



© 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* PADA *QUINN COFFEE* UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

Nyoman Rangga Ardyanta
2206421099

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Collateral Pada Quinn
Coffee Untuk Meningkatkan Citra Brand
Penulis : Nyoman Rangga Ardiyanta
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.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, 2 juni 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si
NIP. 199509212022032014



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL PADA
QUINN COFFEE UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND

Oleh:

Nyoman Rangga Ardiyanta
2206421099

Disahkan:

Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

Penguji II

Anggi Anggarini, M.Ds.
NIP. 198503162010122002

Ardyta Praviyasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Ketua Program Studi

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

Ketua Jurusan

Teknik Penerbitan Penerbitan



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



© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL* PADA QUINN COFFEE UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND

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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 08 Juli 2026
Yang menyatakan,



Nyoman Rangga Ardiyanta
2206421099



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

Quinn Coffee, sebuah coffee shop yang memiliki berbagai menu bervariasi yang berdiri sejak tahun 2022, hadir di tengah fenomena tersebut dengan mengusung konsep friendly, tempat yang mungil, dan estetik. Quinn Coffee menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang homey dan estetik melalui penyampaian visual yang kuat serta konsisten. Tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah merancang marketing collateral bagi brand Quinn Coffee sebagai media promosi yang efektif dan konsisten. Metode penelitian yang digunakan bersifat *mix method*, yaitu pendekatan yang mengkombinasikan metode kualitatif dan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Sementara itu, proses perancangan desain menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* untuk menghasilkan solusi desain yang berorientasi pada kebutuhan pengguna. Hasil penelitian berupa perancangan berbagai media *marketing collateral* yang berhasil menciptakan tampilan visual yang terintegrasi dan konsisten, sehingga mampu merepresentasikan citra Quinn Coffee yang homey dan estetik. Konsep visual dikembangkan secara modern dengan menekankan visual fotografi serta penambahan elemen grafis berupa ilustrasi akar sebagai identitas visual yang memperkuat karakter merek. Diharapkan, hasil perancangan ini dapat menjadi media promosi yang memperkuat citra merek secara konsisten di masyarakat serta mendukung peningkatan penjualan melalui strategi komunikasi visual yang efektif.

Kata kunci: Marketing Collateral, Media Promosi, Coffee Shop, Brand Image.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Quinn Coffee, a coffee shop established in 2022, offers a wide variety of beverage and food menu items while embracing a friendly, cozy, and aesthetic concept. The brand faces challenges in building a homey and aesthetic brand image through strong and consistent visual communication. This final project aims to design marketing collateral for Quinn Coffee as an effective and consistent promotional medium. The research employed a mixed-method approach, combining qualitative and quantitative methods through interviews, observations, questionnaires, and literature studies. Meanwhile, the design process adopted the Design Thinking method, consisting of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test, to develop user-centered design solutions. The results of this study are a series of marketing collateral designs that successfully create an integrated and consistent visual appearance, effectively representing Quinn Coffee's homey and aesthetic brand image. The visual concept was developed using a modern approach that emphasizes photography and incorporates root illustrations as graphic elements to strengthen the brand's visual identity. It is expected that the resulting marketing collateral will serve as an effective promotional medium to consistently strengthen the brand image among the public while supporting increased sales through an effective visual communication strategy.

Keywords: *Marketing Collateral, Promotional Media, Coffee Shop, Brand Image.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas selesainya Tugas Akhir berjudul “PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL PADA QUINN COFFEE UNTUK MENINGKATKAN CITRA BRAND”. Laporan ini disusun sebagai syarat kelulusan Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa kelancaran penyusunan laporan ini tidak lepas dari dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya, terutama kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkanain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Nabila Fajrina, M.I.KOM selaku Dosen Pembimbing Materi dan Teknis Politeknik Negeri Jakarta.
5. Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds. M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik negeri Jakarta.
6. Seluruh Dosen Pengampu mata kuliah Program studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan beserta arahan pada perkuliahan di 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

7. Rian Beni selaku Owner Quinn Coffee yang telah memberikan kepercayaan dalam topik Tugas Akhir yang telah diangkat ini.

8. Keluarga tercinta, yang senantiasa memberikan dukungan moril, materiel, dan doa yang tiada henti.

9. Sahabat dan rekan-rekan seperjuangan di program studi Desain Grafis angkatan 2022 yang telah memberikan semangat dan menjadi teman diskusi yang baik.

Depok, 19 Desember 2025

Nyomanangga Ardyanta

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	2
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	2
LEMBAR PENGESAHAN.....	3
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	4
ABSTRAK.....	5
ABSTRACT.....	6
PRAKATA.....	7
DAFTAR ISI.....	9
DAFTAR GAMBAR.....	11
DAFTAR TABEL.....	12
DAFTAR LAMPIRAN.....	13
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan & Manfaat.....	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	6
LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Promosi.....	7
2.1.1 Fungsi Promosi.....	8
2.1.2 Jenis-Jenis Media Promosi.....	9
2.2 Marketing Collateral.....	12
2.3 Marketing.....	12
2.4 Warna.....	13
2.5 Tipografi.....	17
2.5.1 Jenis-Jenis Tipografi.....	18
2.5.2 Prinsip Tipografi.....	19
2.6 Gambar.....	20
2.7 Layout.....	22
2.8 Prinsip Desain.....	23
2.8.1 Balance.....	23
2.8.2 Emphasis.....	24



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2.8.3 Hierarchy.....	24
2.8.4 Unity.....	25
2.9 Design Thinking.....	25
BAB III.....	29
METODE PERANCANGAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Data dan Analisis.....	31
3.2.1 Profil Klien.....	32
3.2.2 Product Knowledge.....	34
3.2.3 Target Audience.....	34
3.2.4 Kompetitor.....	36
3.2.6 Analisis SWOT.....	45
BAB IV.....	50
4.1 Konsep Visual.....	50
4.1.1 Mind Map.....	51
4.1.2 Moodboard.....	52
4.2 Proses Desain.....	52
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	53
4.2.2 Sketsa Manual.....	54
4.2.3 Desain Komprehensif.....	56
4.2.4 Desain Terpilih.....	59
4.2.5 Prototype.....	63
4.2.6 Testing.....	65
4.2.7 Final Art Work.....	67
4.3 Marketing Collateral.....	68
4.3.1 Tripod Banner.....	68
4.3.2 Menu.....	69
4.3.3 Poster.....	70
4.3.4 Desain Sosial Media.....	71
4.4 Pertimbangan Produksi.....	72
BAB V.....	74
5.1 Simpulan.....	74
5.2 Saran.....	76
DAFTAR REFERENSI.....	77
LAMPIRAN.....	79



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.7 Monochromatic Color Scheme.....	15
Gambar 2.8 Analogous Color Scheme.....	16
Gambar 2.9 Complimentary Color Scheme.....	16
Gambar 2.10 Triadic Color Scheme.....	17
Gambar 2.11 Tetradic Color Scheme.....	17
Gambar 2.12 Serif Font.....	18
Gambar 2.13 Sans Serif Font.....	19
Gambar 2.14 Photography.....	21
Gambar 2.15 Illustration.....	22
Gambar 2.16 Design Thinking Process.....	26
Gambar 3.1 Logo Quinn Coffee.....	32
Tabel 3.1 Target Audience.....	35
Gambar 3.3 Profile Instagram Arung Coffee.....	37
Gambar 3.4 Profile Instagram Kopi Shiro.....	38
Gambar 3.5 Profile Instagram Kopi Tuku.....	39
Gambar 3.6 Profile Instagram Janji Jiwa.....	40
Gambar 3.7 Hasil Kuesioner.....	43
Table 3.2 Analisis SWOT.....	47
Table 3.3 Creative Brief.....	49
Gambar 4.1 Mind Map.....	51
Gambar 4.2 Mood Board.....	52
Gambar 4.3 Sketsa Thumbnail.....	53
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1.....	54
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2.....	55
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 3.....	56
Gambar 4.8 Desain Komprehensif A.....	57
Gambar 4.9 Desain Komprehensif B.....	58
Gambar 4.10 Desain Komprehensif C.....	59
Gambar 4.11 Desain Terpilih.....	60
Gambar 4.12 Warna.....	62
Gambar 4.13 Font Inter.....	62
Gambar 4.14 Font Redaction 35.....	63
Gambar 4.15 Mockup sosial media dan banner.....	64
Gambar 4.16 Mockup Cetak Poster dan Menu.....	64
Tabel 4.1 Kelebihan & Kekurangan Testing.....	66
Gambar 4.17 Final Art Work.....	68



