



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA BOHOMA BLOOMS**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
NAJMAH SALSABILA
2206421093

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada Bohoma Blooms
Penulis : Najmah Salsabila
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, 3 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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



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 DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA BOHOMA BLOOMS

Oleh:

NAJMAH SALSABILA
2206421093

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Susilawati, M.Si.
NIP. 197209021995122001

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP. 198911012025062002

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

**PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* SEBAGAI
MEDIA PROMOSI PADA BOHOMA BLOOMS**

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, 3 Juli 2026
Yang menyatakan,

Najmah Salsabila
2206421093



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

Bisnis penjualan bunga atau yang umumnya disebut florist semakin menarik minat banyak orang di pasar. Peningkatan permintaan bunga untuk berbagai kebutuhan menjadi salah satu alasan utamanya. Salah satu usaha di bidang ini adalah Bohoma Blooms yang menawarkan bunga berkualitas segar dan rangkaian yang menawan. Namun, Bohoma Blooms belum sepenuhnya memanfaatkan strategi pemasaran yang ada, sehingga berdampak pada penurunan angka penjualannya. Penelitian ini bertujuan untuk merancang materi pemasaran bagi Bohoma Blooms yang dapat membantu memperluas jangkauan serta meningkatkan citra mereknya. Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kombinasi metode kualitatif dan kuantitatif dengan pendekatan Design Thinking yang meliputi lima tahap, yaitu mengerti, mendefinisikan, menghasilkan ide, membuat prototipe, dan melakukan pengujian. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara, pengamatan, kuesioner, dan studi literatur. Data yang dikumpulkan dianalisis menggunakan metode SWOT dan disusun menjadi panduan kreatif. Selanjutnya, ide-ide tersebut dikembangkan melalui mindmap dan moodboard yang menghasilkan kata kunci seperti kehangatan, pengakuan, buket tangan, cerah, kain, dan sederhana, yang kemudian dituangkan dalam bentuk sketsa, digitalisasi, hingga menciptakan desain keseluruhan. Hasil dari proses perancangan ini mencakup katalog baik dalam bentuk fisik maupun digital, flyer, kartu ucapan dan kartu terima kasih, x-banner, serta konten untuk media sosial dengan gaya visual yang elegan, premium, dan segar, dengan mengombinasikan tata letak grid yang asimetris, tipografi serif yang mencolok, serta teknik fotografi dengan pencahayaan alami dan pendekatan human interest, serta pengolahan pada produk seperti buket bunga. Dengan demikian, perancangan ini diharapkan dapat memperbaiki alat promosi melalui materi pemasaran yang dapat meningkatkan penjualan dan dikenal secara luas oleh masyarakat.

Kata kunci: *Florist, Fresh Flower, Design Thinking, Media Promosi, Marketing Collateral*



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The flower sales business commonly known as a florist, is attracting increasing interest from many people in the market. The rising demand for flowers for various purposes is one of the main reasons for this. One business in this field is Bohoma Blooms, which offers fresh, high-quality flowers and charming arrangements. However, Bohoma Blooms has not yet fully leveraged existing marketing strategies, which has led to a decline in sales. This study aims to design marketing materials for Bohoma Blooms that can help expand its reach and enhance its brand image. The methodology used in this study combines qualitative and quantitative methods with a Design Thinking approach comprising five stages: understand, define, ideate, prototype, and test. Data collection was conducted through interviews, observations, questionnaires, and a literature review. The collected data was analyzed using the SWOT method and compiled into a creative guide. Subsequently, these ideas were developed through mind maps and mood boards, yielding keywords such as warmth, recognition, hand-tied bouquets, brightness, fabric, and simplicity, which were then translated into sketches, digitized, and ultimately used to create the overall design. The results of this design process include a catalog in both physical and digital formats, flyers, greeting cards and thank-you cards, X-banners, and social media content with a visual style.

Keywords : Florist, Fresh Flower, Design Thinking, Promotional Media, Marketing Collateral

**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 serta Syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Sebagai Media Promosi Pada Bohoma Blooms” dapat diselesaikan dengan baik.

Pada kesempatan ini, tidak lupa mengucapkan rasa hormat dan terima kasih kepada pihak yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penyusunan Tugas Akhir ini.

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis dan Dosen Pembimbing Politeknik Negeri Jakarta
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik Negeri Jakarta
5. Seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan serta arahan selama penulis menjalani perkuliahan di Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta
6. Citra Anggraini Setiawan selaku pemilik Bohoma Blooms atas izin serta kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk mengangkat topik Tugas Akhir
7. Keluarga terkasih penulis, ayah, ibu, adek, mama, dan umi yang telah memberikan dukungan moral serta finansial sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta
8. Fadilla Ramadita, Putri Jati, Sandra Aura selaku teman seperjuangan yang telah memberikan banyak bantuan dan dukungan selama perkuliahan dan proses pengerjaan tugas akhir



Hak Cipta :

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

9. Nayya rahma aisha selaku sahabat penulis sejak kecil yang telah memberikan banyak dukungan dan rasa kasih yang dalam
10. Maulidia, Indira, Dewi selaku teman penulis sejak SD yang telah memberikan banyak dukungan
11. Salsabillah, Rekha Alivia, Ikhsan Dhaffa, Rayhan Ramadhan selaku teman penulis sejak SMP yang telah menjadi motivasi dan menjadi tempat cerita serta memberikan banyak dukungan
12. Yosephine, Sakura, Karina selaku teman organisasi penulis sejak SMA yang telah menjadi tempat yang nyaman untuk berekspresi serta memberikan banyak dukungan
13. Rere, Balqis, Aceng, Reo, Mia, Kino, Neru, serta semua teman-teman twitter penulis lainnya yang telah menjadi tempat yang nyaman untuk berbagi cerita dan canda tawa serta memberikan banyak dukungan
14. Blade / Ren sebagai karakter dari game Honkai Star Rail yang telah menemani selama masa perkuliahan serta menjadi motivasi dan menumbuhkan rasa percaya diri ke dalam diri penulis
15. Seluruh teman-teman Desain Grafis D Angkatan 2022 yang telah memberikan motivasi dan bantuan selama perkuliahan dan pengerjaan Tugas Akhir

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penulisan Tugas Akhir ini. Untuk itu kritik dan saran dari pembaca sangat diterima dengan terbuka. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak.

Depok, 3 Juli 2026

Najmah Salsabila



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	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II	7
2.1 Pemasaran (<i>Marketing</i>)	7
2.2 Media Promosi	8
2.3 Marketing Collateral	9
2.3.1 Jenis-Jenis Marketing Collateral	10
2.4 Teori Desain Grafis	15
2.4.1 Elemen Desain Grafis	16
2.4.2 Prinsip Desain Grafis	33
2.5 Teori Komunikasi Pemasaran	34
2.6 <i>Design Thinking</i>	35
BAB III.....	38
3.1 Metode Penelitian.....	38
3.2 Data dan Analisis	41



© 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

3.2.1 Profil Klien.....	41
3.2.2 Product Knowledge.....	43
3.2.3 Target Market.....	45
3.2.4 Kompetitor	46
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	49
3.2.6 Positioning	50
3.2.7 Analisis SWOT	50
3.3 Arahana Kreatif.....	53
BAB IV	56
4.1 Konsep Visual	56
4.2 Proses Desain	59
4.2.1 Sketsa Manual	59
4.2.2 Desain Komprehensif.....	73
4.2.3 Desain Terpilih.....	80
4.2.4 <i>Prototype</i>	97
4.2.5 Testing.....	97
4.2.6 Desain Final	99
4.2.7 Final Artwork (FAW)	103
4.3 Pertimbangan Produksi	106
BAB V.....	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran.....	109
DAFTAR REFERENSI	110
LAMPIRAN.....	118

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Media Cetak Brosur	11
Gambar 2. 2 Media Cetak Flyer	11
Gambar 2. 3 Media Cetak Kartu Ucapan	12
Gambar 2. 4 Media Cetak Katalog Produk	13
Gambar 2. 5 Media Sosial	14
Gambar 2. 6 Media Digital Website	15
Gambar 2. 7 Skema Warna Analogus	17
Gambar 2. 8 Skema Warna Triadik	17
Gambar 2. 9 Skema Warna Monochromatic	18
Gambar 2. 10 Skema Warna Complementary	19
Gambar 2. 11 Skema Warna Split Complementary	19
Gambar 2. 12 Skema Warna Tetradic	20
Gambar 2. 13 Font <i>Sans Serif</i>	21
Gambar 2. 14 Font <i>Serif</i>	22
Gambar 2. 15 Font Dekoratif	22
Gambar 2. 16 Mondrian Layout	23
Gambar 2. 17 Multipanel Layout	23
Gambar 2. 18 Picture Window Layout	24
Gambar 2. 19 Type Specimen Layout	24
Gambar 2. 20 Proximity	25
Gambar 2. 21 Repetition	25
Gambar 2. 22 Alignment	26
Gambar 2. 23 Contrast	26
Gambar 2. 24 White Space	27
Gambar 2. 25 Sequence	27
Gambar 2. 26 Ilustrasi	28
Gambar 2. 27 Fotografi	30
Gambar 2. 28 White Background Product Photography	31
Gambar 2. 29 Lifestyle Product Photography	31
Gambar 2. 30 Flat Lay Product Photography	32
Gambar 2. 31 Close-up/detail Product Photography	33
Gambar 2. 32 Lima Tahapan Design Thinking	35
Gambar 3. 1 Logo Bohoma Blooms	41
Gambar 3. 2 Bunga Rangkai Mix	44
Gambar 3. 3 Bunga Rangkai Box	44
Gambar 3. 4 Bunga Rangkai Kertas Wrap	45
Gambar 3. 5 Logo Talula Florist	46
Gambar 3. 6 Promosi Talula Florist	47
Gambar 3. 7 Logo La Tahzan Florist	47
Gambar 3. 8 Promosi La Tahzan Florist	48
Gambar 3. 9 Logo Threebouquets	48
Gambar 3. 10 Promosi Threebouquets	49



