Gambar 3.5 Desain Pengemasan Rucas.co	45
Gambar 20. Gambar 3. 6 Profil Instagram Thanksinsomnia	46
Gambar 21. Gambar 3.7 Desain Produk Thanksinsomnia	46
Gambar 22. Gambar 3.8 Desain Iklan Thanksinsomnia	47
Gambar 23. Gambar 3. 9 Desain Pengemasan Thanksinsomnia	48
Gambar 24. Gambar 3.10 Profil Instagram Erigo Store	48
Gambar 25. Gambar 3.11 Desain Produk Erigo Store	49
Gambar 26. Gambar 3.12 Desain Iklan Erigo Store	50
Gambar 27. Gambar 3.13 Profil Instagram Owners Worldwide	51
Gambar 28. Gambar 3.14 Desain Produk Owners Worldwide	52
Gambar 29. Gambar 3. 15 Desain Iklan Owners Worldwide	52



© 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 30. Gambar 3.16 Profil Instagram Screamous	53
Gambar 31. Gambar 3.17 Desain Produk Screamous.....	54
Gambar 32. Gambar 3.18 Desain Iklan Screamous	54
Gambar 33. Gambar 3.19 Desain Pengemasan Screamous	55
Gambar 34. Gambar 3.20 Grafik Positioning	61
Gambar 35. Gambar 4. 1 Mindmap	75
Gambar 36. Gambar 4. 2 Reference Board	76
Gambar 37. Gambar 4. 3 Inspirational Board	78
Gambar 38. Gambar 4. 4 Concept Board	79
Gambar 39. Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif 1	82
Gambar 40. Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif 2	84
Gambar 41. Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif 3	85
Gambar 42. Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif 4	87
Gambar 43. Gambar 4. 9 Sketsa Alternatif 5	88
Gambar 44. Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 1	90
Gambar 45. Gambar 4. 11 Desain Komprehensif 2	92
Gambar 46. Gambar 4. 12 Desain Komprehensif 3	94
Gambar 47. Gambar 4. 13 Desain Terpilih	97
Gambar 48. Gambar 4. 14 Desain Terpilih	98
Gambar 49. Gambar 4. 15 Penerapan Tipografi	99
Gambar 50. Gambar 4. 16 Penerapan Tipografi	100
Gambar 51. Gambar 4. 17 Mock up Tripod Banner	102
Gambar 52. Gambar 4. 18 Mock up Feeds	103
Gambar 53. Gambar 4. 19 Price Tag.....	104
Gambar 54. Gambar 4. 20 Prototype Tripod Banner	105
Gambar 55. Gambar 4. 21 Proses Testing Bersama Target Audiens Depresstore.id	107



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 Matriks SWOT.....	65
Tabel 3.2 Arahkan Kreatif.....	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 1 Capture Matrix	Error! Bookmark not defined.
Tabel 4. 2 Pertimbangan Produksi Tripod Banner.....	109
Tabel 4. 2 Pertimbangan Produksi Price Tag.....	110
Tabel 4. 2 Pertimbangan Produksi Price Tag.....	Error! Bookmark not defined.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Transkrip Wawancara
- Lampiran 2 Lembar Bimbingan
- Lampiran 3 Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin
- Lampiran 5 Dokumentasi Riset
- Lampiran 6 Daftar 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

Seiring dengan meningkatnya minat generasi muda, khususnya Generasi Z, terhadap produk fashion lokal di Indonesia, industri streetwear mengalami perkembangan yang semakin pesat. Generasi Z tidak lagi memandang pakaian hanya sebagai kebutuhan fungsional, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan identitas, gaya hidup, serta nilai yang diyakini. Penelitian Heriyati et al. (2024) menunjukkan bahwa citra merek (*brand image*) dan persepsi kualitas memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli Generasi Z pada industri fashion kasual di Indonesia. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan sebuah brand fashion tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuannya membangun identitas merek yang kuat melalui komunikasi visual yang konsisten.

Fenomena tersebut diperkuat dengan berkembangnya budaya streetwear sebagai bagian dari gaya hidup generasi muda. Fashion streetwear tidak hanya dipahami sebagai tren berpakaian, tetapi juga sebagai media komunikasi nonverbal yang merepresentasikan karakter, pengalaman, dan identitas sosial seseorang. Ernungtyas et al. (2016) menjelaskan bahwa gaya berpakaian pada generasi muda merupakan bentuk ekspresi pengalaman subjektif serta pencarian identitas diri di tengah dinamika kehidupan modern. Oleh karena itu, konsumen streetwear cenderung memilih brand yang mampu menghadirkan nilai emosional, karakter yang jelas, dan pengalaman visual yang konsisten.

Depresstore.id merupakan salah satu brand fashion lokal yang mengusung konsep streetwear dengan pendekatan emosional sebagai identitas utamanya. Didirikan pada tahun 2020 oleh Cantika Putri Azizah, Depresstore.id lahir dari pengalaman pribadi pendirinya dalam menghadapi masa-masa sulit yang kemudian diterjemahkan menjadi semangat untuk mengubah pengalaman negatif menjadi

© 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

kekuatan positif. Filosofi tersebut diwujudkan melalui produk-produk streetwear seperti t-shirt, hoodie, dan outerwear yang dirancang sebagai media ekspresi diri bagi generasi muda. Selain memiliki konsep yang relevan dengan karakter target pasar, Depresstore.id juga menawarkan desain yang modern, sederhana, mengikuti perkembangan tren fashion, serta didukung penggunaan material yang berkualitas sehingga mampu memberikan kenyamanan bagi penggunanya.

Kondisi tersebut menunjukkan bahwa secara internal Depresstore.id telah memiliki potensi untuk berkembang sebagai brand fashion lokal yang kompetitif. Di sisi lain, perkembangan industri fashion lokal juga membuka peluang yang besar bagi Depresstore.id. Meningkatnya minat masyarakat terhadap produk fashion lokal, tingginya intensitas penggunaan media sosial sebagai sumber referensi fashion, berkembangnya tren konten visual kreatif, serta terbukanya peluang kolaborasi dengan komunitas maupun influencer streetwear menjadi faktor yang dapat mendukung perluasan jangkauan pasar. Peluang tersebut menunjukkan bahwa media komunikasi visual memiliki peran yang semakin penting dalam membangun hubungan antara brand dengan konsumennya.

Namun demikian, berdasarkan hasil observasi yang dilakukan peneliti terhadap aktivitas promosi Depresstore.id, ditemukan bahwa potensi tersebut belum didukung oleh penerapan sistem komunikasi visual yang memadai. Identitas visual pada berbagai media promosi masih menunjukkan ketidakkonsistenan dalam penggunaan tipografi, tata letak, komposisi visual, fotografi produk, maupun gaya penyampaian pesan. Selain itu, media marketing collateral yang dimiliki masih terbatas sehingga penyampaian informasi mengenai karakter produk, nilai merek, serta filosofi yang menjadi pembeda Depresstore.id belum dapat dilakukan secara optimal. Kondisi tersebut menyebabkan karakter merek yang ingin dibangun belum sepenuhnya dipersepsikan secara jelas oleh target audiens.

Permasalahan tersebut menjadi semakin penting mengingat persaingan dalam industri streetwear lokal tidak lagi hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga oleh kemampuan suatu merek dalam membangun identitas visual yang konsisten dan mudah dikenali. Saat ini berbagai brand streetwear lokal seperti

© 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

Erigo, Screamous, Thanksinsomnia, Rucas.co, dan Owners Worldwide telah memiliki sistem komunikasi visual yang kuat serta didukung oleh marketing collateral yang terintegrasi. Di sisi lain, perubahan tren visual yang berlangsung sangat cepat serta meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas tampilan media promosi menuntut setiap brand untuk terus menghadirkan komunikasi visual yang relevan. Apabila Depresstore.id belum mampu membangun identitas visual yang konsisten, maka peluang yang muncul akibat meningkatnya minat masyarakat terhadap fashion lokal berpotensi tidak dapat dimanfaatkan secara optimal. Selain itu, konsumen juga akan lebih mudah beralih kepada kompetitor yang memiliki identitas visual dan pengalaman merek yang lebih kuat.