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.18 Desain Tripod Banner.....	69
Gambar 4.19 Desain Menu.....	70
Gambar 4.20 Desain Poster.....	71
Gambar 4.21 Desain Sosial Media.....	71





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 TABEL

Tabel 3.1 Target Audience.....	35
Table 3.2 Analisis SWOT.....	47
Table 3.3 Creative Brief.....	49
Tabel 4.1 Kelebihan & Kekurangan Testing.....	66





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook.....	80
Lampiran 2 Transkrip Wawancara Klien.....	80
Lampiran 3 Kuesioner.....	83
Lampiran 4 Hasil Wawancara Testing.....	91
Lampiran 5 Hasil Cek Plagiarisme.....	101





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

Dalam beberapa tahun terakhir, perkembangan *coffee shop* di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat. Saat ini, *coffee shop* tidak lagi sekadar menjadi tempat untuk menikmati kopi, tetapi juga berfungsi sebagai ruang untuk bersosialisasi, bekerja, dan belajar, yang menawarkan suasana santai serta nyaman bagi para pengunjung (Azahra et al., 2024). Mengutip dari mediaindonesia.com, menurut Asosiasi Pengusaha Kopi dan Cokelat Indonesia (APKCI) jumlah kedai kopi di tanah air mencapai 10 ribu gerai yang terdiri dari merek lokal dan merek internasional. Peningkatan jumlah *coffee shop* di berbagai daerah turut berkontribusi terhadap meningkatnya minat masyarakat dalam mengonsumsi kopi dan menguatnya budaya mengonsumsi kopi di Indonesia. Seiring dengan perkembangan tren tersebut, konsumsi kopi domestik juga mengalami peningkatan menjadi 4,8 juta kantong atau 280.000 ton pada periode 2024/2025. Namun, dalam banyaknya merek *coffee shop* di tanah air tantangan berada dalam diferensiasi merek di antara banyaknya *coffee shop* serupa. Menurut (Rahmania, 2024) Agar tetap kompetitif, kedai kopi memanfaatkan iklan media sosial sekaligus membedakan diri melalui konsep interior yang khas, pengalaman pelanggan yang unik, dan sentuhan merek yang menginspirasi.

Quinn Coffee, sebuah *coffee shop* yang memiliki berbagai menu bervariasi yang berdiri sejak tahun 2022 hadir di tengah fenomena tersebut yang mengusung konsep *friendly*, tempat yang mungil dan estetik. Sebagai salah satu *coffee shop* lokal yang menjadi penantang baru di tengah persaingan *coffee shop* yang ketat, Quinn Coffee menghadapi tantangan dalam membangun citra merek yang *homey* dan juga estetik dengan penyampaian yang kuat dan juga konsisten. Karena citra merek memiliki dampak yang berarti terhadap keinginan atau niat



© 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

konsumen untuk melakukan pembelian (Ellitan et al., 2022). Namun, hasil dari observasi lapangan, Quinn Coffee belum memiliki media promosi cetak maupun digital yang komprehensif. Quinn Coffee membutuhkan strategi pemasaran yang dapat membantu meningkatkan citra merek yang kuat dan juga konsisten di masyarakat luas serta mampu mendorong peningkatan pada sektor penjualan melalui strategi komunikasi yang lebih efektif dan penyampaian nilai produk yang tepat kepada target pasar karena Quinn Coffee menghadapi sejumlah permasalahan, di antaranya belum tersedianya *signage* atau tanda pengenal yang jelas di bagian depan, serta kurangnya visualisasi produk pada menu. Kondisi ini membuat pengunjung kesulitan dalam mengenali identitas tempat maupun menentukan pilihan varian produk yang ingin dipesan. Menurut (Yapputra & Dahlan, 2024) citra merek yang kuat dan promosi penjualan yang tepat terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepercayaan konsumen serta keputusan pembelian.

Untuk mempertahankan keberlangsungan sebuah brand, para pelaku usaha baik di bidang jasa maupun barang perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efektif (Ayoga & Saputro, 2025). Salah satu strategi yang dapat digunakan yaitu *Marketing Collateral*, yaitu menggunakan berbagai media baik cetak maupun digital, seperti poster, banner, menu, dan lain-lain untuk mempromosikan brand dan menjangkau lebih banyak audiens. Dengan memanfaatkan berbagai platform digital, pelaku usaha memiliki peluang untuk memperluas jangkauan pasar mereka secara signifikan, menjangkau audiens yang lebih luas tanpa terhalang oleh batasan wilayah atau lokasi geografis (Sifwah et al., 2024). *Marketing Collateral* memiliki peran yang signifikan dalam memperkuat citra merek perusahaan serta memberikan pengaruh positif terhadap persepsi konsumen (Li et al., 2022.)

Pada penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa *Marketing Collateral* dapat digunakan untuk membangun brand awareness pada usaha makanan. Hasil tersebut dapat ditemukan pada penelitian yang dilakukan oleh (Djunaedi et al.,



© 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

2024). Namun, kajian tentang penelitian mengenai marketing collateral pada usaha *coffee shop* menengah yang di mana berfokus pada meningkatkan citra merek masih sangat terbatas. Hal ini menunjukkan adanya research gap yang perlu di isi, penelitian ini berusaha mengisi celah tersebut melalui perancangan media marketing collateral untuk Quinn Coffee dengan menggunakan metode *Design Thinking* yang diharapkan dapat menghasilkan media promosi yang dapat meningkatkan citra brand dan juga konsistensi merek.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan penjelasan tentang latar belakang, penelitian ini berfokus pada perancangan media promosi marketing collateral untuk Quinn Coffee yang bertujuan untuk meningkatkan citra brand dari Quinn Coffee diantara para coffee shop lainnya. Maka rumusan masalah pada penelitian ini dapat dilihat dalam poin-poin berikut:

1. Bagaimana proses perancangan media promosi (*Marketing Collateral*) yang efektif dan sesuai dengan identitas visual dari Quinn Coffee?
2. Bagaimana penerapan teori desain grafis pada perancangan media promosi (*Marketing Collateral*) untuk meningkatkan citra brand dari Quinn Coffee?
3. Bagaimana menerapkan hasil rancangan ke dalam media cetak (Poster, Banner, Menu) dan juga media digital (*Feeds Instagram*) agar sesuai dengan kebutuhan promosi dari Quinn Coffee?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup pembahasan dari penelitian ini berfokus pada perancangan media promosi yaitu *marketing collateral* untuk brand Quinn Coffee sebagai upaya dalam meningkatkan citra brand dan juga konsistensi merek. Perancangan



© 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

ini ditujukan pada media promosi cetak maupun digital, adapun ruang lingkup pembahasan dalam penelitian tugas akhir ini meliputi :

1. Proses perancangan media promosi (*Marketing Collateral*) untuk Quinn Coffee.
2. Perancangan ini mencakup beberapa media yaitu media digital dan juga media cetak seperti poster, lembar menu dan juga *social media post*. Dengan menggunakan metode Design Thinking.
3. Proses penerapan desain pada berbagai media marketing collateral seperti poster, menu, banner dan juga *feeds instagram* sesuai dengan kebutuhan Quinn Coffee

1.4 Tujuan & Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dan manfaat dari penelitian tugas akhir ini, yaitu :

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Melakukan proses perancangan *marketing collateral* untuk brand Quinn Coffee sebagai media promosi.
2. Menerapkan teori desain grafis pada media promosi *Marketing Collateral* untuk brand Quinn Coffee agar konsisten dan meningkatkan citra brand.
3. Menerapkan hasil perancangan pada berbagai media promosi, baik media cetak seperti poster, banner, menu, maupun media digital seperti *feeds instagram* yang sesuai dengan kebutuhan brand Quinn Coffee.