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i>	57
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i>	58
Gambar 4. 3 Sketsa Katalog Alternatif 1	60
Gambar 4. 4 Sketsa Katalog Alternatif 2	61
Gambar 4. 5 Sketsa Katalog Alternatif 3	62
Gambar 4. 6 Sketsa Katalog Alternatif 4	63
Gambar 4. 7 Sketsa Katalog Alternatif 5	64
Gambar 4. 8 Sketsa Flyer Alternatif 1 & 2	65
Gambar 4. 9 Sketsa Flyer Alternatif 3 & 4	66
Gambar 4. 10 Sketsa Flyer Alternatif 5	67
Gambar 4. 11 Sketsa Konten Sosial Media Alternatif 1 & 2	68
Gambar 4. 12 Sketsa Konten Sosial Media Alternatif 3,4,5	69
Gambar 4. 13 Sketsa Greeting Card & Thankyou Card.....	70
Gambar 4. 14 Sketsa X-banner	72
Gambar 4. 15 Sketsa <i>Lineart</i>	73
Gambar 4. 16 Desain Komprehensif Katalog 1	74
Gambar 4. 17 Desain Komprehensif Katalog 2	75
Gambar 4. 18 Desain Komprehensif Katalog 3	76
Gambar 4. 19 Desain Komprehensif Flyer	77
Gambar 4. 20 Desain Konten Sosial Media	77
Gambar 4. 21 Desain Greeting Card & Thankyou Card.....	78
Gambar 4. 22 Desain X-Banner Komprehensif	79
Gambar 4. 23 Penerapan Warna.....	81
Gambar 4. 24 Penerapan Tipografi	81
Gambar 4. 25 Fotografi Pada Konten Sosial Media	82
Gambar 4. 26 Ilustrasi <i>Lineart</i>	82
Gambar 4. 27 Penerapan Prinsip Kesatuan Katalog	84
Gambar 4. 28 Penerapan Prinsip Keseimbangan Katalog	85
Gambar 4. 29 Penerapan Prinsip Proporsi Katalog.....	85
Gambar 4. 30 Penerapan Prinsip Irama Katalog.....	86
Gambar 4. 31 Penerapan Prinsip Penekanan Katalog.....	86
Gambar 4. 32 Penerapan Prinsip Kesatuan <i>Flyer</i>	88
Gambar 4. 33 Penerapan Prinsip Keseimbangan <i>Flyer</i>	89
Gambar 4. 34 Penerapan Prinsip Proporsi <i>Flyer</i>	89
Gambar 4. 35 Penerapan Prinsip Irama <i>Flyer</i>	90
Gambar 4. 36 Penerapan Prinsip Penekanan <i>Flyer</i>	91
Gambar 4. 37 Penerapan Prinsip Kesatuan Konten Sosial Media	92
Gambar 4. 38 Penerapan Prinsip Keseimbangan Konten Sosial Media	93
Gambar 4. 39 Penerapan Prinsip Proporsi Konten Sosial Media	93
Gambar 4. 40 Penerapan Prinsip Irama Konten Sosial Media.....	94
Gambar 4. 41 Penerapan Prinsip Penekanan Konten Sosial Media.....	95
Gambar 4. 42 Prototyping Media Cetak & Digital	97
Gambar 4. 43 Proses Testing Bersama Owner dan Target Audiens	98
Gambar 4. 44 Font Desain Final	100
Gambar 4. 45 Desain Final Katalog.....	100
Gambar 4. 46 Desain Final Flyer	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4. 47 Desain Final Konten Sosial Media.....	101
Gambar 4. 48 Desain Final Greeting Card & Thankyou Card.....	102
Gambar 4. 49 Desain Final X-banner	102
Gambar 4. 50 Final Artwork Media Cetak.....	103
Gambar 4. 51 Hex Code Warna	103
Gambar 4. 52 Perubahan Desain Final Artwork Katalog	105
Gambar 4. 53 Final Artwork Media Digital.....	106





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks SWOT.....	51
Tabel 3. 2 Arahana Kreatif.....	53





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 LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....	119
Lampiran 2 Transkrip Kuisioner.....	128
Lampiran 3 Dokumentasi Riset.....	136
Lampiran 4 Logbook Bimbingan.....	138
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	140
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	142





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

Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) memainkan fungsi yang sangat krusial dalam memacu perkembangan ekonomi suatu negara (Janah, 2024). Peran UMKM sebagai fondasi ekonomi Indonesia terlihat dari andilnya yang melebihi 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) negara dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Saat ini, jumlah UMKM telah mencapai lebih dari 64 juta unit usaha (Kemenko Perekonomian, 2025). Industri *florist* dan florikultura di Indonesia menunjukkan peningkatan produksi pada tahun 2022 setelah dampak pandemi Covid-19 yang sempat menyebabkan penurunan, produksi tersebut meningkat sekitar 48.23% dari tahun 2022 ke 2023. Hal ini menunjukkan bahwa pemulihan dan potensi pertumbuhan industri *florist* berdampak pada peningkatan pendapatan UMKM *florist* (Badan Pusat Statistik, 2024).

Bisnis *florist* atau buket bunga kini semakin populer di pasaran. Hal ini terjadi karena bunga sering kali diperlukan untuk berbagai macam tujuan. Contohnya sebagai hadiah bagi orang-orang tercinta, untuk acara tertentu, sebagai hiasan, dan lainnya (RRI, 2024). Seiring dengan perkembangan zaman, keinginan masyarakat terhadap berbagai jenis buket bunga semakin bervariasi sehingga mendorong para *florist* untuk lebih berinovasi dan berkreasi dalam merangkai bunga. Selain berinovasi dalam merangkai bunga, pemilik juga perlu merancang strategi pemasaran yang kreatif dan efektif guna menarik perhatian konsumen serta membangun citra merek yang kokoh (Qadri & Ana, 2024).

Setiap usaha, baik yang berskala besar maupun kecil, wajib menerapkan strategi pemasaran digital yang efisien agar tetap relevan, memperbesar jangkauan, dan mencapai lebih banyak audiens (Nurlinda Sari et al., 2025). Dalam era digital yang semakin kompetitif, strategi pemasaran tidak hanya bergantung pada promosi daring, tetapi juga pada kekuatan visual dan desain komunikasi yang mampu membentuk persepsi konsumen terhadap merek. Salah satu media yang dapat



© 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

digunakan adalah marketing collateral, yang menjadi representasi nyata dari branding suatu produk yang memperkuat citra dan identitas merek di mata konsumen. Selain itu, marketing collateral juga dapat digunakan secara efektif untuk mempromosikan produk dan dapat memperkuat citra merek, yang dapat mempengaruhi pandangan pelanggan mengenai suatu produk (Li et al., 2022). Keefektifan *marketing collateral* dalam mempromosikan suatu produk sangat besar apabila dibuat dan diterapkan dengan benar, baik itu dalam format cetak maupun digital. Oleh karena itu, desain *marketing collateral* yang strategis tidak hanya memperkuat ciri khas merek, tetapi juga menghasilkan konsistensi yang dapat meningkatkan kepercayaan, kredibilitas, serta mendorong kesetiaan dan pilihan pembelian dari konsumen.

Bohoma Blooms merupakan UMKM yang didirikan pada tahun 2024 dan bergerak di bidang *florist*. Sebelum menjadi toko bunga, nama Bohoma berawal dari bisnis *furniture* yang dijalankan oleh sang pemilik di tahun 2022. Karena merasa tidak sanggup lagi untuk melanjutkan bisnis *furniture* itu maka nama Bohoma akhirnya diturunkan ke bisnis toko bunga nya. Berdasarkan dari hasil wawancara, Alasan klien mengubah jenis usahanya dari *furniture* ke *florist* didorong oleh kesukaannya terhadap bunga dan juga dari orang tua sang klien yang mempunyai ahli dalam merangkai bunga, dari sinilah klien berencana untuk mengubah usahanya menjadi *florist* hingga saat ini. Bohoma Blooms menjual mulai dari bunga *fresh* sampai ke bunga rangkai, dan berencana untuk menjual *artificial flower*.