Berdasarkan kondisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa permasalahan utama Depresstore.id bukan terletak pada kualitas produk maupun konsep merek yang dimiliki, melainkan pada belum optimalnya sistem komunikasi visual dalam menerjemahkan karakter, nilai, dan filosofi merek secara konsisten kepada target konsumennya. Akibatnya, diferensiasi yang dimiliki Depresstore.id belum mampu menjadi keunggulan kompetitif yang dapat memperkuat *brand awareness*, membangun *brand image*, maupun meningkatkan loyalitas pelanggan di tengah persaingan industri streetwear lokal.

Selain itu, sejalan dengan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik Depresstore.id, ditemukan bahwa permasalahan utama yang dihadapi bukan terletak pada kualitas produk, melainkan pada belum optimalnya penyampaian karakter merek (*brand character*) melalui media promosi yang digunakan. Marketing collateral yang dimiliki selama ini telah mampu menyampaikan informasi mengenai produk, namun belum mampu mengomunikasikan identitas serta karakter Depresstore.id sebagai sebuah merek fashion streetwear lokal kepada target audiens. Akibatnya, persepsi yang terbentuk di benak konsumen masih berfokus pada produk semata dan belum mengarah pada pemahaman mengenai nilai, kepribadian, serta citra merek yang ingin dibangun.

Kondisi tersebut menyebabkan Depresstore.id belum memiliki pembeda (*brand differentiation*) yang kuat dibandingkan dengan kompetitor. Di tengah

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

persaingan industri fashion streetwear lokal yang semakin kompetitif, konsumen tidak hanya mempertimbangkan kualitas produk, tetapi juga memilih merek berdasarkan karakter, gaya hidup, dan nilai yang direpresentasikan melalui komunikasi visual. Oleh karena itu, diperlukan perancangan marketing collateral yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu menyampaikan karakter merek Depresstore.id secara jelas, konsisten, dan mudah dikenali oleh target audiens.

Dalam dunia bisnis, promosi merupakan salah satu unsur penting dalam bauran pemasaran yang berfungsi untuk memperkenalkan produk, membangun citra merek, serta memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Salah satu bentuk media promosi yang mampu mendukung tujuan tersebut adalah marketing collateral, yaitu media komunikasi visual yang dirancang untuk menyampaikan identitas, informasi, dan nilai suatu merek secara konsisten kepada target audiens. Marketing collateral tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai sarana membangun pengalaman merek melalui penerapan elemen visual yang terintegrasi pada berbagai media komunikasi.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa desain marketing collateral yang dirancang secara konsisten mampu meningkatkan *brand awareness*, membangun citra merek, serta memperkuat kepercayaan konsumen terhadap suatu brand. Oleh karena itu, perancangan marketing collateral dipilih sebagai solusi dalam penelitian ini untuk membangun sistem komunikasi visual Depresstore.id. Perancangan ini mencakup penyusunan berbagai media promosi seperti company profile, feeds Instagram, dan media pendukung lainnya yang dirancang berdasarkan identitas visual yang konsisten. Melalui pendekatan tersebut diharapkan karakter modern, autentik, dan emosional yang menjadi identitas Depresstore.id dapat tersampaikan secara efektif sehingga mampu memperkuat posisi merek serta meningkatkan daya saing di tengah perkembangan industri fashion lokal yang semakin kompetitif.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang, permasalahan yang dihadapi Depresstore.id dapat dirumuskan sebagai berikut:

Hak Cipta :

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

1. Bagaimana perancangan *marketing collateral* Depresstore.id sebagai media promosi yang mampu membangun *branding* dan citra merek secara konsisten?
2. Bagaimana penerapan prinsip dan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* Depresstore.id agar efektif dalam menyampaikan pesan promosi kepada target konsumen Generasi Z?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup pembahasan pada perancangan ini dibatasi pada perancangan desain *marketing collateral* Depresstore.id sebagai media *branding* untuk mendukung promosi dan memperkuat identitas *brand*. Pembahasan mencakup perancangan media promosi digital serta penerapan teori desain grafis, prinsip desain grafis, dan teori branding dalam proses perancangan agar desain yang dihasilkan sesuai dengan karakter *brand* dan target audiens.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, tujuan dari perancangan desain *marketing collateral* pada Depresstore.id adalah sebagai berikut:

1. Merancang *marketing collateral* Depresstore.id sebagai media *branding* yang mampu membangun citra merek secara konsisten sesuai dengan karakter *brand*.
2. Menerapkan prinsip dan teori desain grafis dalam perancangan *marketing collateral* Depresstore.id agar pesan *branding* dapat tersampaikan secara efektif dan menarik kepada target konsumen Generasi Z.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu desain grafis, khususnya dalam penerapan pendekatan fenomenologis pada strategi komunikasi visual. Selain itu,

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

penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi desainer dan akademisi dalam memahami bagaimana elemen visual dapat berperan dalam membangun koneksi emosional antara *brand* dan audiens di era digital.

2. Manfaat praktis bagi pihak Depresstore.id, penelitian ini diharapkan dapat:
 - a) Membantu meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat citra *brand* melalui media promosi yang konsisten dan relevan dengan karakter target audiens.
 - b) Memberikan arahan strategis dalam merancang *marketing collateral* yang komunikatif, estetik, dan efektif untuk menarik perhatian konsumen.
 - c) Menghidupkan kembali nilai emosional *brand* sesuai dengan konsep fenomenologis yang menjadi ciri khas Depresstore.id.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran mengenai alur pembahasan yang dilakukan dalam proses perancangan *marketing collateral* sebagai media branding bagi Depresstore.id. Adapun sistematika penulisan skripsi ini terdiri atas lima bab sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang penelitian yang menjelaskan fenomena serta permasalahan yang melatarbelakangi perlunya perancangan *marketing collateral* pada Depresstore.id. Selain itu, bab ini juga memuat identifikasi masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat penelitian, ruang lingkup penelitian, serta sistematika penulisan sebagai gambaran umum isi skripsi.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi acuan dalam proses perancangan, mencakup teori desain grafis dan teori pendukung lainnya yang relevan. Seluruh teori disusun secara runtut dan logis untuk

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

memperkuat konsep perancangan. Pada bagian ini juga dijelaskan metode riset desain yang digunakan sebagai kerangka berpikir dalam penyusunan tugas akhir. Pembahasan meliputi teori mengenai branding, brand identity, brand image, marketing collateral, komunikasi visual, desain komunikasi visual, layout, tipografi, warna, fotografi, media promosi, Design Thinking sebagai metode perancangan, serta teori-teori lain yang berkaitan dengan proses pengembangan konsep visual. Seluruh teori tersebut digunakan sebagai landasan konseptual dalam menganalisis permasalahan dan merancang solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan Depresstore.id.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tahapan dan metode yang digunakan dalam proses perancangan, mulai dari pengumpulan data, analisis, penggalian ide, hingga tahap eksekusi desain. Di dalamnya juga disajikan hasil analisis seperti profil klien, *product knowledge*, *target audience*, *kompetitor*, *consumer insight*, serta analisis SWOT. Selanjutnya, bab ini memuat arahan kreatif yang mencakup latar belakang proyek, target audiens, pesan utama, tema dan gaya desain, serta media yang akan dirancang.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN PERANCANGAN

Bab ini menyajikan keseluruhan hasil proses perancangan marketing collateral berdasarkan tahapan Design Thinking yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya. Pembahasan diawali dengan proses pengembangan konsep kreatif melalui mind map, penentuan keyword, penyusunan moodboard, pengembangan visual direction, hingga perumusan key visual sebagai identitas visual utama yang menjadi benang merah seluruh media. Selanjutnya dijelaskan proses eksplorasi alternatif desain, pemilihan desain terbaik, pembuatan prototype, pengujian desain kepada target audiens (testing), evaluasi hasil pengujian, penyempurnaan desain, serta implementasi final artwork

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

pada berbagai media marketing collateral seperti company profile, katalog produk, media sosial, banner, merchandise pendukung, dan media promosi lainnya.