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

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi klien Quinn Coffee

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan nilai tambah bagi pengembangan strategi komunikasi pemasaran Quinn Coffee. Dengan merancang berbagai materi promosi yang lebih terarah, estetik, dan selaras dengan karakter brand. Produk akhir berupa media promosi yang diharapkan dapat meningkatkan citra brand dari Quinn Coffee. Selain itu, hasil penelitian ini juga dapat dimanfaatkan sebagai acuan bagi pengelola Quinn Coffee dalam menyusun strategi visual yang relevan, adaptif, dan mampu mendukung posisi brand di tengah persaingan industri *coffee shop* yang semakin kompetitif.

2. Bagi akademis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sekaligus menjadi rujukan yang informatif bagi mahasiswa, peneliti, maupun praktisi yang ingin mengkaji perancangan marketing collateral sebagai media promosi, khususnya pada industri makanan dan minuman. Temuan yang dihasilkan dapat digunakan sebagai dasar pengembangan kajian serupa serta memperkaya wawasan terkait strategi desain promosi di sektor tersebut.

1.5 Sistematika Penulisan

Penyusunan Tugas Akhir ini dirancang secara terstruktur sehingga pembaca dapat mengikuti alur pemikiran serta setiap tahap penelitian dengan lebih mudah dan jelas, yang terdiri dari :

BAB I

PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan berbagai aspek yang melandasi



Hak Cipta :

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

penelitian, mulai dari uraian latar belakang, perumusan masalah, batasan pembahasan, hingga tujuan serta manfaat yang ingin dicapai. Selain itu, bab ini juga memaparkan sistematika penulisan laporan sebagai panduan bagi pembaca dalam memahami keseluruhan isi penelitian.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat teori-teori dan konsep yang menjadi landasan dalam perancangan desain. Meliputi teori promosi, marketing, marketing collateral, teori desain grafis, serta metode design thinking.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini memuat metode yang digunakan dalam proses penelitian dan perancangan, mulai dari tahap pengumpulan, analisis data, perumusan masalah desain, hingga tahapan kreatif dengan pendekatan design thinking.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat proses visualisasi Konsep visual dirancang melalui proses penyusunan *mind map* dan *moodboard*, kemudian dikembangkan ke dalam sketsa, alternatif desain, hingga menghasilkan desain akhir yang selanjutnya diterapkan pada berbagai media pendukung.

BAB V

PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan dari hasil perancangan desain marketing collateral dari Quinn Coffee serta saran. Selain itu, disampaikan pula rekomendasi bagi pengembangan maupun penelitian selanjutnya agar mampu menghasilkan luaran yang lebih optimal dan sesuai dengan kebutuhan.

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

Pada perancangan Desain Marketing Collateral sebagai media promosi untuk Quinn Coffee, didapatkan kesimpulan yang sesuai dengan tujuan perancangan ini.

1. Perancangan dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*, sehingga menghasilkan solusi desain yang disusun berdasarkan kebutuhan klien, karakter target audiens, serta hasil analisis data. Tahapan tersebut diawali dengan Melalui tahapan *empathize*, diperoleh pemahaman mengenai permasalahan utama, yaitu belum adanya identitas visual yang konsisten, minimnya visualisasi produk, serta kurang optimalnya media promosi yang digunakan. Selanjutnya, pada tahap *define*, berbagai temuan dianalisis menggunakan metode SWOT sehingga menghasilkan *creative brief* sebagai dasar pengembangan konsep desain. Tahap *ideate* menghasilkan konsep visual *Rooted Together* yang diwujudkan melalui eksplorasi key visual, mood board, sketsa, serta pengembangan desain digital. Pada tahap *prototype*, konsep tersebut diaplikasikan ke dalam berbagai media marketing collateral, yaitu poster, tripod banner, menu, dan media sosial Instagram, untuk memberikan gambaran implementasi desain secara nyata. Terakhir, melalui tahap *testing*, diperoleh umpan balik dari target audiens yang menunjukkan bahwa desain dinilai menarik, mudah dipahami, serta mampu merepresentasikan identitas Quinn Coffee dengan baik. Hasil pengujian tersebut juga menjadi dasar dalam melakukan penyempurnaan desain sehingga menghasilkan media promosi yang lebih efektif, komunikatif, dan sesuai dengan kebutuhan pengguna.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Perancangan marketing collateral Quinn Coffee dirancang dengan mengimplementasikan elemen dan prinsip desain grafis secara konsisten guna menciptakan komunikasi visual yang informatif, menarik, dan efektif. prinsip desain seperti keseimbangan, hirarki visual, penekanan (*emphasis*), dan kesatuan (*unity*) diterapkan dalam penyusunan tata letak sehingga informasi tersampaikan secara jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Elemen desain meliputi penggunaan warna coklat dan krem yang merepresentasikan karakter coffee shop yang hangat, nyaman, dan alami, tipografi Inter dan Redaction 35 yang mampu menciptakan keseimbangan antara keterbacaan dan identitas visual, fotografi produk yang menampilkan visual menu secara jelas, serta elemen grafis berbentuk akar sebagai representasi konsep *Rooted Together*.
3. Hasil perancangan diterapkan ke dalam media cetak berupa poster, tripod banner, dan menu, serta media digital berupa feeds Instagram dengan mengedepankan konsistensi identitas visual pada setiap media. Seluruh media dirancang berdasarkan konsep visual *Rooted Together* melalui penerapan warna coklat dan krem, tipografi yang konsisten, elemen grafis berbentuk akar, serta penggunaan foto produk yang menarik sehingga menciptakan kesatuan visual yang mampu merepresentasikan karakter Quinn Coffee. Setiap media juga disesuaikan dengan fungsi dan kebutuhan promosi, di mana poster dan tripod banner berperan menarik perhatian calon pelanggan, menu berfungsi menyampaikan informasi produk secara jelas, sedangkan feeds Instagram dimanfaatkan untuk memperluas jangkauan promosi dan membangun interaksi dengan target audiens. Berdasarkan hasil pengujian, penerapan desain pada berbagai media tersebut dinilai mampu menyampaikan informasi secara efektif, memperkuat identitas merek, serta mendukung kebutuhan promosi Quinn Coffee secara terpadu pada media cetak maupun digital.



Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan Desain Marketing Collateral sebagai media promosi pada Quinn Coffee, terdapat beberapa saran sebagai berikut.

1. Untuk Quinn Coffee, Desain marketing collateral yang telah dirancang diharapkan dapat dimanfaatkan oleh Quinn Coffee sebagai media pendukung dalam kegiatan promosi dan komunikasi pemasaran. Agar media promosi tersebut dapat memberikan hasil yang optimal, Quinn Coffee disarankan untuk menerapkan desain secara konsisten pada seluruh media yang telah dirancang, baik media cetak maupun media digital. Dengan penerapan yang konsisten, fungsi media promosi dapat dimaksimalkan untuk meningkatkan daya tarik konsumen, memperkuat identitas merek, serta membangun *brand awareness* Quinn Coffee secara efektif.
2. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan perancangan marketing collateral dengan cakupan media promosi yang lebih luas, tidak hanya pada media cetak dan media sosial. Selain itu, pengembangan konsep visual yang mengikuti tren desain dan perilaku konsumen terkini juga perlu dipertimbangkan agar media promosi tetap relevan, inovatif, dan mampu menjawab kebutuhan komunikasi pemasaran di masa mendatang.
3. Bagi penelitian selanjutnya, disarankan untuk melakukan pengujian efektivitas atau evaluasi secara kuantitatif terhadap desain marketing collateral yang telah dirancang sebagai media promosi. Pengujian tersebut bertujuan untuk mengukur sejauh mana penerapan marketing collateral berkontribusi terhadap pembentukan citra merek, peningkatan minat beli, *brand awareness*, serta dampaknya terhadap penjualan. Selain itu, penelitian berikutnya juga dapat mengkaji strategi penyusunan konten promosi yang lebih mendalam, khususnya dalam membangun keterlibatan dan hubungan emosional antara brand dengan konsumen sehingga komunikasi pemasaran dapat berjalan secara lebih efektif.