Permasalahan yang dihadapi Bohoma Blooms saat ini adalah menurunnya penjualan dikarenakan kurangnya kesadaran terhadap perubahan jenis usaha yang dijalankan sang pemilik. Kurangnya pemahaman terhadap strategi pemasaran digital menjadi tantangan bagi banyak pelaku usaha untuk beradaptasi dengan perubahan tipe bisnis digital dan media sosial sebagai platform pemasaran (Elli et al., 2023). Saat ini Bohoma Blooms belum memaksimalkan upaya promosi usahanya. Bohoma Blooms hanya memiliki katalog digital yang hanya berisi bunga *fresh* yang ditunjukkan kepada calon pembeli. Bohoma Blooms baru mempromosikan produknya secara *online* sesekali melalui Instagram dengan



© 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

memposting bunga-bunga yang ada di dalam katalog atau saat sedang memproduksi bunga rangkai. Bohoma Blooms hanya melakukan penjualan bila ada yang memesan melalui *online* karena belum mempunyai *mini store* nya sendiri dan semua proses produksi dilakukan di rumah sang pemilik. Pemesanan dapat langsung dilakukan melalui chat ke nomer *Whatsapp* minimal 2 hari sebelumnya. Meskipun menggunakan sistem penjualan *online*, banyak dari mereka yang belum terlalu familiar ketika mendengar nama Bohoma Blooms. Oleh karena itu, Bohoma Blooms berencana memperluas pasar dengan mengikuti *event* seperti pameran dan *workshop* merangkai bunga atau menjalin kerjasama dengan pemasok bunga. Namun, upaya ini masih menemui hambatan karena Bohoma Blooms belum dilengkapi dengan *marketing collateral* yang cukup untuk mendukung kegiatan promosi secara langsung.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, Bohoma Blooms membutuhkan strategi pemasaran yang dapat memperluas jangkauan pasar dan mengenalkan brand kepada lebih banyak orang, salah satunya melalui perancangan *marketing collateral* yang mendukung. Untuk membangun kesadaran merek diperlukan sebuah platform media yang dapat mendukung promosi pemasaran produk secara lebih efektif dengan jangkauan yang lebih luas baik menggunakan media *online* maupun *offline* (Widjaja et al., 2023). Beberapa media yang dibutuhkan seperti *greeting card*, *thank you card*, katalog produk, banner, hingga konten instagram. Seluruh hasil desain ini akan dibuat dengan *key visual* utama yang sesuai dengan identitas merek Bohoma Blooms untuk menghasilkan nuansa yang seragam dan berkualitas.

Berdasarkan permasalahan yang telah di uraikan di atas, oleh karena itu maka perancangan *marketing collateral* ini sangat krusial untuk dilaksanakan sebagai media promosi melalui perancangan desain. *Marketing collateral* ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana media promosi untuk meningkatkan angka penjualan serta dikenal oleh masyarakat umum.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada penjabaran latar belakang di atas, rumusan masalah yang dapat disimpulkan adalah:

1. Bagaimana proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi yang dapat merepresentasikan merek Bohoma Blooms?
2. Bagaimana penerapan elemen dan prinsip desain grafis pada proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, pembahasan pada Tugas Akhir ini menentukan batasan agar tetap terfokus dan terarah dengan ruang lingkup sebagai berikut :

1. Proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms.
2. Penerapan teori desain grafis, mencakup elemen dan prinsip desain grafis, dalam proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi Bohoma Blooms.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Melakukan proses perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi yang dapat merepresentasikan merek Bohoma Blooms.
2. Menerapkan elemen dan prinsip desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms.

1.4.2 Manfaat

Adapun hasil dari penyusunan Tugas Akhir yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat, yaitu:



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. Manfaat untuk Klien

Hasil perancangan ini berfungsi sebagai media promosi untuk meningkatkan penjualan serta memperluas area pemasaran Bohoma Blooms. Di samping itu, *marketing collateral* yang dibuat dapat berfungsi sebagai alat komunikasi yang efisien antara Bohoma Blooms dan calon pembeli dalam memahami produk yang ditawarkan.

2. Manfaat untuk Ilmu Pengetahuan Desain Grafis

Perancangan desain *marketing collateral* Bohoma Blooms dapat menjadi sumber acuan yang mendukung pengembangan pengetahuan dalam desain grafis untuk studi yang akan datang. Tahap-tahap dalam perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms yang akan diuraikan dalam Tugas Akhir ini dapat memberikan pedoman yang jelas terkait teori-teori desain grafis untuk para desainer grafis.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada pembuatan Tugas Akhir disusun dengan cara yang teratur dan terencana, dengan harapan agar pembaca dapat lebih mudah menangkap inti dari pembahasan yang dibagi menjadi lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang hingga permasalahan yang dihadapi oleh Bohoma Blooms, sehingga diperlukan pendekatan dan strategi desain dalam pembuatan *marketing collateral*. Di samping itu, bab ini juga menguraikan batasan penelitian untuk memperjelas fokus pembahasan, serta tujuan dan manfaat dari proses perancangan ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan berbagai teori yang menjadi landasan dalam perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms. Teori-teori yang dibahas meliputi aspek promosi, media promosi, *marketing collateral*, teori desain grafis, serta pendekatan desain yang relevan.



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 III METODE PERANCANGAN

Bab ini mencakup metode penelitian, data dan analisis, serta arahan kreatif. Dalam bab ini dijelaskan prosedur pengumpulan data serta analisis yang dilakukan menggunakan prinsip-prinsip metodologi yang dijadikan pedoman dalam perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang konsep visual yang dihasilkan dengan memilih metode penelitian desain yang sesuai. Selanjutnya, proses desain biasanya meliputi penciptaan berbagai alternatif sketsa, digitalisasi, pengujian, dan penilaian, hingga mencapai desain akhir. Setelah itu, media pendukung sebagai pengaplikasian desain akan diterapkan. Terakhir, memperhatikan aspek produksi media yang dibuat, berkaitan dengan jenis material, bahan, dan teknik pencetakan yang sesuai dengan kebutuhan serta realistis untuk produksi dalam jumlah besar.

BAB V PENUTUP

Bab ini mencakup ringkasan yang memuat pernyataan singkat, jelas, dan terstruktur dari keseluruhan hasil analisis dan diskusi serta rekomendasi yang dapat dijadikan panduan terkait penyelesaian masalah objek yang diteliti atau peluang untuk penelitian di masa depan.



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan dari rangkaian proses yang telah dilakukan dalam perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms, diperoleh beberapa kesimpulan berikut ini:

1. Perancangan ini dilakukan dengan tahapan metode *Design Thinking*, dimulai dari proses pengumpulan data (*empathize*) untuk mengetahui kebutuhan Bohoma Blooms melalui wawancara dengan sang pemilik, kemudian pada observasi dilakukan dengan mengamati kompetitor, melakukan survei terhadap target audiens melalui penyebaran kuisioner secara *online*, dan studi literatur sebagai landasan teori dalam perancangan ini. Tahap berikutnya yaitu pengolahan data (*define*) melalui metode analisis SWOT sehingga dapat menghasilkan *creative brief* yang berguna sebagai acuan dalam pengembangan ide dan konsep kreatif. Pada tahap perancangan (*ideate*) diawali dengan mengeksplorasi konsep visual (*brainstorming*) dengan membuat *mindmap* untuk menemukan kata kunci (*keyword*) yang akan dibentuk menjadi sebuah *moodboard* berisi palet warna, layout, tipografi, ilustrasi, yang selaras dengan *tone and manner* Bohoma Blooms yaitu premium, elegan, dan *fresh*. Selanjutnya, langkah pertama pada proses desain dilakukan oleh pembuatan sketsa tiap media dan dilanjutkan dengan pembuatan desain komprehensif untuk katalog, *flyer*, konten sosial media, *greeting card & thankyou card*, dan *x-banner*. Desain yang terpilih kemudian dibuat dalam bentuk mockup digital (*prototype*) dan cetak fisik (*testing*) yang nantinya akan digunakan sebagai bahan evaluasi terhadap para target audiens. Konsep visual dari Bohoma Blooms dibuat secara konsisten dan dipertahankan sejalan dengan identitas Bohoma Blooms dan preferensi dari target audiens.
2. Perancangan ini menghasilkan rangkaian media promosi baik dalam bentuk cetak maupun digital yang diantaranya katalog cetak dan digital, *flyer*,



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

konten sosial media seperti feeds Instagram, dan media turunan yaitu *greeting card & thankyou card* serta *x-banner*. Keseluruhan dari rancangan ini difokuskan untuk menekankan elemen dan prinsip desain serta perincian dalam pertimbangan produksi mulai dari ukuran, material yang digunakan, teknik produksi serta estimasi biaya cetak tiap media. Penerapan elemen desain seperti pemilihan warna, tipografi serif dan sans serif, teknik fotografi dengan *natural lightning* dengan konsep *human interest*, serta penambahan ilustrasi *lineart* bunga. Lalu penerapan prinsip desain yang dimulai dari kesatuan (*unity*) yang menunjukkan keselarasan antara warna, tipografi, ilustrasi, dan gambar yang ditampilkan, keseimbangan (*balance*) yang membangun antara elemen-elemen komposisi, proporsi (*proportion*) yang mengatur batas, kolom, dan jarak, irama (*rhythm*) yang menggunakan pengulangan pada desain, dan yang terakhir penekanan (*emphasis*) untuk memengaruhi urutan untuk pembaca.

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan desain *marketing collateral* sebagai media promosi pada Bohoma Blooms, beberapa saran yang bisa dijadikan masukan adalah Bohoma Blooms dianjurkan untuk melakukan promosi secara rutin dan konsisten, dengan menggunakan *key visual* yang sudah ditentukan agar dapat memperkuat citra merek, serta memberikan kesan yang familiar dengan konsumen untuk mengukur efektivitas *marketing collateral* terhadap peningkatan penjualan. Penelitian berikutnya dianjurkan untuk memperdalam proses desain dengan pendekatan yang lebih jelas dan terencana sesuai dengan pesan utama yang disampaikan dan pemilihan elemen visual disesuaikan dengan karakter merek serta pesan utama yang ingin disampaikan agar setiap media yang dibuat dapat memastikan pesan tersebut tersampaikan dengan baik. Perancangan *marketing collateral* ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek dan bisa mempertahankan konsistensi visual pada setiap media promosi serta menarik calon konsumen Bohoma Blooms.