Bab ini juga membahas bagaimana setiap keputusan desain diambil berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya sehingga seluruh media memiliki konsistensi identitas visual dan mampu mendukung proses branding Depresstore.id.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan yang diperoleh berdasarkan keseluruhan proses penelitian dan perancangan marketing collateral pada Depresstore.id. Kesimpulan disusun dengan mengacu pada tujuan penelitian serta hasil implementasi desain yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang ditujukan kepada Depresstore.id sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan identitas visual dan media branding pada masa mendatang, serta saran bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan penelitian dengan objek maupun pendekatan yang serupa.

**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 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan *marketing collateral* pada Depresstore.id berhasil menghasilkan media promosi yang dirancang berdasarkan kebutuhan komunikasi visual merek serta karakteristik target audiens. Perancangan ini dilatarbelakangi oleh permasalahan utama yang ditemukan melalui proses observasi dan analisis, yaitu belum adanya identitas visual yang diterapkan secara konsisten pada media promosi sehingga komunikasi merek belum mampu membangun citra yang kuat di benak konsumen. Permasalahan tersebut menjadi dasar dalam penyusunan konsep perancangan yang berorientasi pada penguatan identitas visual melalui media marketing collateral.

1. Berdasarkan rumusan masalah pertama mengenai bagaimana merancang marketing collateral yang mampu memperkuat identitas visual Depresstore.id, penelitian ini menghasilkan suatu konsep perancangan yang mengintegrasikan identitas visual ke dalam berbagai media promosi secara konsisten. Perancangan dilakukan menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*. Melalui pendekatan tersebut, setiap keputusan desain didasarkan pada hasil identifikasi kebutuhan pengguna, karakter merek, analisis target audiens, analisis kompetitor, serta analisis kondisi internal dan eksternal perusahaan. Dengan demikian, media yang dihasilkan tidak hanya memiliki nilai estetika, tetapi juga mampu menjawab kebutuhan komunikasi visual Depresstore.id.
2. Selanjutnya, berdasarkan rumusan masalah kedua mengenai bagaimana menghasilkan media *marketing collateral* yang mampu mendukung kegiatan branding Depresstore.id, penelitian ini menghasilkan beberapa media promosi yang saling terintegrasi, yaitu *tripod banner*, *feed Instagram*, dan

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

price tag. Seluruh media tersebut dirancang menggunakan identitas visual yang sama sehingga membentuk sistem komunikasi visual yang konsisten. Konsistensi tersebut diwujudkan melalui penerapan elemen-elemen desain yang meliputi warna, tipografi, fotografi, tata letak, ilustrasi grafis, serta *key visual* yang dikembangkan dari keyword hasil proses mind mapping. Penerapan identitas visual yang konsisten pada seluruh media diharapkan mampu meningkatkan pengenalan merek (*brand awareness*), memperkuat citra merek (*brand image*), serta menciptakan diferensiasi terhadap kompetitor pada industri *fashion streetwear* lokal.

Berdasarkan tujuan penelitian, perancangan ini juga berhasil menghasilkan konsep visual yang merepresentasikan karakter Depresstore.id sebagai brand *streetwear* lokal yang modern, berani, ekspresif, dan autentik. Karakter tersebut diwujudkan melalui pengembangan konsep kreatif yang mengedepankan visual dengan kontras yang kuat, komposisi geometris, tipografi yang tegas, serta fotografi editorial yang sesuai dengan gaya hidup target audiens. Seluruh elemen tersebut diterapkan secara konsisten pada setiap media *marketing collateral* sehingga membentuk pengalaman visual yang utuh serta memperkuat identitas merek dalam setiap aktivitas komunikasi pemasaran.

Hasil pengujian terhadap media yang telah dirancang menunjukkan bahwa *marketing collateral* memperoleh tanggapan positif dari responden yang mewakili target audiens Depresstore.id. Responden menilai bahwa desain yang dihasilkan memiliki tampilan visual yang menarik, mudah dipahami, mampu menyampaikan informasi produk secara jelas, serta mencerminkan karakter merek sebagai brand *fashion streetwear* lokal. Masukan yang diperoleh selama proses pengujian juga digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain sehingga media yang dihasilkan menjadi lebih komunikatif dan mudah diakses oleh konsumen.

Secara keseluruhan, penelitian ini telah menjawab rumusan masalah dan mencapai tujuan perancangan, yaitu menghasilkan desain *marketing*

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

collateral yang tidak hanya berfungsi sebagai media promosi, tetapi juga sebagai media komunikasi visual yang mampu membangun identitas merek secara konsisten. Perancangan ini menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi visual yang didasarkan pada hasil analisis, pendekatan Design Thinking, serta pengembangan identitas visual yang terarah mampu menghasilkan media promosi yang lebih efektif dalam mendukung kegiatan branding Depresstore.id di tengah persaingan industri fashion lokal.

5.2 Saran

Berdasarkan proses dan hasil perancangan yang telah diuraikan pada kesimpulan di atas, disadari bahwa perancangan *marketing collateral* Depresstore.id ini masih memiliki keterbatasan, baik dari sisi cakupan media yang dirancang, jumlah responden pengujian, maupun aspek pengukuran keberhasilan yang belum menjangkau dampak jangka panjang terhadap kinerja pemasaran *brand*. Oleh karena itu, hasil perancangan ini masih memiliki ruang untuk dikembangkan lebih lanjut, baik dari sisi pemanfaatan hasil penelitian, implementasi oleh pihak Depresstore.id, maupun perluasan cakupan pada penelitian selanjutnya. Merujuk pada hal tersebut, disampaikan beberapa saran sebagai berikut.

1. Bagi akademisi dan praktisi desain komunikasi visual, perancangan *marketing collateral* ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pelaku usaha fashion lokal maupun desainer komunikasi visual dalam mengembangkan media promosi yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga mampu membangun identitas merek yang kuat melalui pendekatan *Design Thinking* yang berorientasi pada kebutuhan pengguna (*user-centered design*). Tahapan perancangan yang diterapkan pada penelitian ini, mulai dari penggalian insight konsumen hingga pengujian desain, dapat dijadikan acuan metodologis dalam proses perancangan media promosi serupa pada brand lokal lainnya, khususnya brand dengan segmentasi Generasi Z.).