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

- Adila, W. (2024). *Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan*. 3(1).
- Ayoga, H. M., & Saputro, E. P. (2025). Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Brand Awareness melalui Media Sosial Instagram @molla_studio. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(3).
- Azahra, D. A., Apriliani, Z. A., Muabdan, M., Khumayah, S., & Wulandari, S. (2024). Coffee culture: Gen Z and coffee shops. *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(9). <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i9.906>
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). *Penerapan Design Thinking pada Perancangan Marketing Collateral untuk Ristiant Catering*. 02(01).
- Ellitan, L., Harvina, L. G. D., & Lukito, R. S. H. (2022). The Effect of Social Media Marketing on Brand Image, Brand Trust, and Purchase Intention of Somethinc Skincare Products in Surabaya. *Journal of Entrepreneurship & Business*, 3(2), 104–114. <https://doi.org/10.24123/jeb.v3i2.4801>
- Gufroni, A. (2022). *Media Sosial dan Promosi Perpustakaan Berbasis Media Digital*.
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- 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>



© 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

Li, X., Li, X., Wang, M., & Chen, Y. (n.d.). *The Impact of Product Photo on Online Consumer Purchase Intention: an Image - Processing Enabled Empirical Study*.

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>

Moonik, N., & Pomantow, W. G. (2023). *Pentingnya Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Acha Olshop*. 5.

Mubarok, K. I. (n.d.). *Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Semarang*.

Rahmania, M. D. (2024). *The Effect of Market Orientation, Innovation, and Entrepreneurial Orientation to the Competitive Advantage of the Independent Coffee Shops in Indonesia*. 3(4).

Reza, M. W. A., & Anggalih, N. N. (2023). *Perancangan Fotografi Sebagai Media Promosi Digital Brand Lokal Cutoff*. 4(3).

Rijke, J. W. P., Sn, S., & Sn, M. (n.d.). *Perancangan Ilustrasi Sebagai Media Promosi Online Midtown di Janji Design Lab*.

Ristanto, H., & Aditya, G. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada CV Mitra Sejati Foamindo Semarang)*. 6(1).

Rustamana, A., Lestari, E., & Jannah, S. (2023). *Pengembangan dan Pemanfaatan Media Cetak: Tampilan Visual*.

Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2024). Analisis Perkembangan dan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pengaruh Tipografi Pada Sampul Majalah Bobo Terhadap Ketertarikan Anak. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1).
<https://doi.org/10.5614/jkvw.2024.15.1.1>

Sifwah, M. A., Nikhal, Z. Z., Dewi, A. P., Nurcahyani, N., & Latifah, R. N. (2024). Penerapan Digital Marketing Sebagai Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Daya Saing UMKM. *MANTAP: Journal of Management Accounting, Tax and Production*, 2(1), 109–118.
<https://doi.org/10.57235/mantap.v2i1.1592>

Syahputra, R. (2019). Strategi Pemasaran Dalam Alquran Tentang Promosi Penjualan. *Ecobisma (JURNAL EKONOMI, BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 6(2), 83–88. <https://doi.org/10.36987/ecobi.v6i2.8>

Widyatmoko, F. (2022). Prinsip Internal dan Eksternal Tipografi Desain Buku Cetak. *GESTALT*, 4(1), 27–42. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v4i1.97>

Yapputra, E., & Dahlan, K. S. S. (2024). The influence of brand image and sales promotion on purchasing decisions mediated by trust (Empirical study of Sunyi, House of Coffee & Hope Jakarta). *Indonesian Journal of Multidisciplinary Science*, 3(12). <https://doi.org/10.55324/ijoms.v3i12.998>



© 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

LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	September 24, 2025
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Tujuan penelitian	Done	October 10, 2025
☐ Biml ☐ OPEN ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Ruang Lingkup dan Batasan Rumusan Masalah	Done	October 22, 2025
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Done	November 3, 2025
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Done	December 3, 2025
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Mencari data consumer insight Target Audience Profil Klien	Done	December 11, 2025
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis kompetitor Analisis consumer insight	Done	December 12, 2025
Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Creative Brief	Done	December 18, 2025

Lampiran 2 Transkrip Wawancara Klien

Klien: Rian Beni (Owner Quinn Coffee)

Tanggal wawancara: 17 desember 2025

Pewawancara: Yang pertama sih, saya pengen tahu dulu visi-misinya. Visinya apa ya?

Narasumber: Visinya dulu mungkin lebih ke arah untuk menyediakan minuman kopi untuk orang-orang sekitar. dan kita pengen nyediain kopi-kopi speciality.

Karena kan kebanyakan kalau misalkan kopi shop-kopi shop di tempat lain itu, mereka menggunakan kopi-kopinya yang grade 1 atau yang komersif. Nah kalau



© 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

di quinn, memang kita pengen memperkenalkan nih speciality tuh kayak apa sih kopinya.

Pewawancara: Buat misinya?

Narasumber: Kalau misinya itu lebih kadang menyediakan Working space.

Memang nggak besar tapi secukupnya saja dengan nggak adanya musik.

Pewawancara: Kalau kapan Queen Coffee dibuat tuh? Kapan tuh?

Narasumber: Queen Coffee itu dibuat kalau nggak salah 1 tahun sebelum mulai COVID. Karena patokannya pas kita mau buka tuh COVID. Pas banget. 2022 lah ya? Iya 2022.

Pewawancara: Kenapa pengen buat usaha coffee shop awalnya?

Narasumber: Sebenarnya bukan coffee shop awalnya. Awalnya tuh coffee roaster. Jadi gitu coffee roaster. Tapi banyak yang nanya ini kenapa nggak dibuka aja coffee shop. Jadi yang nanya itu bukan 1, 2, atau 10, atau 15 orang. Banyak yang nanya kenapa nggak ada coffee shopnya. Akhirnya memang kita tidak ada arah buat kita coffee shop. Tapi karena ada permintaan, jadi kita buka coffee shop.

Pewawancara: Selanjutnya arti atau inspirasi dari nama Queen tau nggak?

Narasumber: Kalau artinya itu Queen dari nama anak owner yang satu lagi. Jadi nama panggilannya Queen. Jadi dibuatkan namanya yaudah Queen aja.

Pewawancara: Menurut Mas nih apa yang membedakan Queen Coffee dengan Coffee Shop sejenis?

Narasumber: Kalau di Queen bedanya nggak ada bedanya sebenarnya sih. Lebih ke arah ke pendekatan pelanggannya. Itu bisa. Mungkin tadi juga bisa sih yang pakai specialty kopi. Itu kan bisa membedakan dengan Coffee Shop lain. Nggak semua



© 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

Coffee Shop kan pakai specialty gitu misalnya. Kalau yang di sekitaran sini yang membedakan Queen dengan Coffee Shop lain itu di beans yang digunakan.

Specialty kopi. Terus sama yang membedakannya lagi ada satu lagi adalah customer experience. Jadi di Queen itu menekankan banget yang namanya pendekatan ke pelanggan. Jadi kita harus tau siapa pelanggan. Siapa namanya.

Apa pekerjaannya. Di mana rumahnya. Jadi itu memang lebih personal. Kalau di

Coffee Shop lain itu kan lebih ke arah datang, jajan, beli, pulang. Interaksi itu nggak terjadi di situ. Nah jadi kalau di Queen sendiri kita menambah interaksi.

Berarti tadi juga bisa ditambahin tuh ya yang kita tuh nggak ada live music. Nah itu karena biar suasananya tuh buat ngobrol lebih enak.

Pewawancara: menu andalan yang ada di Queen Coffee menurut mas?