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

- Afriaris, S., & Windartini, S. (2021). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek*, 12–20. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v9i1.65>
- Albahi, H. D. (2022). Kajian Makna dan Konsep Estetik pada Ilustrasi Harimau Karya Bodilpunk. *Ars: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 24(3), 173–184. <https://doi.org/10.24821/ars.v24i3.4883>
- Amalina, S., Wahid, F., Satriadi, V., Farhani, F. S., & Setiani, N. (2017). *Rancang Purwarupa Aplikasi UniBook Menggunakan Metode Pendekatan Design Thinking*. <https://journal.uui.ac.id/Snati/article/view/8457/7185>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Penerbit PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/24/>
- Anggraeni, D. S. (2015). *Implementasi Komunikasi Pemasaran Rumah Sakit Awal Bros Pekanbaru Dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen*. 2(1). <https://media.neliti.com/media/publications/32144-ID-implementasi-komunikasi-pemasaran-rumah-sakit-awal-bros-pekanbaru-dalam-memperta.pdf>
- Anggraeny, F. T., Wahanani, H. E., Akbar, F. A., Raharjo, M. I. P., & Rizkyando, S. (2021). Peningkatan Ketrampilan Kreativitas Desain Grafis Digital Siswa SMU Menggunakan Aplikasi Canva pada Ponsel Pintar. *Journal of Appropriate Technology for Community Services*, 2(2), 86–91. <https://doi.org/10.20885/jattec.vol2.iss2.art5>
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Produksi Tanaman Florikultura (Hias)*. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NjQjMg==/produksi-tanaman-florikultura-hias-.html>
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. Penerbit PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/2023/2/DwiAgnes-BukuDasar-dasarDesainGrafis2023/>



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

- Elli, E. E., Bahfiarti, T., & Farid, M. (2023). *Dampak Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Produk Big Bananas Di Kota Makassar*. 9(2).
<https://jurnal.untag-sby.ac.id/index.php/representamen/article/view/9558>
- Erlyana, Y., Everlin, S., & Yuwono, I. F. (2023a). Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna sebagai Penguat Daya Tarik Emosional dalam Video Anak. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(03), 396–411.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i03.7136>
- Erlyana, Y., Everlin, S., & Yuwono, I. F. (2023b). Analisis Color Palette Berdasarkan Rasa Warna sebagai Penguat Daya Tarik Emosional dalam Video Anak. *Andharupa: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(03), 396–411.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i03.7136>
- Falah, D. D. N. (2021). *Perancangan Aktivitas Pemasaran UMKM Percetakan Melalui Media Katalog*. 8(1).
<https://stiemuttaqien.ac.id/ojs/index.php/OJS/article/view/186>
- Fitriyani, A., Safitri, D. M., Ustin, N. A., & Dewi, Y. P. (2024). Pengembangan Strategi Pemasaran Berkelanjutan untuk Produk Ramah Lingkungan: Literature Review. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 7(1), 101–110.
<https://doi.org/10.32493/drb.v7i1.35412>
- Haikal, H., Astuti, R., & Prihartono, W. (2025). Analisis Statistik Anova Untuk Mengevaluasi Kualitas Foto Berdasarkan Variasi Fotografi. *Jurnal Informatika dan Teknik Elektro Terapan*, 13(1).
<https://doi.org/10.23960/jitet.v13i1.5860>
- Hananto, B. A., Timothy, E., Krisananda, R., & Stefanus, T. (2019). Kajian Desain Environmental Graphic Design Umeda Hospital. *Gestalt*, 1(2), 177–190.
<https://doi.org/10.33005/gestalt.v1i2.37>
- Handayani, C., & Aryanto, H. (2023). *Identitas Visual Umkm Arvano Cookies Nganjuk*. 1(1).
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/desgrafia/article/view/54781>



© 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

- Harisandi, P., Sari, M., & Yulandri, E. (2023). Market Microstructure and Financing Efficiency in Msmes in Indonesia: Comparison of Sharia and Conventional Sectors. *Finansha: Journal of Sharia Financial Management*, 4(2), 160–175. <https://doi.org/10.15575/fjsfm.v4i2.30801>
- Harsanto, P. W. (2018). Fotografi Dalam Desain Komunikasi Visual (dkv). *Imaji*, 15(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v15i2.18298>
- Hasian, I., Putri, I., & Ali, F. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Magenta | Official Journal Stmk Trisakti*, 5(01), 726–739. <https://doi.org/10.61344/magenta.v5i01.63>
- Herlyanto, L., & Ihwanny, R. (2024). Perancangan poster sebagai artwork pada film pendek One Day, God Tell Us Our Love Story. *Cipta*, 2(3), 305–322. <https://doi.org/10.30998/cipta.v2i3.2710>
- Hermanto, Y. A. L. (2019). Identifikasi Ilustrasi-Tipografi Graphic Vernacular Sebagai Sistem Tanda & Identitas Warung Tenda Di Kota Malang. *Jadecs (Jurnal of Art, Design, Art Education & Cultural Studies)*, 3(2), 74. <https://doi.org/10.17977/um037v3i2p74-83>
- Husain Al Hidayah, Hasan Muh. Hidayatullah, Anin Asnidar, & Nasir Nasir. (2024). Penggunaan Media Pembelajaran Desain Grafis Melalui Aplikasi Canva. *Jurnal Kajian Penelitian Pendidikan dan Kebudayaan*, 2(2), 97–102. <https://doi.org/10.59031/jkppk.v2i2.335>
- Idris, S. (2020). *Peningkatan Keterampilan Penggunaan Desain Grafis CorelDraw Dikelurahan Wajo Baru Makassar*. 20(1). <https://journal.unibos.ac.id/eco/article/view/791>
- Indrapura, P. F. S., & Fadli, U. M. D. (2023). Analisis Strategi Digital Marketing Di Perusahaan Cipta Grafika. *Jurnal Economina*, 2(8), 1970–1978. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i8.699>
- Istiqomah, N. H., Farhan, Muh., Setiyadi, N. W., Alisa, S. N., & Wulan, M. C. (2025). Fotografi Produk untuk Meningkatkan Optimalisasi Digital Marketing Produk UMKM di Desa Sembungrejo Kecamatan Merakurak. *Jurnal Pengabdian*



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

- Masyarakat Bangsa, 2(11), 5495–5501.
<https://doi.org/10.59837/jpmba.v2i11.2017>
- Janah, U. R. N. (2024). *Peran Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah dalam Pertumbuhan Ekonomi: Analisis Kontribusi Sektor UMKM terhadap Pendapatan Nasional di Indonesia*.
<https://teewanjournal.com/index.php/peng/article/view/931>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2).
<https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Kemenko Perekonomian. (2025). *Pemerintah Dorong UMKM Naik Kelas, Tingkatkan Kontribusi terhadap Ekspor Indonesia*.
<https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/6152/pemerintah-dorong-umkm-naik-kelas-tingkatkan-kontribusi-terhadap-ekspor-indonesia>
- Kurli, A., Anugerah, A. D., , H., Putra, D. F., & Riady, R. (2024). Pelatihan Desain Grafis untuk Membekali Siswa SMKN 1 Kalianget Dalam Kegiatan Komunikasi Pemasaran. *Abhakte Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(1), 19–29. <https://doi.org/10.24929/abhakte.v2i1.3457>
- Kurnianto, A. (2013). Analisis Layout Surat Kabar berdasarkan Prinsip-Prinsip Desain melalui Metode Estetika Birkhoff. *Humaniora*, 4(2), 986.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i2.3540>
- Li, V. K., Ongpauco, P. A., & Rubante, J. T. (2022). The Impact of Viral Marketing Collateral on Brand Image: “#KwentongJollibee” Advertisement. *Journal of Business and Management Studies*, 4(1), 264–272. <https://doi.org/10.32996/jbms.2022.4.1.28>
- Lidiana, D., & Firmansyah, I. (2023). Peran Flyer Sebagai Media Promosi Pesta Perkawinan Cina Benteng. *Narada : Jurnal Desain dan Seni*, 10(1), 97.
<https://doi.org/10.22441/narada.2023.v10.i1.008>
- Lukitaningsih, A. (2013). Perkembangan Konsep Pemasaran: Implementasi dan Implikasinya. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, dan Entrepreneurship*, 3(1), 21. <https://doi.org/10.30588/jmp.v3i1.85>



Hak Cipta :

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

- Manuharani, N. N. (2022). *Perbandingan Efektivitas Digital Marketing Dengan Konvensional Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk UMKM (Studi Kasus: Kuta Metelu Herbal)*. <https://repository.pnb.ac.id/id/eprint/1381/>
- Marwa, F., & Mataram, S. (2026). *Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Edukasi Mengenai Gangguan Afektif Bipolar Bagi Generasi Muda*. 4. <https://journal.ittelkom-pwt.ac.id/index.php/askara/article/view/1733>
- Mendoza, M. D., Hutajulu, O. Y., Lubis, A. R., Rahmadani, R., & Astono Putri, T. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dalam Pendidikan Terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan (Jtp)*, 15(2), 68. <https://doi.org/10.24114/jtp.v15i2.39120>
- Miftahuljannah, V., & Suharso, A. (2023). Pengimplementasian Berbagai Web Berdasarkan Kebutuhan Pengguna Dengan Menggunakan Metode Systematic Literature Review. *Infotech Journal*, 9(2), 401–405. <https://doi.org/10.31949/infotech.v9i2.6341>
- Mika, A. (2025). *Brand Collateral Types*. <https://www.ramotion.com/blog/brand-collateral/>
- Milyane, T. M., Djuwita, A., Astuti, S. W., Gathan, M., & Firdaus, M. H. (2024). Pelatihan Literasi Media Digital Sebagai Upaya Marketing Digital Pada TK Insan Mandiri. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Indonesia*, 4(2), 369–374. <https://doi.org/10.52436/1.jpmi.2403>
- 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>
- Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>
- Moonik, N., & Pomantow, W. G. (2023). *Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop*. 5. https://jurnal.polimdo.ac.id/index.php/mabp/article/download/737/485?_