Hak Cipta :

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

2. Depresstore.id disarankan untuk mengimplementasikan seluruh media marketing collateral yang telah dirancang secara konsisten pada berbagai saluran komunikasi, baik media sosial, platform e-commerce, maupun media promosi cetak yang digunakan dalam kegiatan pemasaran. Konsistensi penggunaan identitas visual perlu dipertahankan agar citra merek yang telah dibangun dapat dikenali secara lebih kuat oleh konsumen. Selain itu, pembaruan konten secara berkala juga perlu dilakukan dengan tetap mempertahankan konsep visual yang telah dirancang sehingga komunikasi merek tetap relevan terhadap perkembangan tren fashion dan preferensi target audiens, khususnya Generasi Z.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini masih terbatas pada tahap perancangan serta pengujian awal terhadap aspek visual media marketing collateral. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk melakukan evaluasi terhadap efektivitas implementasi media yang telah dirancang menggunakan indikator komunikasi pemasaran yang lebih terukur, seperti peningkatan brand awareness, brand image, tingkat engagement media sosial, minat beli konsumen, loyalitas pelanggan, maupun peningkatan penjualan setelah media diterapkan secara nyata. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengembangkan bentuk marketing collateral berbasis digital yang lebih interaktif, seperti website, aplikasi mobile, motion graphic, video promosi, maupun kampanye digital terpadu sehingga strategi komunikasi merek dapat disesuaikan dengan perkembangan teknologi digital dan perilaku konsumen yang terus berubah.



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 REFERENSI

- Amaliah, N., Fianto, A. Y. A., & Yosep, S. P. (2013). *Perancangan media promosi PT Petronika sebagai upaya pembentukan citra perusahaan*. Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual, Institut Bisnis dan Informatika STIKOM Surabaya.
- Amelia, T. F., Dharta, F. Y., & Santoso, M. P. T. (2023). Strategi komunikasi pemasaran menggunakan brosur dalam pengambilan keputusan pembelian rumah pada Perumahan Serasi Indah Selaras Karawang. *Jurnal Mitra Pengabdian Farmasi*, 1(3), 85–88.
- Ariyanto, A., Bangun, R., Indillah, M. R. M., Trenggana, A. F. M., Sholihah, D. R., Ariyanti, M., Widiati, E., Irawan, P., Ratih, S. D., Ismail, R. S., Putra, D. S., Utama, A. M., Syahputra, & Bancin, J. B. (2017). *Manajemen pemasaran*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Brown, D., & Hayes, N. (2008). *Influencer marketing: Who really influences your customers?* Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Damayanti, I., & Komsiah, E. (2024). Terpaan konten media sosial dan pengaruhnya terhadap sikap konsumen. *Jurnal IKRAITH-Humaniora*, 8(1), 33–42.
- Effendi, F., Andreas, K., Valentino, C. B., Johan, D., Jonathan, J., Wijaya, L. R., & Pribadi, M. R. (2021). Perancangan antarmuka aplikasi Monteer dengan metode design thinking. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*, 2(3), 324–331.
- Garaika, & Feriyan, W. (2017). Promosi dan pengaruhnya terhadap animo calon mahasiswa baru dalam memilih perguruan tinggi swasta. *Jurnal Aktual STIE Trisna Negara*, ISSN 1693-1688.
- Hananto, B. A. (2019). Tinjauan karya desain poster quotes dalam mata kuliah tipografi dasar. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(3), 195–206.
- Keller, K. L. (2013). *Strategic brand management: Building, measuring, and managing brand equity* (4th ed.). Pearson Education.
- Khaer, A., Khoir, N., & Hidayati, Y. A. (2022). Senjakala media cetak: Tantangan jurnalisme cetak di era digital. *TRILOGI: Jurnal Ilmu Teknologi, Kesehatan, dan Humaniora*.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.



© 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

- Manap, A. (2025). *Manajemen pemasaran*. PT Kimshafi Alung Cipta.
- Mansir, F., & Purnomo, H. (2023). Pemberdayaan masyarakat melalui digital marketing dan media sosial sebagai media promosi era pandemi Covid-19 di UMKM Panggungharjo Sewon Bantul. *Jurnal Pengabdian Masyarakat*.
- Mubarak, R. A., & Sulistyowati, L. (2021). Manfaat internet marketing dalam meningkatkan pendapatan UMKM puree mangga. *Abdimas Singkerru*, 1(1).
- Paksi, D. N. F. (2022). *Warna dalam dunia visual*. Fakultas Film dan Televisi, Institut Kesenian Jakarta.
- Permana, A. O., & Erdansyah, F. (2022). Analisis penerapan prinsip-prinsip desain, tipografi, dan warna pada Instagram feed Senat Mahasiswa Universitas Negeri Medan tahun 2019. *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)*, 5(1), 102–110. <https://doi.org/10.34007/jehss.v5i1.1136>
- Prabowo, A., & Heriyanto. (2013). Analisis pemanfaatan buku elektronik (e-book) oleh pemustaka di Perpustakaan SMA Negeri 1 Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 2(2), 1–9.
- Pratama, I. A., Imsa, E., & Rizki, A. (2021). Pengaruh konten promosi media sosial terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 15(2), 110–120.
- Putri, N. A., & Pratama, R. A. (2021). Peran desain visual dalam media promosi terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 89–98.
- Rangkuti, F. (2019). *Analisis SWOT: Teknik membedah kasus bisnis*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rismawati, W. (2023). Analisis strategi marketing funding dan marketing lending melalui promosi personal selling dalam upaya meningkatkan jumlah anggota KSPPS BMT Ben Sejahtera Kroya Kabupaten Cilacap (Skripsi). Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Saptodewo, F. (2024). Desain infografis sebagai penyajian data menarik. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*, ISSN 1978-3787.
- Sari, D. P., & Hidayat, R. (2020). Pengaruh brand image terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 17(2), 45–56.
- Siregar, R., & Lubis, N. (2019). Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian produk fashion lokal. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 22(1), 55–64.
- Sitepu, V. (n.d.). *Panduan mengenal desain grafis* [E-book]. Escaeva. <https://www.escaeva.com>
- Sudaryono. (2016). *Manajemen pemasaran teori dan implementasi*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung:



© 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

Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Tuten, T. L., & Solomon, M. R. (2018). *Social media marketing* (3rd ed.). Sage Publications.

Wibowo, A., & Nugroho, S. (2020). Pengaruh elemen visual iklan terhadap persepsi konsumen. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 67–78.





Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lampiran 1 Transkrip Wawancara

Nama Informan : Prana Mufariza
Tanggal : 29 Juni 2026
Waktu : 15.00
Peran : Mahasiswa
Tempat : Universitas Pancasila

Peneliti	Informan
“Bang gue mau nanya dong, kira-kira pendapat lo buat tentang design banner ini gimana bro?”	“Menurut gue sih designnya udah bagus, terlihat dari promosi <i>brand fashion</i> yang sering dilihat di media sosial jadi kesannya cukup premium”
“Terus kalo menurut lu, kira-kira ada bagian yang kurang ga sih?”	“Menurut gue ada yang kurang sedikit sih, dari tulisannya ukurannya terlalu kecil. Misal informasi tentang bahan kalo dilihat dari jauh bakal susah dibaca.”
“Kalo dari foto produknya gimana tuh?”	“Gue lumayan suka sih karena ada dua jenis foto, yang satu tuh ngeliatin kaosnya secara langsung. Satu lagi dipakai model jadi lebih meyakinkan”



© 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

“Oh gitu, kalo menurut lu untuk harga produknya mudah ditemuin ga sih? Kaya mudah dilihat gitu?”	“Lumayan susah ditemuin sih, karena tulisannya terlalu kecil. Saran gue sih lebih diperbesar aja biar orang langsung lihat.”
“Oke kalo misalkan lo mau mendesign ulang design ini, apa yang bakal lo ubah dari design ini?”	“Mungkin dikurangi sedikit elemen dekorasinya supaya orang-orang bisa fokus langsung ke produknya. Sama harga dan kotaknya juga diperbesar lagi.”
“Oh gitu, terus secara keseluruhan menurut lo, lo puas ga sih sama design ini?”	“Lumayan puas sih karena dari sisi design juga udah lumayan bagus, Cuma lebih perlu sedikit ditambahin aja.”

Transkrip Wawancara 2

Nama Informan : Kezia Rachmadianti
Tanggal : 29 Juni 2026
Waktu : 15.40
Peran : Mahasiswa
Tempat : Universitas Pancasila

Peneliti	Informan
Oke gue mau nanya dong, pertama kali	Menurut gue designnya interesting sih



© 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

lu lihat design tripod banner ini gimana?	kaya nge pop up banget bajunya juga
Terus menurut lo si tulisan omniscint t-shitr ini nya kalo dari jauh tuh kelihatan ga sih? Jelas ga sih?	Kebaca sih, kebaca karena ini pasti bagian judulnya kan jadi kebaca sih
Oh gitu, terus menurut lo kira-kira apa yang kurang kalo dari design ini? Apa lu punya ide-ide sendiri gitu kalo misalkan lo sebelum design ini terbuat, kalo lo buat pengen ada apa gitu?	Paling kalo misalnya designnya kaos lebih ke spesifikin, spesifikasi kaosnya gitu
Oh gitu, oke thankyou ya ...	Iya sama-sama

Transkrip Wawancara 3

Nama Informan : Fajrul Rachman
Tanggal : 29 Juni 2026
Waktu : 16.10
Peran : Mahasiswa
Tempat : Universitas Pancasila

Peneliti	Informan
“Ceng gue mau nanya dong, dari	Menurut gue sih udah sangat menarik



© 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

banner yang gue buat ini udah cukup menarik belum sih kalo dari perhatian lo yang lo lihat?"	ya karena dari jauh juga warnanya udah mencolok dan edgy juga warnanya.
Oke terus, mungkin apa yang membuat lo tertarik gitu?	Yang membuat gue tertarik lebih ke arah kombinasi warna-warnanya gitu. Jadi fotonya juga kelihatan lebih bagus dan kualitasnya juga proper dan profesional.
Terus, kalo menurut lo nih design ini cocok ga sih kalo targetnya itu untuk kaum muda gitu atau gen z gitu?	Kalo untuk design sih sangat cocok ya karena stylenya lebih modern dan kekinian, jadi gue rasa pun anak-anak sekarang ini akan tertarik nih dengan <i>brand</i> lo"
Oh gitu, terus yang terakhir nih ada saran ga kira-kira buat design banner ini biar lebih oke gitu. Menurut lu ada yang kurang atau apa gitu?	Dari bannernya mungkin bisa ditambah kaya kalimat-kalimat promosi ya, kaya order sekarang atau scan disini jadi orang tuh biar tau ada langkah selanjutnya buat setelah melihat banner ini.

Transkrip Wawancara 4

Nama Informan : Dwi Putra Rumah Horbo

Tanggal : 29 Juni 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

Waktu : 17.00
Peran : Mahasiswa
Tempat : Universitas Pancasila

Peneliti	Informan
Wi kasih ini dong gue kesan buat kesan pertama lo liat banner yang dibuat ini apa kira-kira?	:”Kalo kesan pertama gue liat banner ini sih untuk dari designnya udah cukup modern ya dan eksklusif, dan yaudah ini terlihat seperti promosi baju aja dengan design yang eksklusif.”
“Kalo misalkan untuk si tipografinya menurut lo udah terlihat jelas belum sih kalo dari lo?”	”Kalo kesan pertama gue liat banner ini sih untuk dari designnya udah cukup modern ya dan eksklusif, dan yaudah ini terlihat seperti promosi baju aja dengan design yang eksklusif.”
“Kalo misalkan untuk si tipografinya menurut lo udah terlihat jelas belum sih kalo dari lo?”	“Menurut gue udah cukup jelas sih dari kombinasi warnanya yang merah, hitam, dan putih jadi kelihatan lebih menarik”
“Oh gitu, terus juga mungkin yang terakhir yang gue tanyain. Setelah lo liat banner ini kira-kira lo tertarik ga sih untuk lanjut tau tentang produknya	“Pengen sih gue, tapi dari design ini gue lihat ada yang kurang nih. Dari segi untuk size chartnya ga di tampilkan di promosi ini. Jadi mungkin gue kurang



© 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

atau lo ingin ada rasa ingin membeli produknya atau engga gitu?”	tau itu doang untuk ukuran pastinya berapa sentinya. Untuk membeli ada niat sih karena ketertarikan gue dengan designnya.”
“Oke thankyou ya wi.”	

Transkrip Wawancara 5

Nama Informan : Annisa Alivia
Tanggal : 29 Juni 2026
Waktu : 19.00
Peran : Mahasiswa
Tempat : Universitas Pancasila

Peneliti	Informan
Kak gue mau nanya dong kalo pertama kali lo lihat design banner ini gimana?	Kalo misalnya dari warnanya sih terlihat ini ya, menurut gue udah masuk. Maksudnya untuk pemilihan warnanya. Sebenarnya keliatannya kaya simple tapi.. hmm gimana ya? Ga terlalu rame sih tapi masih oke lah.
Terus kalo daru penglihatan lu kan headlinenya ada design t-shirtnya nih, itu udah kelihatan jelas belum sih?	Sebenarnya itu udah kelihatan banget sih, itu udah kelihatan tapi, apa ya yang bikin? Apa font nya ya menurut gue sih



© 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

	kaya gitu.
Terus selain dari fontnya yang agak kurang gitu? Ada kritik lagi ga kira-kira atau saran gitu untuk design ini gitu?	Menurut gue di tag ini nya sih
Oh di price tag nya?	Iya di price tagnya, terus ini nya juga nih yang elemen ininya. Mungkin bisa lebih disesuaikan aja

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2 Lembar Bimbingan

Lampiran 2. Lampiran 2 Lembar Bimbingan

Logbook Bimbingan									
Table Feed									
No	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do	Files & media	URL
1	Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Not started	September 24, 2025	revisi latar belakang			
2	Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Not started	October 1, 2025		lanjut ke bab 1		
3	Bimbingan ke-3				October 15, 2025				
4	Bimbingan ke-5		Latar Belakang	Not started	October 30, 2025				drive.google.com drive link
5	Bimbingan ke-4		Latar Belakang	Not started	October 22, 2025			PERANCANGAN D... https://drive.google.com/	
6	Bimbingan ke-8		Metode Penelitian	Not started	December 10, 2025	lanjut bab 3 dan beberapa revisi di bab 1 dan 2			
7	Bimbingan ke-8		Penulisan Bab 2	Not started	December 3, 2025	revisi 2.2 dan tambahkan sub bab 2.2.2			
8	Bimbingan ke-7		Penulisan Bab 2	Not started	November 12, 2025	masi banyak revisi dan banyak yang belum diselesaikan			
9	Bimbingan ke-6		Rumusan Masalah	Not started	November 8, 2025				

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

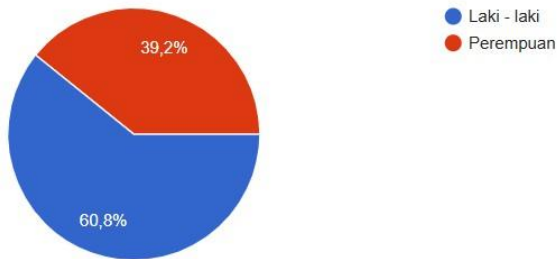
Lampiran 3 Kuisisioner

Lampiran 3. Lampiran 3 Kuisisioner

Jenis Kelamin

102 jawaban

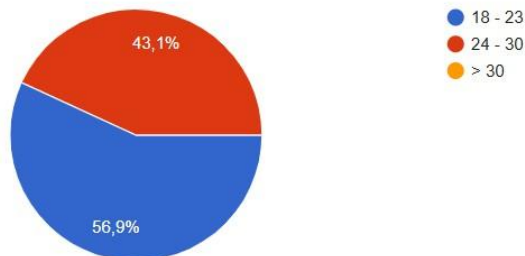
Salin diagram



Usia

102 jawaban

Salin diagram





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

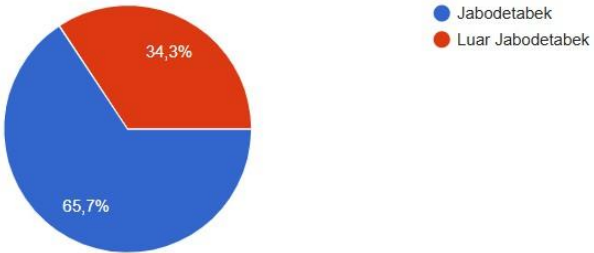
Hak Cipta :

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

Domisili

102 jawaban

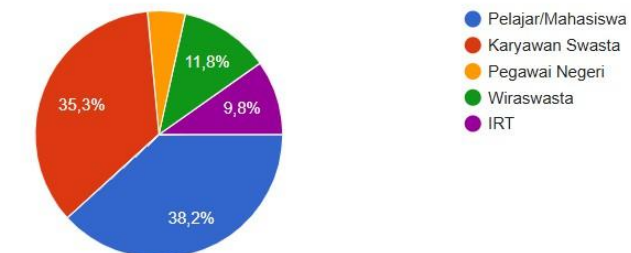
Salin diagram



Pekerjaan

102 jawaban

Salin diagram





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

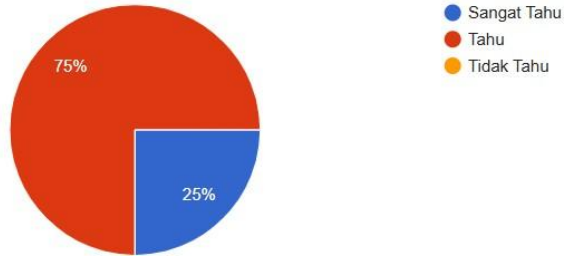
Hak Cipta :

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 tau anda tentang Produk Streetwear?

Salin diagram

jawaban

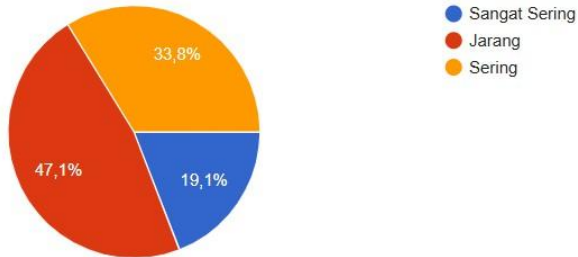


● Sangat Tahu
● Tahu
● Tidak Tahu

Seberapa Sering Anda membeli Produk Streetwear Lokal?

Salin diagram

jawaban



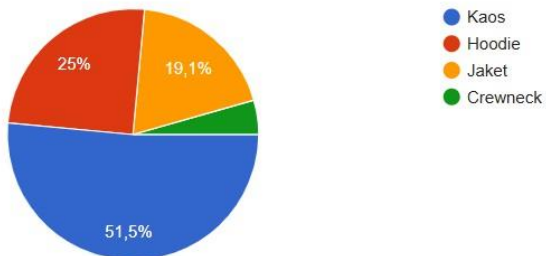
● Sangat Sering
● Jarang
● Sering

NEGERI
JAKARTA

Jenis produk streetwear yang paling sering Anda beli

Salin diagram

jawaban



● Kaos
● Hoodie
● Jaket
● Crewneck



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

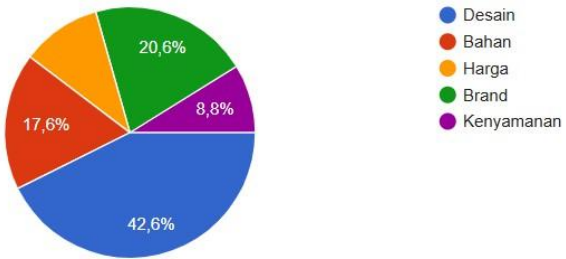
Hak Cipta :

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

Hal yang paling Anda perhatikan saat membeli baju streetwear

Salin diagram

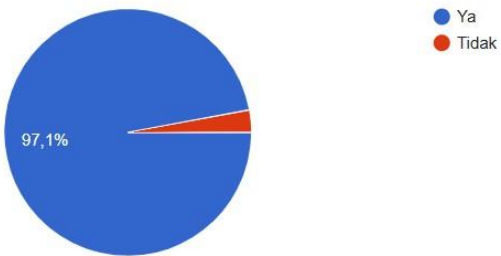
jawaban



Apakah anda menggunakan Brand Depreesstore.id?

Salin diagram

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

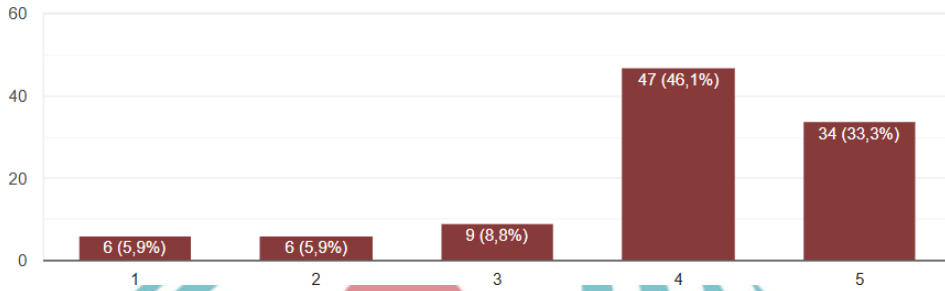
Hak Cipta :

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

Desain Depresstore.id terlihat menarik.

[Salin diagram](#)

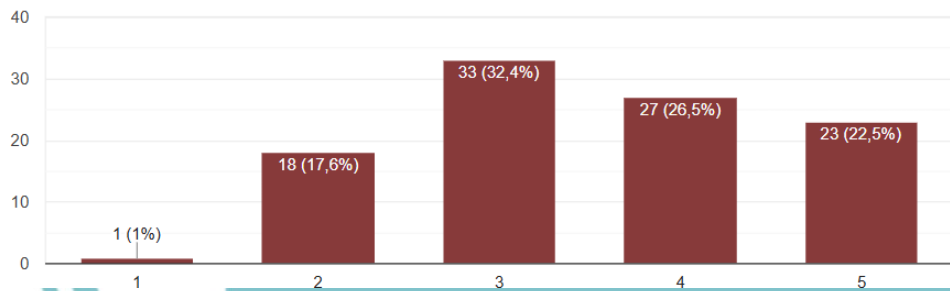
102 jawaban



Desain promosi mudah dipahami.

[Salin diagram](#)

102 jawaban



NEGERI
JAKARTA

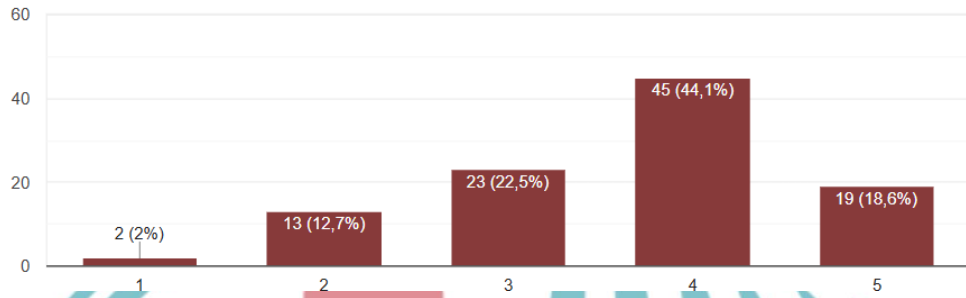
Hak Cipta :

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

Desain promosi Depresstore.id sesuai dengan ciri khas brand-nya.

[Salin diagram](#)

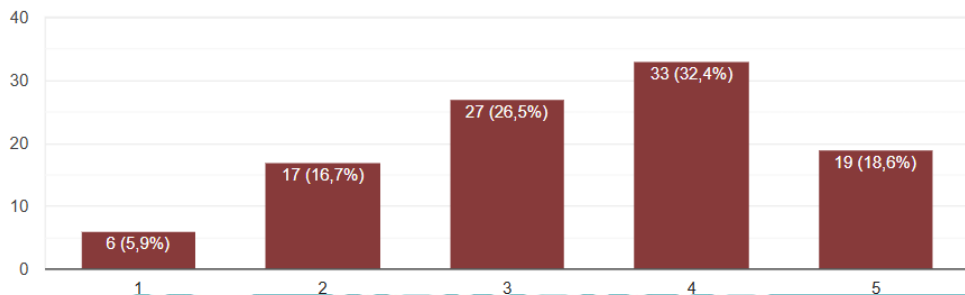
102 jawaban



[Salin diagram](#)

Warna yang digunakan pada desain promosi terasa pas.

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

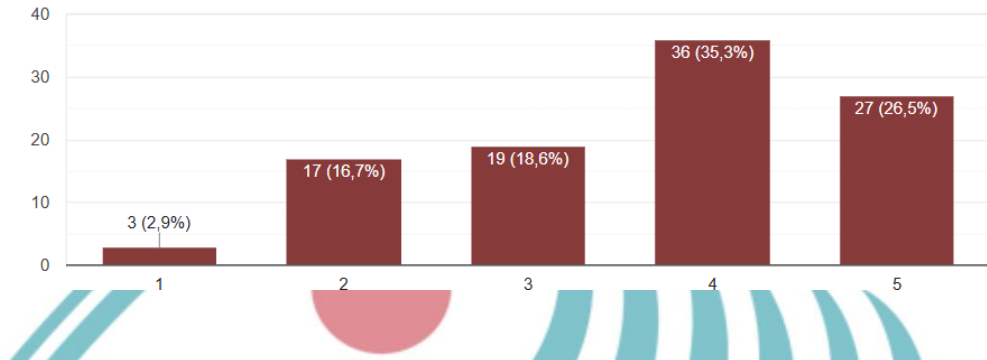
Hak Cipta :

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

Desain promosi terlihat rapi dan enak dilihat.

Salin diagram

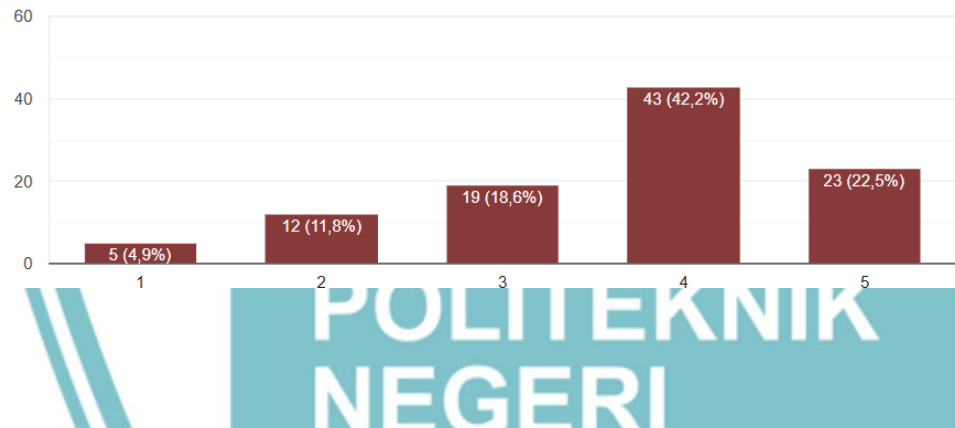
102 jawaban



Informasi produk dalam promosi mudah dimengerti.

Salin diagram

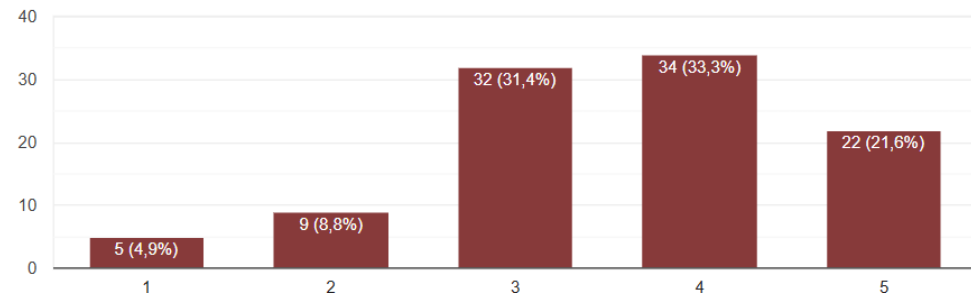
102 jawaban



Gambar atau foto produk yang digunakan terlihat jelas dan bagus.

Salin diagram

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

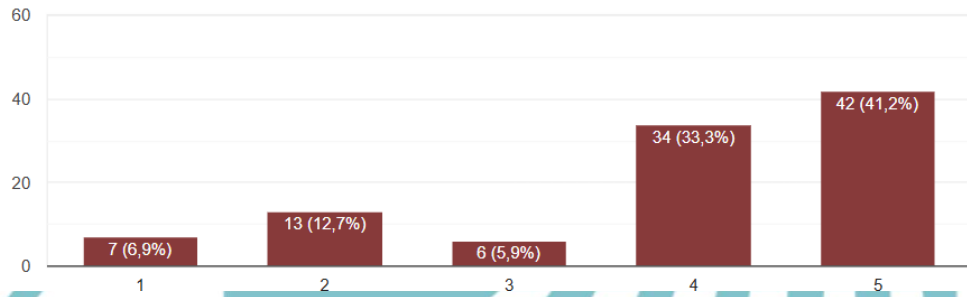
Hak Cipta :

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

Saya mudah mengingat Depresstore.id setelah melihat promosinya.

[Salin diagram](#)

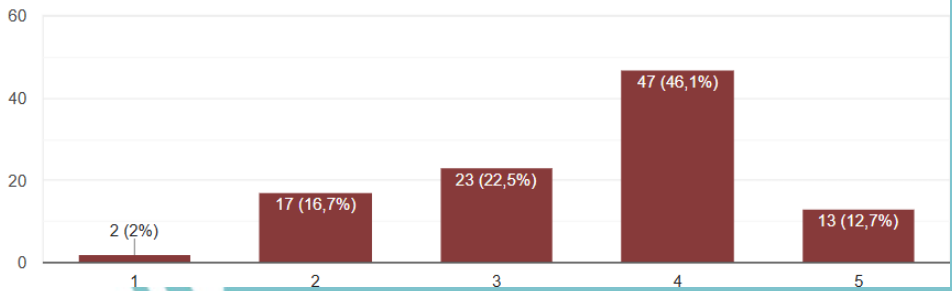
102 jawaban



Desain promosi Depresstore.id terasa kekinian.

[Salin diagram](#)

102 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

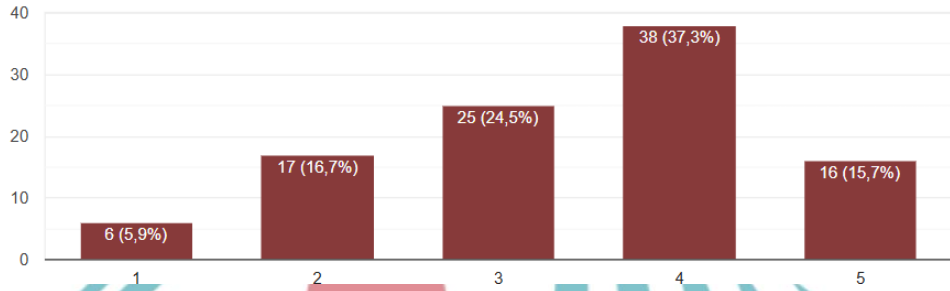
Hak Cipta :

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

[Salin diagram](#)

Promosi Depresstore.id membuat saya tertarik dengan produknya.

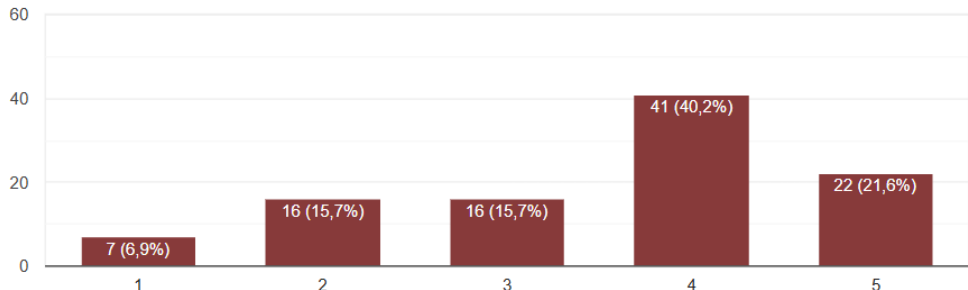
102 jawaban



[Salin diagram](#)

Desain promosi Depresstore.id terlihat berbeda dari brand sejenis.

102 jawaban



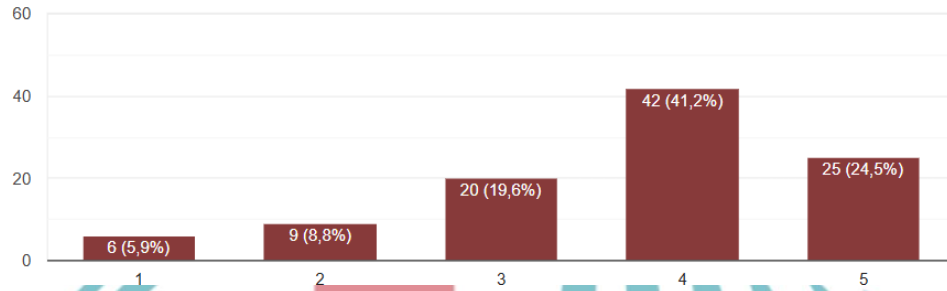
Hak Cipta :

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

[Salin diagram](#)

Promosi Depresstore.id membuat saya ingin tahu lebih lanjut tentang brand ini.

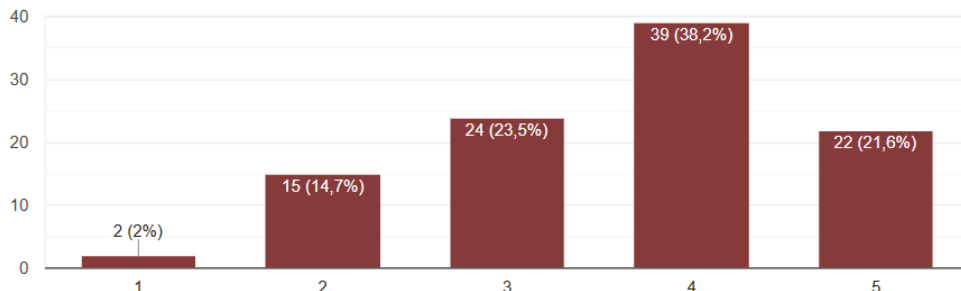
102 jawaban



[Salin diagram](#)

Dari promosinya, saya jadi lebih mudah mengenali Depresstore.id.

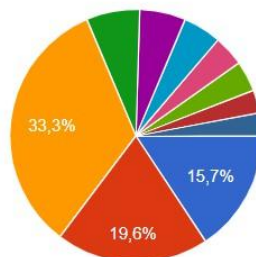
102 jawaban



[Salin diagram](#)

Bagian desain apa yang paling menarik menurut Anda?

102 jawaban



- Warna desain
- Jenis dan gaya huruf
- Gambar atau foto produk
- Susunan desain (layout)
- Tampilan desain secara keseluruhan
- Tipografi (jenis dan gaya huruf)
- Ilustrasi atau foto produk
- Konsep visual secara keseluruhan

▲ 1/2 ▼



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

Lampiran 4. Lampiran 4 Hasil Cek Turnitin

DG8C_DZULLIA DIRGA AKRA...

Done

 iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144634211

PAPER NAME

DG8C_DZULLIA DIRGA AKRAM_PERA
NCANGAN MARKETING COLLATERAL P
ADA DEPRESSTORE.ID SEBAGAI MEDIA
BRANDING_.pdf

WORD COUNT

18092 Words

PAGE COUNT

106 Pages

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 10:22 AM GMT+7

CHARACTER COUNT

118705 Characters

FILE SIZE

1.5MB

REPORT DATE

Jul 1, 2026 10:24 AM GMT+7

10% Overall Similarity

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

10% Internet database

4% Publications database

Crossref database

Crossref Posted Content database

0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

Bibliographic material

Quoted material

Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Dokumentasi Riset

Lampiran 5. Lampiran 5 Dokumentasi Riset





Hak Cipta :

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

Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 6. Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup



DZULULLIAN DIRGA AKRAM

Jl. Dahlia Raya No.80 Rt.04/03 Pancoran Mas Depok
0877-9357-6163
dzululliandz@gmail.com

SUMMARY

Creative and adaptable professional with a strong commitment to delivering high-quality results. Highly organized, with excellent communication and interpersonal skills, and a passion for continuous learning and professional development. Eager to contribute effectively to organizational success while consistently demonstrating responsibility, initiative, and a collaborative mindset.

WORK EXPERIENCE

Kementerian Koordinator Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Feb - May 2025
Graphic Designer

- Designed promotional materials for various company events and marketing campaigns.
- Collaborated with the marketing team to develop effective promotional and branding materials.
- Optimized design outcomes by implementing systematic revisions based on feedback from clients and supervisors.
- Utilized Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, and other graphic design software to create high-quality visual designs.

Louis Coffee Dec 2022 - Jun 2023
Barista

- Delivered friendly, professional, and responsive customer service to ensure a positive customer experience.
- Collaborated effectively with team members to maintain smooth daily operations, particularly during peak business hours.
- Resolved customer complaints promptly and provided appropriate solutions to ensure customer satisfaction.

EDUCATION

Jakarta State Polytechnic Aug 2021 - Now
Undergraduate in Graphic Designer, 3,24/ 4.00

- Actively participates in 3+ campus events, such as event management

SMAS Sejahtera 1 Depok Jul 2018 - Apr 2021
Batch Leader

- Collaborated with class representatives and school organizations to ensure the successful execution of programs.

ADDITIONAL INFORMATION

- **Soft Skills:** : Communication, Adaptability, Time Management, Professionalism, Consistency, Creativity, Innovation, Responsiveness and Critical Thinking
- **Hard Skills:** Graphic Design, Illustration, Layout design, Typography, Digital Imaging
- **Languages:** English, Indonesia