Narasumber: Menu andalannya. Tadinya mau dibikinnya itu ada minuman signature-nya kita. Tapi untuk masyarakat sini menu andalannya yang disuruh lebih banyak keluar tuh kopi suku aren. Kopi suku aren. Ya kadang suka disamah-samain lah sama brand ini. Tapi kalau dibilang minuman signature-nya ada. Dia pake Biscoff. Oh Biscoff. Biscoff. Jadi itu minuman signature-nya tapi nggak seramai si kopi suku arennya

Pewawancara: Menurut mas ada nggak sih kendala yang biasa diapain konsumen gitu?

Narasumber: Kendalanya itu iya bener. Orang itu nggak ngira ini kopi suku.

Karena mungkin kurang, apa namanya, kaya contoh pelang. Pelang memang ada tapi tidak ditempatkan yang memudahkan orang untuk lihat.

Pewawancara: Nah menurut mas nih Queen Coffee-nya target market-nya seperti



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

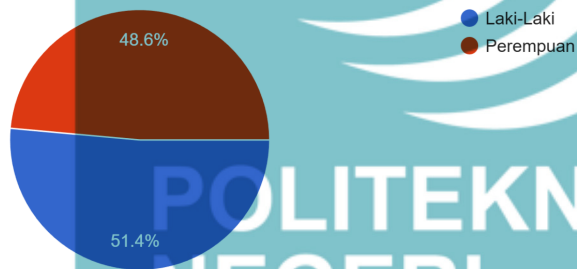
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

apa?

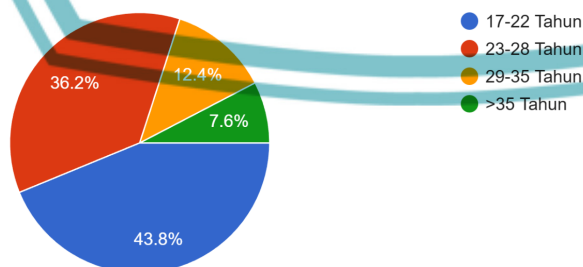
Narasumber: alau untuk umurnya sih target sebenarnya itu para pekerja. Jadi mungkin yang pekerja kantoran mau pulang sebelum ke rumah. Dia pengen nongkrong dulu. Targetnya sih itu sama anak-anak muda. Tapi nggak terlalu banyak market anak mudanya. Dia lebih cenderung yang orang-orang udah kerja aja. Tapi nggak terlalu tua juga. Berarti orang pekerja paling umurnya sekitar 20-an? 27-35 lah. Oh segitu.

Lampiran 3 Kuesioner

Jenis Kelamin
105 responses



Umur
105 responses



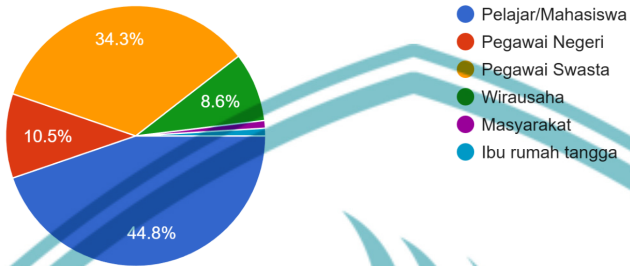


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

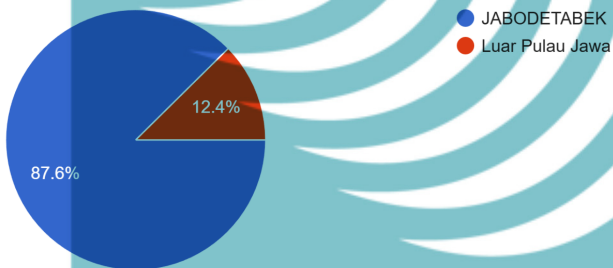
Hak Cipta :

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

Pekerjaan
105 responses



Domisili
105 responses



Apakah Anda pernah mengonsumsi kopi?
105 responses





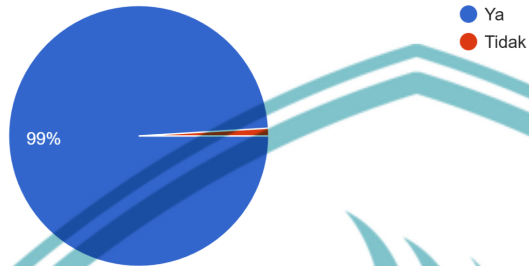
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Pernahkah Anda mengunjungi coffee shop?

105 responses



Seberapa sering Anda mengunjungi coffee shop?

105 responses



Dimanakah biasanya Anda mengetahui informasi tentang coffee shop?

105 responses





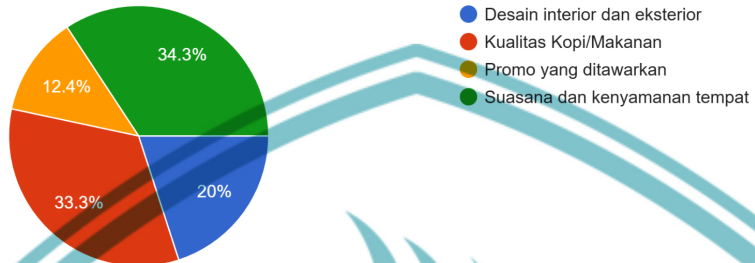
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

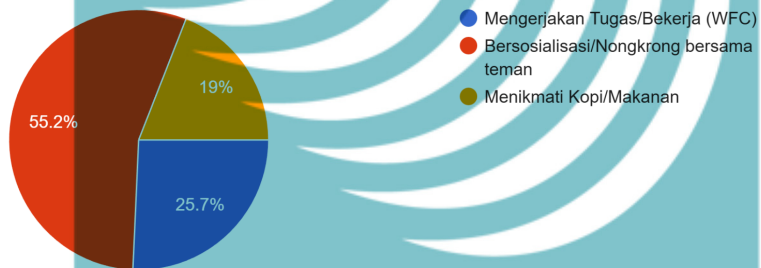
Apakah yang biasanya Anda perhatikan ketika mengunjungi sebuah coffee shop?

105 responses



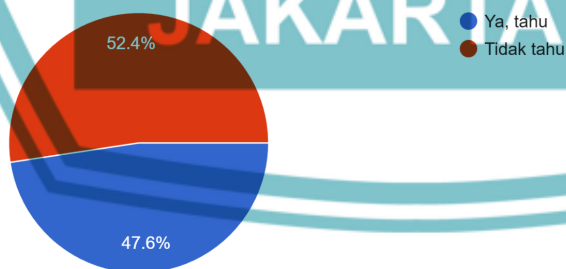
Apa alasan utama yang paling sering membuat Anda mengunjungi sebuah coffee shop?

105 responses



Apakah Anda mengetahui tentang Quinn Coffee?

105 responses





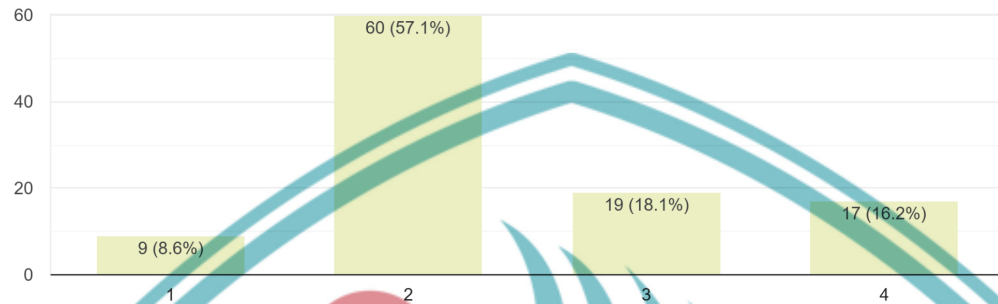
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

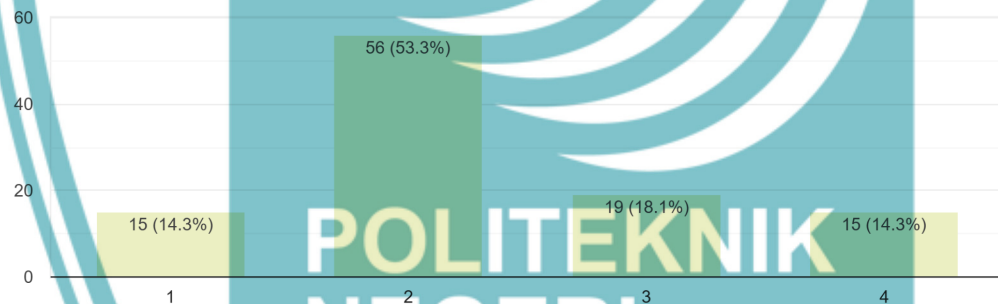
Media promosi Quinn Coffee di Instagram membuat saya tertarik untuk berkunjung.