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

_cf_chl_tk=hRzF.w4YgFAIktcG_KOwDi8lc.D1_V0nz5bMs4Njg80-1784462034-1.0.1.1-

3M8GOINXmew6l7wb55ON4sScDxfpxf58jYpq8ZE4jtM

Muhammad Toriq Hersono, Halimatus Sa'diyah, Siti Musarofah, Maria Arista Ulfa, & Mohammad Fahmi Yusuf. (2023). Strategi Pemasaran Konvensional Pada Usaha Mikro dan Menengah Nata De Coco di Era Digitalisasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 1(3), 380–388. <https://doi.org/10.61722/jiem.v1i3.2592>

Nugroho, A., Florina, I. D., & Edy, S. (2024). Menggali Strategi Visual dan Naratif @tokomerekah dalam Membangun Brand Identitas di Instagram. *Journal of Education Research*, 5(3), 3158–3169. <https://doi.org/10.37985/jer.v5i3.1489>

Nurlinda Sari, Risky Laras Syari, Rio, Humairo, & Abdul Pandi. (2025). Strategi Pemasaran yang Efektif untuk UMKM di Era Digital. *Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sosial*, 4(1), 21–29. <https://doi.org/10.58540/jipsi.v4i1.787>

Panguriseng, A. A., & Nur, I. (2022). Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. 1(1). <https://www.journal.stieamsir.ac.id/index.php/abrj/article/view/151>

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>

Qadri, R. A., & Ana, A. (2024). Mengembangkan Strategi Promosi Dan Brand Image Pada Umkm Kristin Florist. *Social Engagement: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 9–17. <https://doi.org/10.37253/se.v3i1.10026>

Rahmawati, A. (2022). Meningkatkan Keaktifan Dan Kerja Sama Kelompok Siswa Menggunakan Teknik eMeLGr Dalam Membandingkan Dan Menyusun



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

- Greeting Card. *Padma Sari: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(01), 11–18.
<https://doi.org/10.53977/ps.v2i01.473>
- Roslan, A., & Bakar, S. (2019). *Contemporary Colours in Artwork Warna Kontemporari Dalam Karya Seni*. 4(2).
<https://idealogyjournal.com/ojs/index.php/idealogy/article/view/143>
- RRI. (2024). *Peluang Bisnis Florist yang Menjanjikan*.
<http://rri.co.id/bisnis/944939/peluang-bisnis-florist-yang-menjanjikan>
- Saptodewo, F. (2014). *Desain Infografis Sebagai Penyajian Data Menarik*. 1(3).
https://journal.lppmunindra.ac.id/index.php/Jurnal_Desain/article/view/563
- Seran, R. B., Sundari, E., & Fadhila, M. (2023). *Strategi Pemasaran yang Unik: Mengoptimalkan Kreativitas dalam Menarik Perhatian Konsumen*.
<https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/mirai/article/view/4054>
- Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1).
<https://journal.iaisambas.ac.id/index.php/Syiar/article/view/3739>
- Siregar, F. M., Panggabea, S., & Simanjuntak, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Brosur terhadap Kemampuan Siswa Menulis Teks Prosedur Kelas XI SMA Swasta Hosana Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13587–13604. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4476>
- Soedewi, S. (2022). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan Website Umkm Kiriuhuci. *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 17. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.5378>
- Suyasa, I. M., & Sedana, I. N. (2020). Mempertahankan Eksistensi Media Cetak Di Tengah Gempuran Media Online. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 56–64. <https://doi.org/10.54895/jkb.v1i1.314>
- Usanti, T. P., Sujatmiko, A., & Kurniawan, A. (2024). Trademark Rights as Credit Collateral to Strengthen the Self-Reliance of Msmes. *Journal of Social Sciences and Humanities*, 12–24. <https://doi.org/10.56943/jssh.v3i2.534>



© 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

- Widjaja, W., Muhamad Syahril, L., Sudi, M., & Hamidah, E. (2023). Pelatihan Strategi Komunikasi Pemasaran Online dalam Meningkatkan Brand Awareness di UMKM. *Sabajaya Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(3), 180–187. <https://doi.org/10.59561/sabajaya.v1i3.66>
- Widyanti, I. N. (2024). The Influence of Liquid Collateral Types and Credit Processes Through Digital Marketing On Customer Decisions To Take Cash Collateral Credit at Bank ABC. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 5(3), 1066–1078. <https://doi.org/10.59141/jist.v5i3.981>
- Witabora, J. (2012). Peran dan Perkembangan Ilustrasi. *Humaniora*, 3(2), 659. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v3i2.3410>
- Yully C, M., & Hernadi Moorcy, N. (2023). Strategi Pemasaran Umkm Dalam Pemanfaatan Digital Marketing Umkm Dalam Bidang Perabot Rumah Tangga Di Desa Kampung Baru Kabupaten Tanah Bumbu. *Jurnal GeoEkonomi*, 14(2), 177–186. <https://doi.org/10.36277/geoekonomi.v14i2.278>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN



© 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 1 TRANSKRIP WAWANCARA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Hari dan Tanggal : 16 November 2025
Narasumber : Citra Anggraini Setiawan
Jabatan : Owner Bohoma Blooms
Lokasi Wawancara : Lebak Bulus, Jakarta Selatan



1. Bisa diceritakan bagaimana awal mula berdirinya Bohoma Blooms?

Jawaban : Berawal dari hobi emang suka beli bunga, tapi gak sesuai dengan keinginan. Dan akhirnya nyoba beli bunga dan merangkai sendiri. Kemudian dari kecil aku sudah lihat pekerjaan mama ku sebagai florist. Dari sana sudah ada keinginan untuk buka usaha sendiri. Sebelumnya pernah mengikuti kelas merangkai bunga dan makin tertarik sejak saat itu, dan akhirnya mulai mencari tahu tentang bunga lalu perlahan mulai menerima orderan online awalnya dari teman-teman terdekat. Setelah itu baru berani untuk membuka orderan secara publik di tahun 2024 akhir setelah mengikuti kelas merangkai.

2. Apa saja kriteria bunga yang dijual di Bohoma Blooms dan bagaimana kualitasnya?

Jawaban : Kriteria bunga yang dijual itu bunga nya colorful, simpel, dan harum karena ada beberapa bunga yang tidak harum. Untuk kualitas kita berikan yang terbaik seperti bunga yang fresh, tidak mudah terkena hama, tidak cepat layu.

3. Siapa target pasar utama dari Bohoma Blooms?

Jawaban : Targetnya middle up karena mengutamakan bunga-bunga dengan kualitas yang terbaik dan juga harganya sesuai dengan kualitas bunga itu sendiri. Rata-rata yang beli sekitar umur 20 keatas biasanya untuk kado untuk teman atau yang sudah berkeluarga biasanya memesan yang tidak dirangkai karena akan dirangkai sendiri dirumah untuk pajangan

4. Bagaimana kondisi saat memproduksi bunga-bunga tersebut selama ini?

Jawaban : Selama ini masih mengerjakan sendiri dan belum perlu bantuan orang lain karena orderan tidak sebanyak itu jadi masih bisa handle seorang diri, untuk Instagram aku yang pegang dan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

nomer whatsapp aku ada admin nya sendiri. Biasanya pake admin untuk handle biaya dan pengiriman

Apa bunga yang best seller di Bohoma Blooms?

Jawaban : Bunga chrysanthemum, bunga lily, bunga anggrek bulan, bunga mawar putih, sama bunga sedap malam. Biasa orang beli bunga-bunga tersebut untuk dipajang karena mereka tahan lama

Apakah ada tantangan terkait media promosi yang saat ini digunakan?

Jawaban : Iya, terutama di konten karena aku tidak bisa sesering itu bikin konten. Masih membutuhkan ide-ide bagaimana caranya untuk mempromosikan bunga-bunga ini di media sosial. Butuh banyak pengembangan di media sosial karena penjualan masih dilakukan secara online

Media promosi seperti apa yang dirasa paling dibutuhkan saat ini?

Jawaban : Mediana untuk sekarang butuh greeting card, thank you card, desain katalog digital, dan konten instagram

Transkrip Hasil Testing

Hari dan Tanggal : 18 Juni 2026

Narasumber : Nayya

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

1. **Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?**

Jawaban : udah cukup terlihat mulai dari katalog, *flyer*, dan di media lain udah cukup terbaca mau itu teks nya kecil juga masih terlihat jelas.

2. **Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?**

Jawaban : sudah cukup jelas apalagi di media katalog itu poin utamanya kan tentang bunga ya, dan pas banget disini ada penyajian informasi di tiap bunga tuh cocoknya buat apa aja dan cara perawatannya kayak gimana, di flyer pun juga kita paham kalo Bohoma Blooms ini tuh bisa kustom buket dan bunganya gak cuma dijadiin hadiah aja, bisa dijadiin dekorasi dirumah juga dan buat mesen juga udah dicantumin nomer pemesanannya.

3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**

Jawaban : bunga-bunganya sih, bagus semua keliatannya apalagi yang bagian buket bunga itu cantik banget rangkaiannya. Abis itu baru tulisannya, kayak nunjukin kalo ini tuh katalog florist karena covernya udah bunga-bunga, di flyernya juga keliatan kalo ini tuh yang punya florist.

4. **Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?**

Jawaban : udah cocok warnanya dan keliatan jelas buat dibaca, yang di flyer juga cocok warnanya. Cuma yang di x-banner mungkin teksnya terlalu kebawah dan warna teksnya juga ga keliatan karena dibelakangnya juga warna nya hampir sama.



© 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

5. **Apakah desain sudah sesuai dengan *tone and manner*? (premium, elegan, fresh)**
Jawaban : udah pas banget apalagi desain buat feeds di instagram, keliatan kalo ini tuh florist yang menyajikan bunga-bunga premium yang fresh terus elegannya keliatan di hasil rangkaiannya, buat di katalog, flyer kartu-kartu dan x-banner juga sama.
6. **Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?**
Jawaban : kalo dari aku mungkin di x-banner nya sih, buat tulisan sosial media sama nomer pemesanannya dinaikin dikit biar keliatan, kalo desain secara keseluruhan udah gaperlu diubah lagi.

Narasumber : Chita
Umur : 22 Tahun
Pekerjaan : Mahasiswa

1. **Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?**
Jawaban : sebenarnya kalo dari jauh gak begitu jelas, karena ini masih mepet-mepet banget tiap hurufnya, ini gak cuma di katalog tapi di media lain juga.
2. **Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?**
Jawaban : buat informasi tiap media udah jelas apalagi di katalog ya, lengkap banget ada rekomendasi bunga nya cocok buat apa aja sama cara perawatannya juga ada. Di flyer juga simpel tapi langsung ngerti kalo florist ini tuh pelayanannya apa aja.
3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**
Jawaban : fokus ke teks nya baru ke bunganya sih, kayak di katalog ini aku langsung baca ke judulnya baru bunganya, kalo di flyer fokus ke bunganya dulu baru teksnya, tapi kalo di banner aku fokusnya ke foto ownernya baru ke teks sama bunganya.
4. **Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?**
Jawaban : mungkin warna bodytext nya bisa lebih gelap lagi, sama di x-banner juga bisa disesuaikan aja sama yang lain. Sisanya bisa kebaca kok.
5. **Apakah desain sudah sesuai dengan *tone and manner*? (premium, elegan, fresh)**
Jawaban : keliatan sih, aku fokusnya ke cover katalog karena bagus dan cocok sama karakter si florist ini. Keliatan fresh aja menurut ku, pemilihan foto bunganya juga pas sama florist ini.
6. **Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?**
Jawaban : mungkin tiap teks bisa di renggangin ya huruf-hurufnya biar enak dibaca kalo dari jauh, buat desain keseluruhan udah oke jadi yang diubah jarak tiap huruf aja.

Narasumber : Citra
Umur : 45 Tahun
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga



© 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

1. **Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?**
Jawaban : bisa dibaca cuma kayaknya ini teksnya mepet banget ya? maksudnya tiap hurufnya dempetan banget. Takutnya kalo dibaca dari jauh gak keliatan apalagi sama yang udah tua gitu.
2. **Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?**
Jawaban : sangat mudah dipahami karena ini detail banget saya suka, dari katalog sampe ke x-banner udah sangat jelas.
3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**
Jawaban : foto produk baru ke teks-teksnya, suka deh liat foto-foto produknya keliatan fresh banget sama warnanya beragam. Tapi desain semua media juga bagus dan cocok sama si floristnya ini, karena menurut saya bunga tuh identik dengan perempuan ya jadi warna-warnanya juga udah mewakili.
4. **Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?**
Jawaban : ini emang beda-beda ya warna teksnya tiap media? tapi overall cocok-cocok aja sih dan masih keliatan, tapi ini di x-banner sosmed sama nomernya kurang keliatan, coba di naikin ke atas sedikit aja biar keliatan.
5. **Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)**
Jawaban : sudah sesuai banget, dan kalo bisa ada satu warna utama yang jadi karakteristik dari florist ini. Kalo dari kata kuncinya sih udah keliatan ya elegannya dari font nya, terus foto bunga nya yang nunjukkin kalo kualitas bunga mereka premium dan segar-segar.
6. **Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?**
Jawaban : foto yang di flyer itu menurut saya backgroundnya gelap dan gak cocok sama warna-warna yang ada di dalam desain, jadi ganti ya fotonya sama background yang lebih terang biar cocok.

Narasumber : Diana
Umur : 41 Tahun
Pekerjaan : Karyawan Swasta

1. **Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?**
Jawaban : bisa dibaca dengan mudah, besar kecilnya juga sesuai di tiap media seperti di katalog, flyer, greeting card thankyou card juga.
2. **Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?**
Jawaban : sudah cukup paham sama informasi yang ada di tiap media, katalog lengkap sekali jadi gak perlu bingung mau beli bunga yang mana.
3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**
Jawaban : foto-foto produknya baru teks-teksnya, namanya juga florist ya jadi yang ditampilkan pasti foto produknya dulu.



© 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. Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?

Jawaban : sudah cocok kok warna-warna teksnya, terlihat jelas juga. Cuma di x-banner yang sosmed sama nomernya terlalu kebawah dan warnanya agak gelap jadi gak begitu keliatan.

5. Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)

Jawaban : sudah sesuai dengan Bohoma Blooms, semua desain warnanya nyatu jadi orang-orang bisa langsung kenal kalo ini tuh punya Bohoma Blooms.

6. Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?

Jawaban : tulisan di x-banner diperjelas lagi tadi sudah bilang, sisanya tidak perlu di ubah.

Narasumber : Nurul

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta

1. Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?

Jawaban : teks-teksnya masih terlalu mepet kalo dari jauh gak cukup jelas liatnya.

2. Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?

Jawaban : sudah cukup jelas informasi yang disampaikan tiap media.

3. Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?

Jawaban : fotonya dulu baru teksnya, kalo diliat lagi ternyata ada ilustrasi bunga ya di katalognya tapi gak terlalu nonjol jadi tetep fokusnya ke teks sama foto produk.

4. Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?

Jawaban : sudah cocok semua warnanya, enak dilihatnya.

5. Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)

Jawaban : sesuai, kalo premium mungkin dari produknya ya baru fresh lebih ke warnanya, elegan masuknya ke font yang dipake sih.

6. Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?

Jawaban : cari font yang lebih sesuai sama kata elegan dan teks tiap kalimat di renggangin biar lebih jelas buat dibaca.

Narasumber : Cita

Umur : 35 Tahun

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

1. Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?

Jawaban : teks-teksnya masih mepet ini jadi dari jauh gak jelas liatnya.

2. Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?



© 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

Jawaban : sudah jelas semua untuk informasinya, lengkap sekali di bagian katalog.

3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**

Jawaban : fotonya dulu, saya karena suka bunga jadi fokusnya ke bunganya dulu. Sebenarnya bisa aja langsung liat ke teks sama foto tapi foto lebih dominan sih.

4. **Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?**

Jawaban : terlihat cukup jelas tapi karena terlalu mepet kali ya jarak kalimatnya jadi masih kurang aja menurut saya.

5. **Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)**

Jawaban : sesuai karena saya sendiri udah langganan ya sama Bohoma Blooms jadi tau kalo kualitas mereka gaperlu diragukan lagi, apalagi dibikin media-media kayak gini jadi makin bagus image nya.

6. **Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?**

Jawaban : teksnya diregangin ya, sama kalo boleh fontnya diganti karena kayaknya dari karakter fontnya mungkin jadi kurang jelas dan mepet-mepet.

Narasumber : Wulan

Umur : 21 Tahun

Pekerjaan : Mahasiswa

1. **Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?**

Jawaban : teksnya masih mepet-mepet kak, kalo diliat dari dekat keliatan mepetnya.

2. **Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?**

Jawaban : paham dan lengkap walaupun di flyer isinya singkat tapi bisa langsung ngerti pelayanannya apa.

3. **Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?**

Jawaban : baca teksnya dulu baru fotonya.

4. **Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?**

Jawaban : sudah jelas tapi karena mepetnya itu kak jadi kurang jelas.

5. **Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)**

Jawaban : udah cocok kak, milih warnanya juga pas sama karakter floristnya.

6. **Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?**

Jawaban : teksnya sih kak boleh diregangin biar lebih jelas.

Narasumber : Nanda

Umur : 25 Tahun

Pekerjaan : Karyawan Swasta



© 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

1. Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?

Jawaban : teksnya mepet banget jadi agak bingung bacanya, kalo penempatan udah pas disitu.

2. Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?

Jawaban : paham sih, di flyer terlalu singkat tapi gapapa karena ini flyer juga dan fokusnya pasti di foto produknya.

3. Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?

Jawaban : foto bunganya rata-rata, itu juga buat nunjukkin kalo dia emang jualan bunga. Abis foto baru ke teksnya.

4. Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?

Jawaban : jelas kok tapi balik lagi ke yang pertama sih, apa karena font nya ya jadinya mepet?

5. Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)

Jawaban : sudah sesuai ya, gak perlu diubah lagi desainnya udah cocok.

6. Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?

Jawaban : ganti font coba ya, terus bandingin apa bener font yang pertama ini mepet banget keliatannya. Usahain pake fontnya dua jenis ya, yang bisa dibaca sama yang emang buat judul.

Narasumber : Iffa

Umur : 40 Tahun

Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga

1. Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?

Jawaban : jelas gak jelas sih ini, bingung jelasinnya. Terlalu mepet ini huruf-hurufnya.

2. Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?

Jawaban : sangat mudah dipahami dan tiap media juga penyampaiannya pas.

3. Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?

Jawaban : foto bunganya baru teks, karena poin utamanya juga buat mempromosikan produknya.

4. Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?

Jawaban : jelas cuma masih mepet-mepet aja.

5. Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)

Jawaban : sudah sesuai, saya juga kepikiran kalo Bohoma Blooms emang cocoknya warna pink.

6. Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?

Jawaban : ganti font aja ya sama ini foto ownernya kenapa agak gelap ya di x-banner, diganti juga fotonya.