105 responses



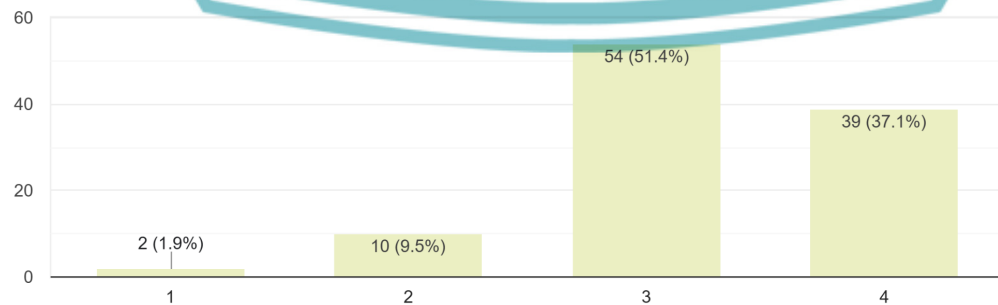
Media promosi Quinn Coffee saat ini sudah menampilkan informasi yang jelas (harga produk, jenis produk, dll)

105 responses



Berikut adalah interior dari Quinn Coffee, dengan media promosi yang dimiliki oleh quinn coffee saat ini sudah menampilkan kesan yang friendly, minimalist dan juga homey.

105 responses





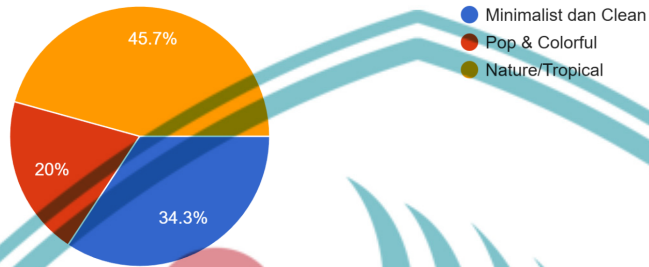
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

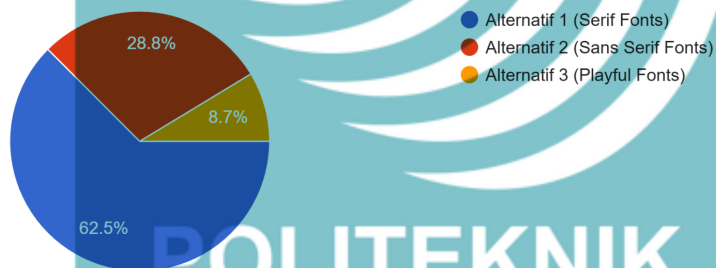
Menurut Anda dengan interior minimalis dan homey seperti gambar di atas, manakah gaya visual (tema desain) yang dapat menggambarkan kesan friendly minimalist dan juga homey?

105 responses



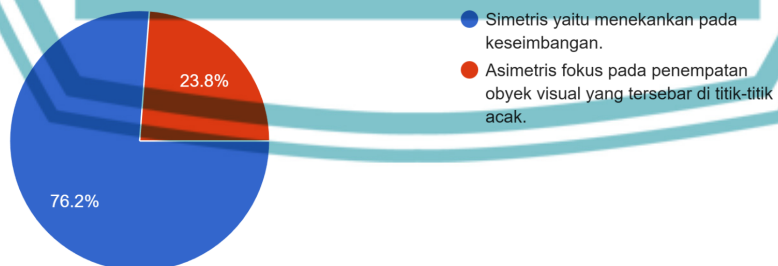
Menurut Anda, manakah tipografi yang cocok dengan tema friendly, minimalist, dan homey pada quinn coffee?

104 responses



Menurut Anda, manakah layout yang cocok dengan tema quinn coffee?

105 responses





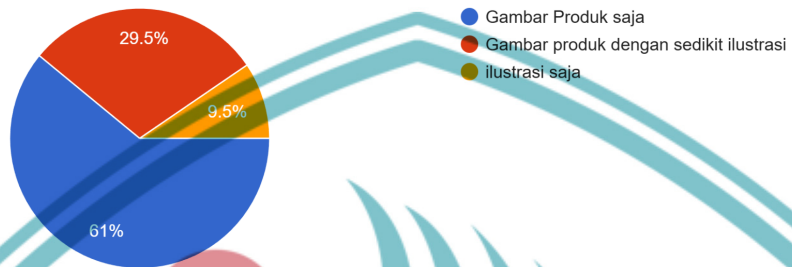
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Menurut Anda, gambar produk seperti apa yang cocok dalam desain media promosi untuk quinn coffee?

105 responses



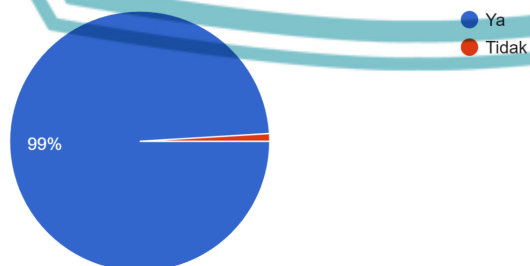
Menurut Anda, informasi seperti apa yang harus ada dalam media promosi untuk sebuah coffee shop? (bisa pilih lebih dari 1)

105 responses



Apakah desain media sosial yang menarik dan memberikan informasi yang jelas menjadi salah satu faktor Anda mengunjungi coffee shop?

105 responses





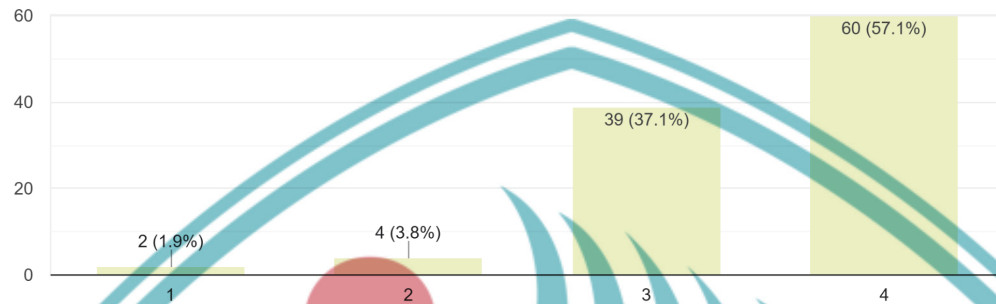
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

desain sebuah media promosi pada coffee shop (poster, banner, social media post, dll) dapat menarik minat saya mengunjungi coffee shop.

105 responses



Dari berbagai media promosi yang pernah anda lihat (contoh : poster, banner, social media post, dll) media mana yang menurut anda paling menarik?

105 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Hasil Wawancara Testing



Narasumber 1

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber: Ya, desain ini cukup menarik untuk dilihat dan dibaca. Secara keseluruhan desainnya terlihat menarik dan berbeda dibandingkan coffee shop lain. Kebanyakan menu coffee shop hanya menampilkan tulisan, sedangkan pada desain ini terdapat foto produk, elemen grafis, serta tata letak yang menarik sehingga tetap mampu menarik perhatian meskipun dilihat dari kejauhan.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee? Mengapa?

Narasumber: Ya, saya tertarik untuk membeli produk Quinn Coffee. Foto-foto minuman yang ditampilkan terlihat menarik dan penyajiannya rapi sehingga memberikan kesan bahwa produk memiliki kualitas yang baik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah pemilihan warna pada desain ini sudah sesuai dengan karakter Quinn Coffee sebagai coffee shop?

Narasumber: Menurut saya, penggunaan warna sudah sesuai. Dominasi warna coklat memberikan kesan hangat dan nyaman, serta identik dengan kopi sehingga sejalan dengan citra yang ingin ditampilkan oleh Quinn Coffee.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan dipahami?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Ya, tulisan sudah cukup mudah dibaca. Informasi menu disusun dengan jelas melalui pemisahan kategori coffee dan non-coffee. Selain itu, penggunaan variasi ketebalan font pada judul dan subjudul membuat informasi lebih mudah dipahami.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber: Foto produknya sudah menarik. Penggunaan foto close-up memperlihatkan detail produk dengan jelas sehingga calon pelanggan dapat membayangkan produk yang akan dibeli. Hal tersebut juga membuat produk terlihat lebih menggugah selera.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Desain ini memberikan kesan hangat, nyaman, dan modern. Penggunaan white space yang cukup luas membuat desain terlihat bersih dan tidak berlebihan. Elemen visual yang digunakan juga mendukung suasana coffee shop sebagai tempat bersantai dan berkumpul. Menurut saya, kesan tersebut sudah sesuai dengan identitas Quinn Coffee, yaitu *Coffee Connect Us*.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah menurut Anda ada yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber: Menurut saya, logo Quinn Coffee masih kurang menonjol karena ukurannya relatif kecil dibandingkan dengan slogan *Coffee Connect Us*. Logo akan lebih baik jika ditempatkan pada posisi yang lebih strategis agar lebih mudah dikenali sebagai identitas merek. Selain itu, foto pada kategori coffee dan non-coffee masih menggunakan gambar yang sama. Sebaiknya foto pada kategori non-coffee disesuaikan dengan jenis minumannya, seperti *green tea latte* atau minuman non-kopi lainnya, sehingga perbedaan antar kategori lebih jelas dan tampilan menu menjadi lebih menarik.

Narasumber 2

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber: Ya, saya cukup tertarik. Cover depan yang bertuliskan *Coffee Connect Us* langsung menarik perhatian karena ukuran fontnya cukup besar. Pesannya juga relatable bagi saya, memberikan kesan bahwa kopi bukan hanya minuman, tetapi juga sarana untuk terhubung dengan orang lain. Selain itu, penggunaan white space membuat desain terlihat rapi dan tidak terlalu penuh dengan tulisan.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?



© 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

Narasumber: Ya, saya lumayan tertarik, terutama karena menu yang ditampilkan cukup familiar, seperti cappuccino, latte, dan signature drink *Kopi Susu Quinn*. Harganya juga cukup terjangkau sehingga memberikan kesan accessible untuk mahasiswa atau anak muda yang ingin mencoba.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah warna yang digunakan sudah cocok untuk sebuah coffee shop?

Narasumber: Menurut saya sudah cocok. Dominasi warna cokelat kopi dipadukan dengan warna krem dan putih terasa selaras dengan tema coffee shop. Warna-warna tersebut juga memberikan nuansa hangat, earthy, dan cozy yang identik dengan kedai kopi pada umumnya.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan dipahami?

Narasumber: Secara umum mudah dipahami. Judul utamanya mudah dibaca, tetapi ukuran font menu pada bagian bawah agak kecil, terutama jika dilihat dari jarak normal atau agak jauh. Selain itu, beberapa tulisan berwarna cokelat pada latar belakang putih terasa kurang kontras.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber: Foto biji kopi pada cover sudah bagus karena memperkuat identitas brand kopi. Foto minumannya juga membantu pembaca membayangkan seperti apa produknya. Namun, ukuran foto minuman masih terlalu kecil dan belum ada foto close-up yang benar-benar membuat produk terlihat lebih menggugah selera, seperti detail foam pada latte.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Desain ini memberikan kesan modern, minimalis, hangat, dan ramah. Menurut saya, kesan tersebut sudah sesuai dengan Quinn Coffee, terutama jika target pasarnya adalah anak muda, mahasiswa, atau pekerja yang gemar berkumpul di coffee shop.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber: Menurut saya ukuran font menu perlu diperbesar agar lebih mudah dibaca. Selain itu, sebaiknya ditambahkan penanda untuk menu best seller atau signature drink agar lebih menonjol. Identitas brand seperti akun Instagram atau nomor kontak juga dapat ditambahkan pada menu agar informasi yang diberikan lebih lengkap.



© 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

Narasumber 3

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber: Setelah melihat desain ini, saya merasa tertarik karena terdapat gambar dari produk kopinya, sehingga saya dapat mengetahui bentuk maupun tampilannya.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah warna yang digunakan sudah cocok untuk sebuah coffee shop seperti Quinn Coffee?

Narasumber: Menurut saya, warna yang digunakan sudah cocok. Kopi identik dengan warna cokelat, dan masih jarang desain coffee shop yang menggunakan dominasi warna cokelat pada desain promosi maupun produknya.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber: Informasinya mudah dipahami. Namun, saya memiliki sedikit masukan mengenai penggunaan font pada kategori kopi. Tulisan di bagian atas tidak menggunakan **bold**, sedangkan pada bagian bawah menggunakan **bold**, sehingga terlihat kurang konsisten.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber: Menurut saya, foto produknya sudah menarik. Namun, terdapat foto kopi yang terlihat duplikat atau menggunakan gambar yang sama. Sebaiknya salah satu foto diganti dengan foto kopi dari varian rasa yang lain.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Menurut saya, desain ini memberikan kesan minimalis dan tetap terlihat modern, sehingga masih sesuai dengan perkembangan desain saat ini.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber: Menurut saya, foto kopi yang masih menggunakan gambar yang sama sebaiknya diganti dengan foto dari varian rasa yang berbeda agar pelanggan dapat mengetahui tampilan masing-masing produk. Selain itu, penggunaan font juga perlu dibuat lebih konsisten karena masih terdapat perbedaan penggunaan **bold** dan **non-bold**.



© 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

Narasumber 4

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber: Ya, dari warna dan gambar pada desain ini cukup menarik untuk dilihat.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber: Saya cukup tertarik, terutama setelah melihat warna dan gambar pada desainnya. Hal tersebut membuat saya ingin mencoba produknya.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah warna yang digunakan sudah cocok untuk sebuah coffee shop seperti Quinn Coffee?

Narasumber: Menurut saya, warna yang digunakan sudah cocok dan sesuai dengan tema desain, yaitu kopi.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber: Tulisannya cukup mudah dibaca karena ukuran font yang digunakan cukup besar.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber: Foto produknya cukup menarik. Namun, terdapat dua foto yang sama sehingga menurut saya akan lebih baik jika menggunakan foto yang berbeda.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Desain ini memberikan kesan hangat dan sesuai dengan karakter Quinn Coffee.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber: Menurut saya, penggunaan dua foto kopi yang sama sebaiknya diganti dengan dua foto yang berbeda agar tampilan desain menjadi lebih menarik.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber 5

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya? Mengapa?

Narasumber: Desainnya sudah terlihat bagus. Saya tertarik untuk membacanya karena keterbacaannya jelas dan gambar yang ditampilkan juga menarik.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber: Saya lumayan tertarik. Gambar yang ditampilkan menarik dan memberikan kesan hangat, sehingga membuat saya ingin mengunjungi coffee shop tersebut untuk membeli produknya.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah warna yang digunakan sudah cocok untuk sebuah coffee shop seperti Quinn Coffee?

Narasumber: Menurut saya, warna yang digunakan sudah cocok. Penggunaan warna cokelat sebagai karakter utama desain sangat sesuai dengan identitas kopi dan mendukung konsep yang diusung.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber: Keterbacaannya sudah sangat jelas dan informasinya mudah dipahami. Meskipun saya memiliki penglihatan minus, tulisan pada desain masih dapat dibaca dengan jelas.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber: Gambarnya sudah menarik dan memberikan kesan hangat. Namun, pada poster promosi terdapat gambar kopi susu yang digunakan dua kali, baik pada kategori coffee maupun non-coffee. Sebaiknya salah satu gambar diganti dengan produk signature dari masing-masing kategori agar tampilannya lebih bervariasi.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Desain ini memberikan kesan minimalis, hangat, dan langsung menyampaikan informasi yang ingin disampaikan. Penggunaan ilustrasi juga tidak berlebihan sehingga tidak mengganggu. Menurut saya, desain ini sudah sesuai dengan konsep coffee shop yang minimalis.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?



© 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

Narasumber: Menurut saya, gambar kopi susu yang masih digunakan secara berulang perlu diganti dengan gambar produk lain agar lebih bervariasi. Selain itu, penempatan antara tulisan dan gambar pada poster promosi sebaiknya diatur kembali agar komposisinya lebih seimbang.

Narasumber 6 dan 7

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber 1: Dari tipografinya sudah oke. Menunya juga jelas, sehingga saya tertarik. Namun, saya merasa ada bagian desain yang terlihat agak kosong.

Narasumber 2: Saya tertarik karena warna yang digunakan masih satu palet dengan gambar kopinya. Namun, saya sempat bingung karena terdapat perbedaan jenis font pada beberapa bagian desain.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber 1: Saya tertarik. Namun, saya berharap setiap menu memiliki foto produknya masing-masing. Pada desain ini hanya terdapat tiga foto sehingga saya tidak mengetahui tampilan menu lainnya. Menurut saya, ukuran tulisan menu bisa diperkecil agar foto produk dapat ditambahkan, sehingga pelanggan tidak perlu membayangkan seperti apa tampilan setiap menu.

Narasumber 2: Saya juga tertarik. Namun, penulisan menu terlihat terlalu menyatu sehingga sebaiknya dibuat lebih terpisah atau dibagi ke dalam beberapa section agar tampilannya lebih rapi.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber 1 & 2: Ya, keterbacaannya sudah jelas. Ukuran font juga sudah pas, tidak terlalu kecil maupun terlalu besar.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber 2: Foto produk sudah menarik. Namun, akan lebih baik jika setiap menu memiliki foto masing-masing atau tata letak gambar dibuat lebih terpisah agar tampilannya lebih menarik.

Narasumber 1: Menurut saya, tata letak tulisan masih terlalu rapat. Judul section sudah menggunakan font tebal, kemudian isi di bawahnya juga terlihat tebal sehingga tampak menyatu. Akan lebih baik jika judul tetap menggunakan font tebal, sedangkan isi menu menggunakan font yang lebih tipis agar perbedaannya lebih jelas.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber 1: Menurut saya, desain ini memberikan kesan minimalis dan modern karena didominasi oleh tipografi serta desain yang sederhana.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain banner, tripod banner, maupun media sosial yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber 2: Untuk desain banner saya sangat suka, sudah bagus. Desain media sosial juga sudah baik dan tidak perlu diperbaiki.

Narasumber 1: Menurut saya, desain banner dan media sosial sudah sesuai sehingga tidak ada bagian yang perlu diperbaiki lagi.

Narasumber 8 dan 9

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber 1: Ya, saya tertarik. Desainnya bagus, *eye-catching*, dan penggunaan warna cokelat sangat sesuai dengan kopi sehingga nuansanya terasa.

Pewawancara: Setelah melihat desain ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber 1: Saya lumayan tertarik karena produk-produknya terlihat *eye-catching* dan gambar yang ditampilkan juga menarik.

Narasumber 2: Saya juga lumayan tertarik.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah warna yang digunakan sudah cocok untuk sebuah coffee shop seperti Quinn Coffee?

Narasumber 1: Menurut saya, warna yang digunakan sudah cocok. Coffee shop ini mengusung tema minimalis dan estetik sehingga desain tersebut mendukung nuansa yang ingin ditampilkan.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber 1: Tulisannya mudah dipahami. Namun, jenis font yang digunakan terlihat hanya satu macam sehingga dapat ditambahkan variasi. Selain itu, penulisan harga dapat dibuat lebih sederhana, misalnya menggunakan format "25K".

Narasumber 2: Pada foto produk di menu, beberapa bagian terlihat agak terpotong.



© 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

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai foto produk dan elemen visual pada desain?

Narasumber 1: Foto produknya sudah bagus dan penempatannya juga sesuai. Namun, pada menu terdapat kategori snack, sedangkan foto yang ditampilkan hanya produk kopi. Sebaiknya visual yang digunakan tidak hanya menampilkan kopi, tetapi juga foto snack atau makanan yang tersedia pada menu. Cukup beberapa menu unggulan yang ditampilkan sebagai perwakilan.

Pewawancara: Bagaimana pendapat Anda mengenai desain pendukung seperti tripod banner dan media sosial?

Narasumber 1: Desain tripod banner dan Instagram feed sudah sangat menarik. Pembagian layout-nya juga sudah pas.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber 1: Desain ini memberikan kesan minimalis, bersih (*clean*), dan modern. Desainnya sederhana, tetapi nuansa coffee shop tetap terasa.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain ini yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber 1: Menurut saya, variasi foto produk perlu ditambahkan agar tampilan visual lebih seimbang antara menu kopi dan menu non-kopi atau snack.

Narasumber 10

Pewawancara: Apakah desain ini membuat Anda tertarik untuk melihat atau membacanya?

Narasumber: Menurut saya, desain ini sudah cukup menarik. Kombinasi warna dan penempatan font membuat orang tertarik untuk membaca. Pemilihan warnanya juga sudah menggambarkan bahwa produk yang dijual adalah kopi sehingga pelanggan dapat langsung mengetahuinya.

Pewawancara: Setelah melihat desain menu ini, apakah Anda tertarik untuk mencoba atau membeli produk Quinn Coffee?

Narasumber: Secara konsep desain, saya tertarik karena tampilannya unik. Penempatan font dan gambar produknya juga cukup jelas sehingga pelanggan dapat memperoleh gambaran mengenai produk yang ditawarkan. Namun, pada menu makanan digunakan foto dengan latar belakang, sedangkan menu minuman menggunakan foto tanpa latar belakang sehingga terlihat kurang konsisten.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain menu yang perlu diperbaiki?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Pada bagian *Queen Signature* terdapat foto kopi, sedangkan di bagian atas juga sudah terdapat foto kopi. Sebaiknya foto di bagian bawah diganti dengan menu non-coffee, seperti *Green Tea Latte* atau *Earl Grey Tea*, agar tampilannya lebih bervariasi.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah penggunaan warna sudah cocok untuk sebuah coffee shop seperti Quinn Coffee?

Narasumber: Menurut saya, penggunaan warna sudah sangat cocok dengan tema kopi. Namun, karena konsep kedainya mengusung suasana kayu yang minimalis dan nyaman, sebaiknya ditambahkan kombinasi warna lain seperti putih. Warna coklatnya juga dapat dibuat lebih bervariasi atau mendekati warna kayu asli agar tidak terlihat monoton.

Pewawancara: Apakah tulisan pada desain sudah mudah dibaca dan informasinya mudah dipahami?

Narasumber: Secara keseluruhan sudah baik. Namun, tulisan *Kopi Susu Gula Aren* pada bagian bawah terlihat agak kecil sehingga dikhawatirkan akan sulit dibaca jika dilihat dari jarak tertentu.

Pewawancara: Kesan apa yang Anda rasakan setelah melihat desain ini?

Narasumber: Desain ini memberikan kesan minimalis dan nyaman. Kesan hangat dari sebuah coffee shop juga dapat tersampaikan dengan baik melalui desain ini.

Pewawancara: Menurut Anda, apakah ada bagian dari desain banner maupun media sosial yang perlu diperbaiki atau ditambahkan?

Narasumber: Menurut saya, tripod banner akan lebih efektif jika diletakkan di bagian depan kedai untuk menggantikan papan promosi yang lama. Foto produk yang berukuran besar akan lebih mudah menarik perhatian orang yang melintas dan membuat mereka tertarik untuk datang.



© 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 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