© 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

Narasumber : Siti
Umur : 32 Tahun
Pekerjaan : Karyawan Swasta

1. Apakah tulisan pada tiap desain mudah dibaca? atau tulisan sulit dibaca dan kurang jelas?
 Jawaban : mudah dibaca di tiap kalimat.
2. Apakah anda mudah memahami informasi pada tiap media?
 Jawaban : udah paham sama informasi tiap media.
3. Apa yang pertama kali anda lihat di dalam desain? Lalu setelahnya apa yang dilihat?
 Jawaban : foto produk yang pertama dilihat baru teksnya.
4. Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat dengan jelas?
 Jawaban : sudah cukup jelas.
5. Apakah desain sudah sesuai dengan tone and manner? (premium, elegan, fresh)
 Jawaban : sudah sesuai dengan Bohoma Blooms.
6. Apa yang harus diperbaiki agar desain lebih menarik?
 Jawaban : desain tidak perlu di ubah, coba buat eksplorasi font lagi biar keliatan jelas.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN 2 TRANSKRIP KUISIONER



© 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



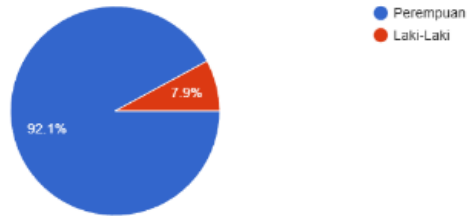
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

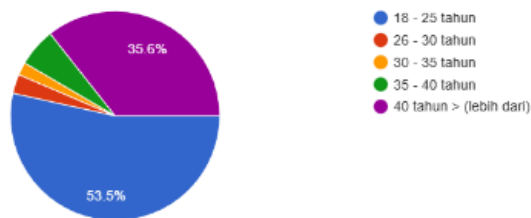
Jenis Kelamin
101 responses

[Copy chart](#)



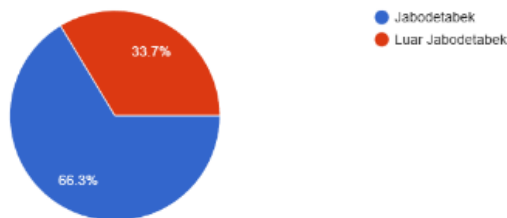
Usia
101 responses

[Copy chart](#)



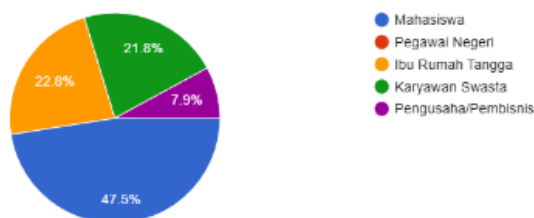
Domisili
101 responses

[Copy chart](#)



Pekerjaan
101 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

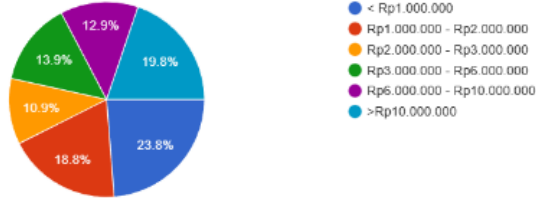
Hak Cipta :

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

Pendapatan Perbulan

101 responses

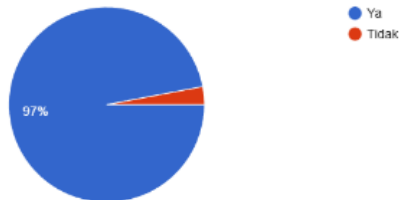
[Copy chart](#)



Apakah Anda menyukai bunga?

101 responses

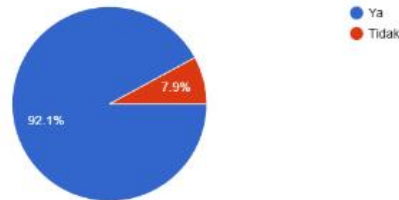
[Copy chart](#)



Apakah Anda pernah membeli bunga?

101 responses

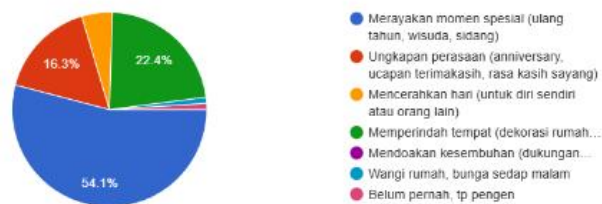
[Copy chart](#)



Jika pernah, untuk apa Anda membeli bunga tersebut?

98 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dimana Anda biasanya membeli bunga? (bisa disebutkan nama toko nya)

85 responses

Toko bunga
Bohoma blooms
Toko Bunga
Online
Online
Toko bunga Sekar jagad
online shop & toko bunga pinggir jalan
Toko yang ada aja
Gak ada nama...

Dari mana Anda mendapat info tentang toko bunga?

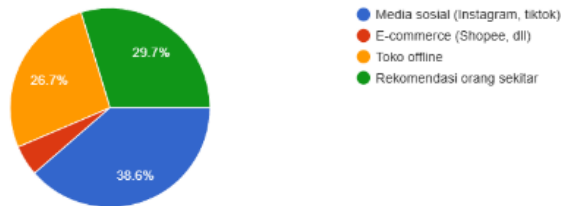
101 responses

[Copy chart](#)

Dari mana Anda mendapat info tentang toko bunga?

101 responses

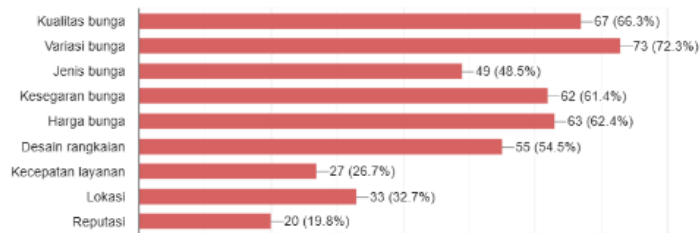
[Copy chart](#)



Faktor apa yang paling menentukan kualitas sebuah toko bunga?

101 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

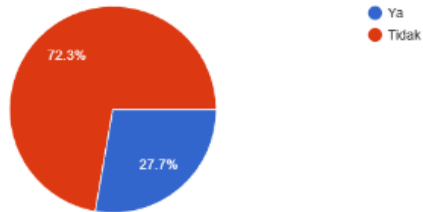
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Marketing Collateral pada Bohoma Blooms

Apakah Anda pernah mendengar tentang Bohoma Blooms?

[Copy chart](#)

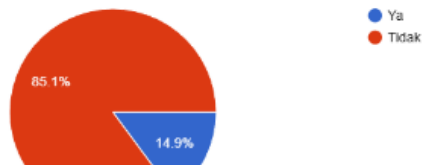
101 responses



Jika pernah, apakah Anda pernah membeli produk Bohoma Blooms?

[Copy chart](#)

101 responses



Apa yang Anda inginkan/butuhkan pada saat membeli bunga?

100 responses

- Harga
- Kesegaran & aneka jenis bunga
- Rangkaian yang menarik
- rangkaian bunga
- Flower arrangement yang cantik
- Keindahan keharuman
- Jenis bunga dan bentuk rangkaian nya
- desain yg bagus
- Pricelist dan gambar real nya

Media promosi apa yang paling menarik bagi Anda hingga membuat Anda ingin

[Copy chart](#)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

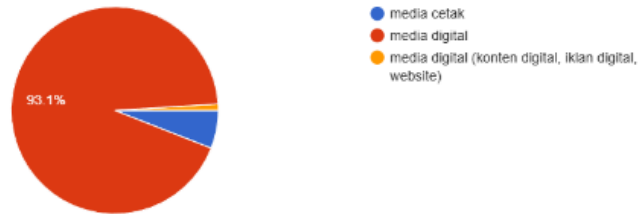
Hak Cipta :

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

Media promosi apa yang paling menarik bagi Anda hingga membuat Anda ingin mengunjungi sebuah toko bunga?

[Copy chart](#)

101 responses



Media mana yang paling mempengaruhi Anda untuk membeli bunga? (contoh: brosur, poster, konten media sosial)

[Copy chart](#)

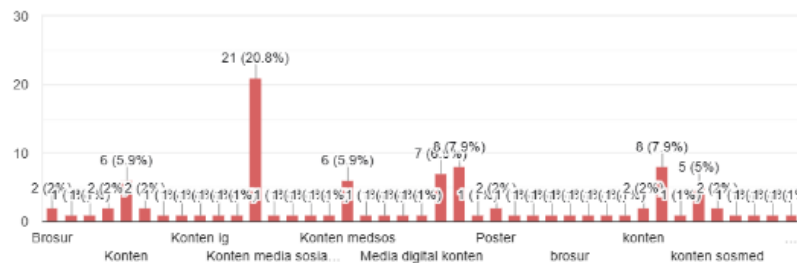
101 responses



Media mana yang paling mempengaruhi Anda untuk membeli bunga? (contoh: brosur, poster, konten media sosial)

[Copy chart](#)

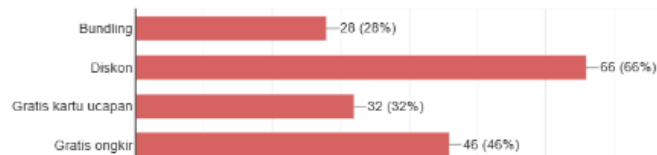
101 responses



Promosi seperti apa yang menurut Anda paling efektif?

[Copy chart](#)

100 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

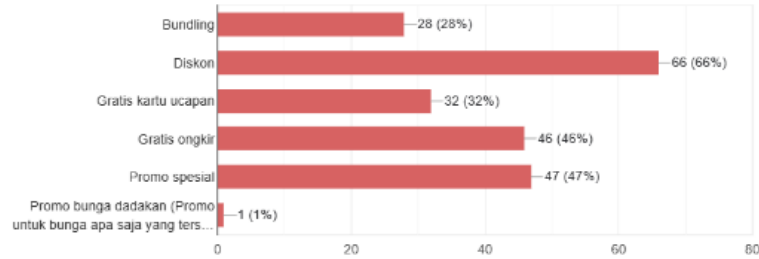
Hak Cipta :

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

Promosi seperti apa yang menurut Anda paling efektif?

[Copy chart](#)

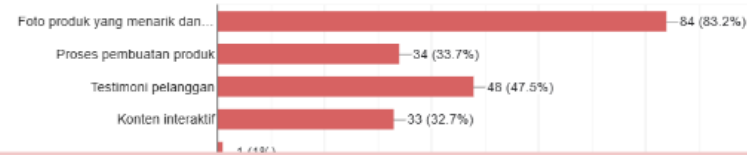
100 responses



Jenis konten apa yang menurut Anda paling menarik perhatian dalam promosi produk?

[Copy chart](#)

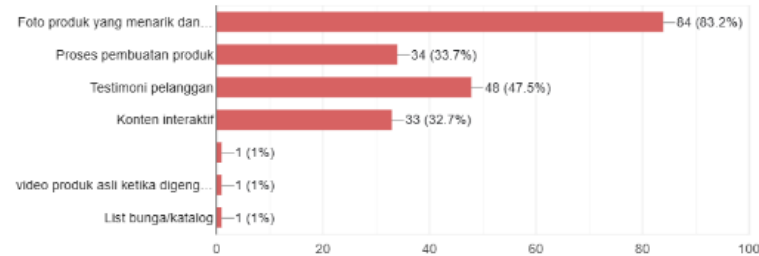
101 responses



Jenis konten apa yang menurut Anda paling menarik perhatian dalam promosi produk?

[Copy chart](#)

101 responses



Informasi apa yang Anda perhatikan saat membeli bunga?

[Copy chart](#)

101 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

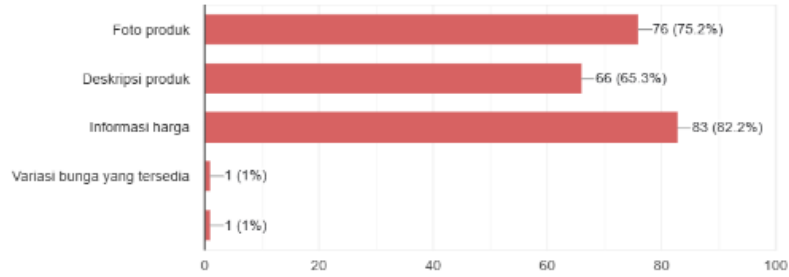
Hak Cipta :

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

Informasi apa yang Anda perhatikan saat membeli bunga?

[Copy chart](#)

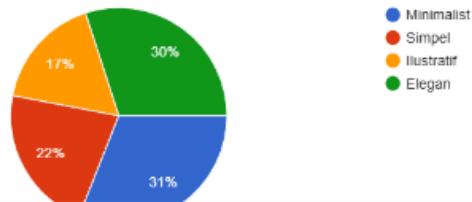
101 responses



Desain media promosi seperti apa yang menarik perhatian Anda?

[Copy chart](#)

100 responses



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 3 DOKUMENTASI RISET



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



A

LAMPIRAN 4 LOGBOOK BIMBINGAN



© 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



© 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

Logbook Penelitian Najmah Salsabila_...

Edited Oct 7 Share ☆ ...

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1			September 22, 2025		
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	October 7, 2025	Ganti jadi media promosi	
Bimbingan ke-3	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	October 30, 2025	Lanjutin Bab 2	
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Kerangka teori Penulisan Bab 2 Metode Penelitian	November 20, 2025	Bab 2 tambahkan beberapa, bab 3 lanjutin, kuisisioner ganti pertanyaan	
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Mencari data consumer insight Product Knowledge Analisis kompetitor Target Audience Analisis consumer	November 27, 2025	ganti penjelasan prinsip dan jenis layout	

Logbook Penelitian Najmah Salsabila_...

Edited Oct 7 Share ☆ ...

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
	Perancangan	Product Knowledge Analisis kompetitor Target Audience Analisis consumer insight Profil Klien			
Bimbingan ke-6	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Analisis Positioning Analisis SWOT Creative Brief	December 4, 2025	ganti penjelasan teknik fotografi produk	
Bimbingan ke-7	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Creative Brief Analisis SWOT	December 11, 2025	penjelasan hasil analisis SWOT dipersingkat	
Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT	December 16, 2025	sudah di acc	

+ New page



Logbook Penelitian Najmah Salsabila_...

AX Translate to English Share ☆ ...

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-11	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		April 7, 2026	Bagian warna di moodboard di revisi	
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		May 12, 2026	Revisi sketsa katalog dan flyer, tambah sketsa x banner	
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		May 29, 2026	Lanjut digitalisasi buat testing	
Bimk OPEN 14	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		June 12, 2026	Revisi desain	
Bimbingan ke-15	Bab 4 Hasil dan Pembahasan		June 26, 2026	Ganti font dan revisi keterbacaan teks	
Bimbingan ke-16	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Bab 5 Penutup		July 1, 2026	Rapihin urutan sub bab, penambahan foto di prinsip desain, simpulan dan saran dikurangi dan ditambah	
Bimbingan ke-17	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Bab 5 Penutup		July 3, 2026	revisi minor	

LAMPIRAN 5 HASIL CEK PLAGIARISME



© 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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Similarity Report ID: oid:3618:144714828

PAPER NAME
PROPOSAL TUGAS AKHIR NAJMAH SAL SABILA DG8D.pdf

WORD COUNT 21355 Words	CHARACTER COUNT 140219 Characters
PAGE COUNT 130 Pages	FILE SIZE 1.3MB
SUBMISSION DATE Jul 2, 2026 9:18 AM GMT+7	REPORT DATE Jul 2, 2026 9:20 AM GMT+7

● **14% Overall Similarity**

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

- 14% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

JAKARTA

LAMPIRAN 6 DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



NAJMAH SALSABILA

najmahsalsabila12@gmail.com | (+62) 81298342084 |
 linkedin.com/in/najmah-salsabila-45197724b | DKI Jakarta

PROFIL

Mahasiswa aktif program studi Desain Grafis dari Politeknik Negeri Jakarta yang memiliki kemampuan untuk memberikan beragam inspirasi ke dalam sebuah proyek desain seperti pembuatan poster, sosial media, desain kemasan, media promosi, dan videografi, ahli di bidang copywriting, dan penyusunan konten dalam sebuah proyek desain. Kemampuan ini diperoleh dari pengalaman dalam mengikuti proyek dan kepanitiaan. Memiliki keinginan untuk mengembangkan kemampuan di bidang desain.

PENDIDIKAN

Politeknik Negeri Jakarta
 D4-Desain Grafis 2022 - Sekarang

SMA Negeri 3 Kota Bekasi
 Ilmu Pengetahuan Sosial 2019 - 2022

PENGALAMAN KERJA

Ditini Communication
 Graphic Design Intern Feb - Jun 2025

Learning With Us
 Graphic Design Intern Sep 2025 - Mar 2026

PENGALAMAN PROYEK

UMKM kacang bangkok Neng Kribo Mar 2023 - Jul 2023

- Membuat desain label kemasan
- Mengoperasikan kamera untuk fotografi pada produk dengan menggunakan label kemasan
- Mendokumentasikan seluruh rangkaian pembuatan label kemasan
- Mengedit video untuk laporan hasil akhir proyek desain

UMKM Yesya Frita Okt 2023 - Jan 2024

- Bertanggung jawab sebagai ketua proyek desain kemasan dengan memberikan arahan kepada anggota
- Membuat struktur dan desain kemasan sesuai brief yang diberikan
- Mendokumentasikan seluruh rangkaian pembuatan kemasan
- Mengedit video untuk laporan hasil akhir proyek desain

UMKM Zee Collection Apr 2024 - Jul 2024

- Berkommunikasi dengan klien dan mendiskusikan brief desain
- Merancang ide dan branding desain untuk buku brand profile klien
- Mengoperasikan kamera untuk fotografi pada produk klien untuk dimasukkan ke dalam buku
- Mendokumentasikan seluruh rangkaian pembuatan buku brand profile

Pangseats

- Merancang ide dan visual desain branding untuk produk Pangseats
- Membuat content plan untuk branding sosial media Pangseats
- Membuat copywriting dan caption untuk postingan sosial media Pangseats
- Mendokumentasikan seluruh rangkaian pembuatan brand
- Mengedit video untuk laporan hasil akhir proyek desain

Sep 2024 - Dec 2024

KEPANITIAAN

MAPNG TOP

- Membuat BC (Broadcast) sebagai media informasi bagi para mahasiswa baru
- Membuat caption untuk postingan sosial media
- Mendata para mahasiswa baru terkait keikutsertaan nya pada kegiatan

Aug 2023 - Okt 2023

CRAFT

Divisi Publikasi

- Memberi ide kreatif dalam pembuatan konten lomba
- Menarik peserta lomba dengan konten yang ramai di media sosial
- Mendokumentasikan rangkaian persiapan lomba
- Menerapkan live report di sosial media selama lomba berlangsung

Apr 2024 - Jul 2024

KEMAMPUAN

Hard Skill

- Adobe Illustrator, Photoshop, Canva
- Capcut, VN
- Copywriting, Content Planner, Content Creator
- English (TOEIC, score 735)

Soft Skill

- Dapat bekerja sama dalam sebuah proyek dan bisa berkomunikasi dengan baik
- Memiliki kreativitas dalam menciptakan ide-ide baru yang inovatif dan kreatif
- Manajemen waktu yang baik sehingga dapat menyelesaikan jobdesc dengan tepat waktu

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA