



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI GATSBY OFFICIAL STORE



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

Oleh:

FAHMI ILHAM DHARMAWAN

2206421092

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

DEPOK

2026



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

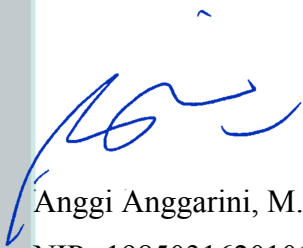
**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Peraancangan Marketing Collateral Sebagai Media
Promosi GATSBY Official Store
Penulis : Fahmi Ilham Dharmawan
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 7 Juli 2026
Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Anggi Anggarini, M.Ds

NIP. 198503162010122002



- Hak Cipta :**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 PENGESAHAN

PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI GATSBY OFFICIAL STORE

Oleh:

FAHMI ILHAM DHARMAWAN

2206421092

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds.
NIP. 19891101202506200

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 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 *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi

GATSBY *Official Store*

adalah hasil karya saya sendiri.

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 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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Fahmi Ilham Dharmawan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Perkembangan industri perawatan diri pria dan meningkatnya penggunaan *e-commerce* mendorong setiap merek untuk memiliki media promosi yang konsisten, profesional, dan mudah dikenali. GATSBY sebagai salah satu merek *grooming* pria di bawah PT Mandom Indonesia membutuhkan sistem *marketing collateral* yang mampu memperkuat identitas *visual* serta membangun kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk pada GATSBY *Official Store*. Perancangan ini bertujuan untuk menghasilkan *marketing collateral* sebagai media promosi GATSBY *Official Store* yang terintegrasi, konsisten, dan sesuai dengan karakter merek yang *modern*, maskulin, dinamis, serta tegas. Metode yang digunakan adalah *mixed methods*, yaitu gabungan metode kualitatif dan kuantitatif melalui observasi, wawancara, dan kuesioner. Data yang diperoleh kemudian diolah menggunakan metode *Design Thinking* dengan tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Hasil perancangan berupa media digital yang terdiri atas *banner store decoration*, *template listing* produk, dan *motion live stream*, serta media cetak berupa *flyer*, *wobbler*, dan *shelf talker*. Seluruh media dirancang dengan menerapkan prinsip desain komunikasi *visual*, meliputi warna, tipografi, *layout*, *hierarki visual*, foto produk, elemen grafis, dan *call-to-action* secara konsisten. Melalui perancangan ini, GATSBY *Official Store* diharapkan dapat tampil sebagai toko resmi yang profesional, *modern*, mudah dikenali, serta mampu meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap keaslian produk GATSBY di platform *e-commerce*.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, GATSBY *Official Store*, *E-commerce*, Desain Komunikasi Visual



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 development of the men's grooming industry and the increasing use of e-commerce encourage every brand to have promotional media that is consistent, professional, and easily recognizable. GATSBY, as one of the men's grooming brands under PT Mandom Indonesia, requires a marketing collateral system that can strengthen its visual identity and build consumer trust in the authenticity of products sold through GATSBY Official Store. This design project aims to produce marketing collateral as promotional media for GATSBY Official Store that is integrated, consistent, and aligned with the brand's modern, masculine, dynamic, and bold character. The method used in this project is mixed methods, combining qualitative and quantitative approaches through observation, interviews, and questionnaires. The collected data were then processed using the Design Thinking method, consisting of the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test. The design outputs include digital media consisting of store decoration banners, product listing templates, and live stream motion visuals, as well as printed media consisting of flyers, wobblers, and shelf talkers. All media were designed by applying visual communication design principles, including color, typography, layout, visual hierarchy, product photography, graphic elements, and consistent call-to-action. Through this design project, GATSBY Official Store is expected to appear as a professional, modern, and recognizable official store, while also increasing consumer trust in the authenticity of GATSBY products on e-commerce platforms.

Keywords: Marketing Collateral, Promotional Media, GATSBY Official Store, E-commerce, Visual Communication Design



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Marketing Collateral* sebagai Media Promosi GATSBY *Official Store*” dengan baik dan tepat waktu.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan pada Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan. Perancangan ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran *marketing collateral* dalam membangun identitas merek, khususnya pada *platform e-commerce*. Melalui perancangan media promosi digital dan cetak yang konsisten dan terintegrasi, diharapkan GATSBY *Official Store* dapat tampil lebih mandiri, profesional, serta mampu memperkuat citra sebagai *brand grooming* pria *modern*.

Dalam proses penyusunan dan perancangan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng sebagai Kepala Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds sebagai Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds, selaku wali kelas DGD angkatan 2022, yang telah membimbing, mendidik, dan mendukung penulis sejak semester awal hingga saat ini, serta memberikan arahan yang berharga selama proses perkuliahan.



© 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

5. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku dosen pembimbing, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, serta dukungan yang telah diberikan selama proses penyusunan penelitian tugas akhir.
6. Alan Maulana selaku *officer* GATSBY, saya mengucapkan terima kasih atas kesediaannya meluangkan waktu untuk berdiskusi serta memberikan masukan selama proses penelitian tugas akhir.
7. Sancoyo selaku *Manager A&P* GATSBY.
8. Koichi Watanabe, selaku Presiden di PT. Mandom Indonesia TBK.
9. Segenap Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmunya.
10. Mamah, Papah, Adik, dan saudara kembar saya Fahri Ilham Dharmawan mengucapkan terima kasih atas *support*, doa, bimbingan, dan kasih sayang yang telah diberikan, serta dukungan yang senantiasa menyertai dalam penyusunan penelitian tugas akhir.
11. Teman-teman seperjuangan di Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.

Semua dukungan, semangat, serta kerjasamanya. Selama penyusunan penelitian tugas akhir ini tidak luput dari segala ketidaksempurnaannya, namun tetap diharapkan naskah ini akan memberikan manfaat bagi para pembaca. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun dibutuhkan demi kesempurnaan.

Depok, 7 Juli 2026

Fahmi Ilham Dharmawan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
PRAKATA.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	1
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	5
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	5
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.4.1 Tujuan.....	6
1.4.2 Manfaat.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II	
LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Promosi.....	8
2.2 Media Promosi.....	10
2.2.1 Jenis-Jenis Media Promosi.....	12
2.2.2 Fungsi dan Tujuan Media Promosi.....	13
2.3 <i>Marketing Collateral</i>	14
2.3.1 Jenis <i>Marketing Collateral</i>	15
2.4 Desain Grafis.....	19
2.4.1 Warna.....	20
2.4.2 Tipografi.....	25
2.4.3 Gambar.....	27
2.4.4 Bentuk.....	28
2.4.5 Tekstur.....	30
2.4.6 <i>Layout</i>	30
2.5 Prinsip Desain Grafis.....	32
2.6 Metode <i>Design Thinking</i>	34
BAB III	
METODE PERANCANGAN.....	36



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.1 Metode Penelitian.....	36
3.1.1 Empathize.....	37
3.1.2 Define.....	38
3.1.3 Ideate.....	39
3.1.4 Prototype.....	40
3.1.5 Test.....	41
3.2 Data dan Analisis.....	41
3.2.1 Profil Klien.....	42
3.2.2 Product Knowledge.....	43
3.2.3 Target Audience.....	45
3.2.4 Kompetitor.....	46
3.2.5 Consumer Insight.....	54
3.2.6 (STP) Segmentation, Targeting dan Positioning.....	58
3.2.7 Hasil Analisis Data.....	63
3.3 Arahkan Kreatif.....	66
BAB IV	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	70
4.1 Konsep Visual.....	70
4.1.1 Mind Map.....	70
4.1.2 Moodboard.....	74
4.2 Proses Desain.....	76
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	77
4.2.2 Key Visual.....	78
4.2.3 Sketsa Manual.....	83
4.2.4 Sketsa Digital.....	91
4.2.5 Desain Terpilih.....	93
4.2.6 Penjelasan Media Digital di E-Commerce.....	95
4.2.7 Penjelasan Media Cetak.....	99
4.2.8 Layout.....	102
4.2.9 Prototype.....	102
4.2.10 Testing.....	104
4.2.11 Evaluasi.....	106
4.3 Desain Final.....	110
4.4 Pertimbangan produksi.....	120
BAB V	
PENUTUP.....	122
5.1 Simpulan.....	122
5.2 Saran.....	123
DAFTAR REFERENSI.....	124
LAMPIRAN.....	143

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Media Cetak.....	11
Gambar 2.2 Media Digital.....	11
Gambar 2.3 <i>Template Listing</i> Produk.....	15
Gambar 2.4 <i>Banner Store Decoration</i>	16
Gambar 2.5 <i>Motion Live Stream</i>	16
Gambar 2.6 Shelf Talker.....	17
Gambar 2.7 Wobbler.....	17
Gambar 2.8 <i>Flyer</i>	18
Gambar 2.9 Warna Primer, Sekunder, dan Tersier.....	20
Gambar 2.10 Warna RGB.....	21
Gambar 2.11 Warna CMYK.....	22
Gambar 2.12 Warna Monokromatik.....	22
Gambar 2.13 Warna Analog.....	23
Gambar 2.14 Warna Komplementer.....	23
Gambar 2.15 Warna Tetradik.....	24
Gambar 2.16 Warna Utama.....	24
Gambar 2.17 Warna Pendukung.....	24
Gambar 2.18 Warna Aksent.....	25
Gambar 2.19 Serif.....	26
Gambar 2.20 Sans Serif.....	27
Gambar 2.21 Ilustrasi.....	27
Gambar 2.22 Produk.....	28
Gambar 2.23 Foto Iklan.....	28
Gambar 2.24 Bentuk Geometris.....	29
Gambar 2.25 Bentuk Simbol.....	29
Gambar 2.26 Tekstur.....	30
Gambar 2.27 Grid.....	31
Gambar 2.28 <i>Layout</i> Hierarki.....	31
Gambar 3.1 Diagram <i>Design Thinking</i>	36
Gambar 3.2 Logo GATSBY.....	42
Gambar 3.3 Logo <i>Captain Men's Care</i>	47
Gambar 3.4 Produk <i>Captain Men's Care</i>	47
Gambar 3.5 Produk GATSBY.....	48
Gambar 3.6 <i>E-commerce Captain Men's Care</i>	49
Gambar 3.7 Logo Kahf.....	49
Gambar 3.8 Produk Kahf.....	50
Gambar 3.9 Produk GATSBY.....	51
Gambar 3.10 <i>E-commerce Kahf</i>	51



© 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 3.11 Logo Nivea Men.....	52
Gambar 3.12 Produk Nivea.....	52
Gambar 3.13 Produk GATSBY.....	53
Gambar 3.14 E-commerce NIVEA Men.....	54
Gambar 3.15 Positioning.....	62
Gambar 4.1 Mind Map.....	71
Gambar 4.2 Moodboard Visual Reference.....	75
Gambar 4.3 Moodboard Layout Reference.....	76
Gambar 4.4 Sketsa Thumbnail Element.....	77
Gambar 4.5 Sketsa Thumbnail Background.....	78
Gambar 4.6 Warna.....	79
Gambar 4.7 Tipografi.....	79
Gambar 4.8 Element.....	80
Gambar 4.9 background.....	80
Gambar 4.10 Gambar Telent, Produk, dan Merchandise.....	81
Gambar 4.11 Ilustrasi.....	82
Gambar 4.12 Element Visual Free Commercial.....	82
Gambar 4.13 Sketsa Alternatif 1: Inside The Stadium.....	83
Gambar 4.14 Sketsa Alternatif 2: Track Perspective Promo.....	84
Gambar 4.15 Sketsa Alternatif 3: Bold Product Display.....	85
Gambar 4.16 Sketsa Alternatif 4: Dynamic Diagonal Layout.....	86
Gambar 4.17 Sketsa Alternatif 5: Arena Product Stage.....	87
Gambar 4.18 Sketsa terpilih turunan alternatif 2 Track Perspective Promo.....	88
Gambar 4.19 Desain Komprehensif 1: Inside The Stadium.....	91
Gambar 4.20 Desain Komprehensif 2: Track Perspective.....	92
Gambar 4.21 Desain Komprehensif 4: Diagonal Layout.....	93
Gambar 4.22 Desain Komprehensif 2: Track Perspective.....	94
Gambar 4.23 Desain Media Header E-Commerce.....	95
Gambar 4.24 Desain media Secondary Banner Styling Wax.....	96
Gambar 4.25 Desain media Banner Free gift.....	97
Gambar 4.26 Desain media Banner Kategori Produk GATSBY.....	97
Gambar 4.27 Desain Media Template Listing Produk.....	98
Gambar 4.28 Desain Media Motion Live Stream.....	99
Gambar 4.29 Desain Media Cetak Flyer A5.....	100
Gambar 4.30 Desain Media Cetak Wobbler.....	101
Gambar 4.31 Desain Media Cetak Shelf talker.....	101
Gambar 4.32 Mockup digital.....	103
Gambar 4.33 Prototype.....	103



© 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 4.34 Media <i>Secondary Banner Styling Wax</i>	106
Gambar 4.35 Media <i>Header E-commerce</i>	107
Gambar 4.36 Media Cetak <i>Flyer A5</i>	108
Gambar 4.37 Media Media Cetak <i>Shelf Talker</i>	109
Gambar 4.38 Media Media Cetak <i>Wobbler</i>	109
Gambar 4.39 Desain Final Media Digital <i>Header Official Store</i>	110
Gambar 4.40 Desain Final Media Digital <i>Banner Store Decoration</i>	111
Gambar 4.41 Desain Final Media Digital <i>Template Listing Produk</i>	114
Gambar 4.42 Desain Final Media Digital <i>Motion Live Stream</i>	115
Gambar 4.43 Desain Final Media Digital <i>E-commerce</i>	116
Gambar 4.44 Desain Final Media Cetak <i>Flyer</i>	117
Gambar 4.45 Desain Final Media Cetak <i>Wobbler</i>	118
Gambar 4.46 Desain Final Media <i>Shelf Talker</i>	118
Gambar 4.47 <i>Mockup</i> Media Cetak, Desain <i>flyer</i> , <i>Shelf talker</i> , dan <i>Wobbler</i>	119

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 TABEL

Tabel 3.1	Kategori Produk GATSBY.....	43
Tabel 3.2	Metode <i>Survey</i>	55
Tabel 3.3	Segmentasi.....	59
Tabel 3.4	<i>Targeting</i>	60
Tabel 3.5	Strategi <i>SWOT</i>	63
Tabel 3.6	Kreatif <i>Brief</i>	67
Tabel 4.1	Turunan <i>Key Visual</i>	73
Tabel 4.2	Matriks <i>testing</i>	104
Tabel 4.3	Pertimbangan Biaya Produksi Media Cetak.....	120

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

DAFTAR LAMPIRAN

L-1. <i>LOGBOOK</i> BIMBINGAN.....	143
L-2. TRANSKRIP WAWANCARA.....	147
L-3. KUESIONER GOOGLE FORM.....	157
L-4. DOKUMENTASI <i>TESTING</i>	168
L-5. HASIL CEK TURNITIN <i>PLAGIARISM</i>	193
L-6. DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	200



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 di era *modern* saat ini, industri perawatan diri dan produk *grooming* pria menunjukkan tren pertumbuhan yang kuat, sejalan dengan meningkatnya perhatian pria terhadap penampilan serta praktik perawatan diri (Fadhilah, 2025). Dinamika persaingan merek kini tidak semata bertumpu pada aspek kualitas produk dan tingkat harga, melainkan juga pada upaya membangun citra merek dan strategi diferensiasi di ranah digital. Menurut Mastuti (2026) kemajuan teknologi informasi dan perkembangan perdagangan elektronik turut mendorong perubahan perilaku konsumen, khususnya dalam cara mereka mencari informasi dan melakukan keputusan pembelian.

Fenomena tersebut menggambarkan pergeseran preferensi konsumen dari transaksi konvensional menuju transaksi daring. Kondisi ini menjadikan eksistensi merek pada *platform e-commerce* sebagai faktor strategis penentu daya saing dan keberlanjutan bisnis (Putri & Fasa, 2025). Konsekuensinya, *e-commerce* berkembang bukan hanya sebagai saluran distribusi, tetapi juga menjadi kanal komunikasi utama yang dimanfaatkan berbagai *brand*. Dalam kerangka ini, *e-commerce* tidak semata menjalankan fungsi transaksi, melainkan turut berperan sebagai sarana strategis untuk merepresentasikan identitas dan karakter *brand*. Lebih lanjut, *official store* dapat dipahami sebagai wajah digital yang membentuk persepsi mengenai profesionalisme dan keautentikan merek oleh karena itu, unsur elemen *visual* seperti *banner store decoration*, *template listing* produk, dan materi promosi yang lainnya menjadi aspek penting yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian serta persepsi kualitas dari konsumen (K. A. G. K. Putra & Seminari, 2020).

Dalam konteks *platform* digital yang ditandai oleh persaingan *visual* yang kian kompetitif, *marketing collateral* berfungsi sebagai perangkat komunikasi *visual* yang dirancang untuk mengartikulasikan pesan *brand* secara konsisten,



© 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

sistematis, dan terarah. *Marketing collateral* tidak terbatas pada materi promosi pendukung, melainkan mencakup serangkaian media yang disusun melalui sistem desain yang terintegrasi, mulai dari *banner store decoration*, *template listing* produk, *motion live stream*, hingga media cetak seperti *wobbler*, *shelf talker*, dan *flyer*, yang keseluruhannya merepresentasikan identitas merek secara menyeluruh. Penekanannya terletak pada penerapan prinsip desain komunikasi *visual*, antara lain konsistensi tipografi, pemilihan warna, pengaturan tata letak, *hierarki visual*, serta keselarasan gaya ilustrasi atau fotografi dengan karakter *brand*. Dengan sistem *visual* yang terstruktur dan seragam, *marketing collateral* dapat membangun citra merek yang profesional dan kredibel, mempertegas *positioning*, serta menghadirkan pengalaman *visual* yang mendukung pembentukan *brand experience* dan loyalitas konsumen.

GATSBY merupakan merek yang berada di bawah PT Mandom Indonesia dan termasuk dalam portofolio produk perawatan diri untuk pria. Dalam kategori produk *styling* rambut, GATSBY tercatat memiliki pangsa pasar yang besar, yakni 68.5% (Hastuti & Hadi, 2023). Temuan tersebut mengindikasikan bahwa GATSBY menempati posisi yang kuat pada pasar produk perawatan pria. Oleh karena itu, identitas serta karakter *brand* dapat dipandang sebagai aset strategis yang perlu disampaikan secara konsisten melalui setiap media komunikasi yang digunakan, termasuk pada *platform e-commerce*, menurut Rahmawati dkk (2025) konsistensi pada media promosi dan diferensiasi *visual* berperan sebagai pilar utama dalam memperkuat citra merek.

Sejalan dengan kebijakan strategis PT Mandom Indonesia Tbk dalam memperkuat penetrasi pasar digital, perusahaan telah merencanakan pengembangan *marketing collateral* GATSBY *Official Store* sebagai *platform e-commerce* mandiri. Keputusan untuk memisahkan kanal distribusi ini dari toko induk Mandom *Official Store* didasari oleh urgensi untuk kebutuhan mengelola *brand environment* secara eksklusif bagi *brand* Gatsby. Berdasarkan data/kuesioner/wawancara..., GATSBY dipersepsikan sebagai *brand grooming* pria yang telah dikenal oleh target *audiens*. Pengembangan *e-commerce official store* ini membutuhkan *marketing collateral* sebagai media promosi yang mampu



© 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

membangun komunikasi *visual* yang konsisten, informatif, dan persuasif. Peran *marketing collateral* menjadi krusial karena konsumen tidak dapat berinteraksi langsung dengan produk, sehingga kualitas *visual*, kelengkapan informasi, dan citra toko menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi kualitas serta kepercayaan terhadap *brand*. Hal ini sejalan dengan temuan observasi Kurli dkk. (2025) yang menyatakan bahwa elemen desain *visual* dalam lingkup *e-commerce* terbukti tidak hanya sebagai daya tarik estetika, melainkan berfungsi sebagai instrumen vital untuk menjelaskan kualitas produk sekaligus membangun kepercayaan konsumen. Hal ini juga di sampaikan oleh Sugandi dan Isnaini (2023) secara tegas menyatakan bahwa perancangan desain antarmuka *visual* yang baik dalam lingkungan belanja *online* berfungsi sebagai instrumen vital untuk mengomunikasikan kualitas layanan sekaligus membangun kepercayaan konsumen terhadap *e-commerce official store*. Mengacu pada kebutuhan strategis tersebut, perancangan *marketing collateral* ini tidak hanya difokuskan pada media digital, tetapi juga mencakup media cetak sebagai bagian dari sistem komunikasi promosi yang terintegrasi. Media cetak tersebut dirancang untuk berfungsi sebagai titik akses fisik *entry point* yang menghubungkan konsumen langsung ke ekosistem digital GATSBY melalui integrasi teknologi pemindaian. Dalam konteks *e-commerce*, media promosi yang terstruktur berfungsi untuk membangun konsistensi *visual*, memperjelas informasi produk, serta membentuk persepsi profesionalisme pada *official store*. Perancangan *marketing collateral* pada GATSBY *Official Store* difokuskan untuk menegaskan keaslian produk dan memperkuat diferensiasi karakter *visual brand* secara jelas di dalam ekosistem *e-commerce* perusahaan.

Pertumbuhan *e-commerce* di Indonesia kini mengindikasikan bahwa *platform* seperti Shopee, Tokopedia, dan Lazada. tidak sekadar menjadi sarana transaksi, melainkan telah bertransformasi menjadi ruang strategis bagi pembentukan identitas dan citra merek (Anggraini dkk., 2023). Karena setiap *platform* memiliki karakteristik sistem, fitur promosi, serta pola tampilan *visual* yang berbeda, maka diperlukan *marketing collateral* yang mampu menjaga konsistensi sekaligus adaptif terhadap perbedaan lintas *platform*. Penelitian



© 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

terdahulu cenderung membatasi kajian perancangan atau analisis pada satu *platform* secara spesifik, contohnya dengan menelaah aspek antarmuka dan pengalaman pengguna pada satu *platform* tertentu (Girdayanto dkk., 2022). Riset lain juga menyoroti fokus pada strategi *visual* promosi atau elemen tampilan dalam ekosistem satu *platform*, yang mengakibatkan ruang lingkup pembahasan belum menyentuh konsistensi media promosi untuk implementasi lintas *platform* (Surya dkk., 2023). Selain itu, kajian mengenai aktivitas pemasaran atau keputusan pembelian pada satu *platform* tertentu juga menegaskan bahwa pembahasan sering kali terbatas pada karakteristik satu *platform* dan belum mengarah pada perancangan sistem *visual* terpadu lintas *platform* secara luas di Indonesia (Anggraini dkk., 2023). Menghadapi kecenderungan tersebut, penelitian ini menawarkan pembaruan melalui pendekatan terintegrasi yang merancang konsep dan sistem *marketing collateral* GATSBY *Official Store* untuk digunakan pada berbagai *platform* utama di Indonesia. Hal ini bertujuan agar media promosi tetap konsisten dan relevan dengan karakter tiap *platform*, serta berkontribusi pada penguatan *identity visual* di berbagai ekosistem digital.

Oleh sebab itu, perancangan *marketing collateral* untuk GATSBY *Official Store* perlu dilakukan secara sistematis dan terstruktur, dengan tetap menyesuaikan pada karakter *brand* yang ingin ditampilkan. Ruang lingkup perancangan ini meliputi pengembangan elemen *visual* pada media digital, seperti *banner store decoration*, *template listing* produk, *motion live stream*, serta materi promosi *visual*, yang kemudian diperkuat melalui media cetak berupa *wobbler*, *shelf talker*, dan *flyer*. Melalui rancangan tersebut, GATSBY *Official Store* bertujuan menghadirkan media promosi secara mandiri, konsisten, dan profesional. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan kepercayaan kepada konsumen mengenai keautentikan produk GATSBY melalui pengelolaan etalase digital yang mandiri terpisah dari Mandom *Official Store* sehingga dapat memperkuat citra merek sekaligus meningkatkan efektivitas komunikasi *visual* pada *platform e-commerce*.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana proses perancangan *marketing collateral* guna membangun media promosi yang konsisten untuk GATSBY *Official Store*?
2. Bagaimana penerapan teori desain komunikasi *visual* dalam perancangan *marketing collateral* GATSBY *Official Store*?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan pemaparan latar belakang sebelumnya, maka yang akan dibahas dalam penulisan Tugas Akhir ini, yaitu:

1. Proses perancangan *marketing collateral* GATSBY *Official Store* di *platform e-commerce*, yang meliputi media digital (*banner store decoration, template listing produk, motion live stream*) serta media cetak (*shelf talker, wobblers, flyer*) melalui tahap pengumpulan data, analisis, perumusan konsep kreatif, dan perancangan media promosi yang konsisten.
2. Penerapan teori dan prinsip desain komunikasi *visual* dalam perancangan media, yang mencakup teori media promosi, prinsip tata letak, tipografi, warna, *hierarki visual*, serta teori persepsi *visual* yang mendukung pembentukan citra merek.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat penelitian ini disusun untuk menjawab rumusan masalah tersebut, yaitu:

1.4.1 Tujuan

1. Melakukan proses perancangan *marketing collateral* GATSBY *Official Store* di *platform e-commerce* yang terintegrasi dan konsisten.
2. Menerapkan teori dan prinsip desain komunikasi *visual* dalam perancangan media digital guna memperkuat persepsi dan citra merek



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

GATSBY dalam benak konsumen serta menampilkan karakter *visual* yang khas di *platform e-commerce*.

1.4.2 Manfaat

1. Memberikan sistem *marketing collateral* yang terstruktur dan konsisten bagi GATSBY *Official Store* sehingga mampu memperkuat media promosi, meningkatkan citra merek, serta mendukung efektivitas komunikasi di *platform e-commerce*.
2. Memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian desain komunikasi *visual*, khususnya dalam penerapan teori media promosi dan sistem desain pada media digital *e-commerce* sebagai sarana komunikasi merek.
3. Menjadi referensi praktis dalam pengembangan *marketing collateral* terintegrasi dan perancangan *official store* dengan promosi yang konsisten.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada Tugas Akhir ini disusun dengan teratur untuk mempermudah pemahaman terhadap isi pembahasan, dengan penjelasan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang perancangan *marketing collateral* untuk GATSBY *official store* di *e-commerce*, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan sebagai gambaran umum isi laporan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memuat pembahasan mengenai teori dan konsep yang mendasari perancangan, *marketing collateral*. Sistem desain yang terintegrasi, serta prinsip-prinsip desain komunikasi *visual* yang berkaitan dengan media promosi digital yang relevan dengan karakter *brand* GATSBY.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 menggambarkan pendekatan yang diterapkan dalam proses perancangan, dimulai dengan pengumpulan dan analisis data yang berkaitan dengan GATSBY sebagai klien, pengembangan ide kreatif, hingga implementasi sistem *visual* pada *platform* digital dan media cetak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil proses perancangan *marketing collateral* GATSBY *Official Store* secara bertahap, mulai dari pengembangan konsep *visual* melalui *mind map* dan *moodboard*, eksplorasi elemen desain, penyusunan *key visual*, hingga proses pembuatan sketsa manual dan digital. Bab ini juga menjelaskan pemilihan desain terpilih, penerapan sistem *visual* pada media digital *e-commerce* dan media cetak, penyusunan *layout*, pembuatan *prototype*, pelaksanaan *testing*, serta evaluasi terhadap hasil rancangan. Selain itu, bab ini memuat desain final dan pertimbangan produksi sebagai dasar implementasi media promosi yang konsisten, komunikatif, dan sesuai dengan karakter *visual* GATSBY *Official Store*.

BAB V

PENUTUP

Bab ini memuat simpulan dari hasil proses perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi GATSBY *Official Store*, yang mencakup pencapaian tujuan perancangan, penerapan konsep *visual*, serta konsistensi media digital dan media cetak. Selain itu, bab ini juga berisi saran yang ditujukan kepada pihak GATSBY *Official Store*, desainer, maupun penelitian selanjutnya agar *marketing collateral* yang telah dirancang dapat diterapkan secara lebih efektif, konsisten, dan berkelanjutan sesuai kebutuhan promosi *brand*.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Setelah menyelesaikan proyek perancangan *marketing collateral* sebagai media promosi GATSBY *Official Store*, terdapat beberapa hasil yang dapat disimpulkan sebagai berikut.

1. Hasil pengumpulan data menunjukkan bahwa media promosi GATSBY masih bergabung dengan Mandom *Official Store* sehingga karakter GATSBY belum ditampilkan secara khusus dan konsisten. Temuan tersebut menghasilkan konsep *Track Perspective* Promo dengan kata kunci geometris, dekoratif, dinamis, *sporty*, dan tegas. Konsep diterapkan melalui perspektif lintasan, komposisi *diagonal*, elemen olahraga, bidang geometris, label promosi, tipografi *Sharp Grotesk* tebal, serta produk sebagai fokus utama. Keberhasilan perancangan ditunjukkan melalui terwujudnya media digital berupa *banner store decoration*, *template listing* produk, dan *motion live stream*, serta media cetak berupa *flyer*, *wobbler*, dan *shelf talker*. Konsistensi antar-media dibentuk melalui penggunaan warna biru *sapphire* dan *green lizard*, tipografi, elemen olahraga, pita kategori, label promosi, produk, serta *call-to-action*. Media cetak juga dilengkapi *QR code* dan informasi *e-commerce* sebagai penghubung menuju GATSBY *Official Store*.
2. Teori desain komunikasi *visual* diterapkan melalui *hierarki*, penekanan, keseimbangan, kontras, gerak, dan kesatuan pada setiap media. Produk dan *headline* ditempatkan sebagai elemen dominan, sedangkan *grid* dan *alignment* menjaga keteraturan informasi. Kontras warna memperjelas produk, latar, dan pesan promosi, sementara perspektif lintasan serta komposisi *diagonal* membentuk karakter dinamis dan *sporty*. Kesatuan *visual* dibangun melalui pengulangan warna, tipografi, elemen olahraga, dan gaya komposisi yang sama. Berdasarkan hasil *testing*, penerapan



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

konsep tersebut efektif dalam menonjolkan produk GATSBY dan menampilkan karakter *sporty* yang dapat dikenali responden. Penyempurnaan pada pencahayaan, kontras, kepadatan elemen, informasi *official store*, dan *QR code* menghasilkan desain final yang lebih jelas, terarah, mudah dibaca, dan konsisten.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan bagi pihak GATSBY *Official Store*, desainer, maupun penelitian selanjutnya. Saran ini disusun agar *marketing collateral* yang telah dirancang dapat diterapkan secara lebih efektif, konsisten, dan berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan promosi *brand*.

1. GATSBY *Official Store* perlu mempertahankan konsistensi sistem *visual* pada setiap media promosi melalui penggunaan warna biru *sapphire* dan *green lizard*, tipografi *Sharp Grotesk*, elemen olahraga, bidang geometris, produk sebagai fokus utama, serta *call-to-action*. Konsistensi tersebut diperlukan agar karakter *visual* GATSBY tetap terlihat pada media digital maupun cetak.
2. Pengembangan media promosi GATSBY *Official Store* perlu mempertahankan warna biru *sapphire*, *green lizard*, *raisin black*, putih, *anti-flash white*, dan *cerise pink*. Warna tersebut diterapkan secara konsisten bersama konsep dinamis, dekoratif, geometris, dan tegas agar karakter *visual* GATSBY tetap terjaga pada setiap media promosi.
3. Pengujian dalam perancangan ini masih berfokus pada penonjolan produk, karakter *sporty*, keterbacaan, dan konsistensi *visual*. Oleh karena itu, pengujian lanjutan perlu dilakukan setelah media diterapkan untuk mengukur respons konsumen melalui pemindaian *QR code*, jumlah klik, *engagement*, kemudahan memperoleh informasi, serta data penjualan. Hasil pengujian tersebut dapat digunakan sebagai dasar evaluasi dan pengembangan *marketing collateral* berikutnya.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Abdullah As Shoib, Ayu Putriana Dewi, Dynda Prista, Fajar Dio Wahyu, & Sudarmiatin Sudarmiatin. (2024). Analisis Strategi Pemasaran STP (Segmenting, Targeting, Positioning) pada UMKM Pengrajin Keramik: (Studi Kasus pada UMKM Denis Souvenir Sulastri). *Jurnal Bintang Manajemen*, 2(4), 91–98. <https://doi.org/10.55606/jubima.v2i4.3419>
- Adhipratama, D., & Ernungtyas, N. F. (2025). Tinjauan Sistematis Strategi dan Tantangan Periklanan Digital di Indonesia. *Jurnal Riset Manajemen Komunikasi*, 5(2), 103–112. <https://doi.org/10.29313/jrmk.v5i2.6875>
- Afandi, H. R. (2024). Perancangan Fotografi untuk Mengkomunikasikan Fast Fashion Campaign. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(04), 604–619. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i04.10349>
- Agustin, H. N., Sari, D. P., & Andrian, R. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Pada Perancangan User Interface Aplikasi Bakery'lils Sebagai Platform Digital Penjualan Kue. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 11(2), 206. <https://doi.org/10.26418/justin.v11i2.55400>
- Al Kautsar, R., & Pahlevi, A. S. (2025). Perancangan Ilustrasi Sebagai Elemen Desain pada Kemasan Biji Kopi dari Akartana Coffee And Roastery. *Journal of Language Literature and Arts*, 5(11), 1285–1299. <https://doi.org/10.17977/um064v5i112025p1285-1299>
- Alfianto, R., Nurhablisyah, N., & Andrijanto, M. S. (2025). Perancangan Buku Ilustrasi Berjudul Di Balik Secangkir Kenikmatan Sebagai Edukasi



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Pengolahan Kopi. *Cipta*, 4(1), 71–84.
<https://doi.org/10.30998/cipta.v4i1.4385>

Anggraini, R., . R., & Marsih, Y. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth terhadap Keputusan Pembelian pada *E-Commerce* Bukalapak di Kecamatan Sekayu. *Jurnal Manajemen Kompeten*, 6(1), 28.
<https://doi.org/10.51877/mnjm.v6i1.298>

Anindita, M., & Riyanti, M. T. (2016). Tren Flat Design dalam Desain Komunikasi Visual. *Jurnal Dimensi DKV Seni Rupa dan Desain*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.25105/jdd.v1i1.1816>

Aryani, D. I., Darmayanti, T. E., & Bahauddin, A. (2025). Pengembangan Identitas Visual pada Pasar Baru Kota Bandung. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 11(1), 677–695.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v11i1.9312>

Asmaroini, A. P. (2023). Penggunaan LMS Berbasis Mobile Menggunakan Design Thinking pada Mata Kuliah Pancasila. *Jurnal Dimensi Pendidikan dan Pembelajaran*, 11(1), 120–129.
<https://doi.org/10.24269/dpp.v11i1.6241>

Astuti, E. P. (2022). Pengembangan puzzle edukasi protokol kesehatan pada masa pandemic covid-19 untuk anak usia dini. *SUNGGING: Jurnal Seni Rupa, Kriya, Desain dan Pembelajarannya*, 1(1).

Athoillah, F. A., Maulani, G. A. F., Hamdani, N. A., & Rahmawati, P. (2025). Product Design Optimization Training to Support Sales in *E-Commerce*.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Indonesian Journal of Community Empowerment (IJCE), 6(3), 163–169.

<https://doi.org/https://doi.org/10.35899/ijce.v6i3.1083>

A'yuni, S. G., & Chusumastuti, D. (2021). Pengaruh User Interface Aplikasi Shopee terhadap Minat Beli Masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi dan Komunikasi*, 5(1), 49–58.
<https://doi.org/10.56873/jimik.v5i1.154>

Balarama, S., & Abidin, M. R. (2023). Perancangan Desain User Interface *Website* Metanesia sebagai Media Informasi dan Edukasi. *BARIK*, 4(3), 43–56.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jdkv.v4i3.50867>

Bangsa, P. G. (2018). Antara Pengrajin dan Desainer. *Nirmana*, 17(1), 10–15.
<https://doi.org/10.9744/nirmana.17.1.10-15>

Baso, M. I. H., & Rohani. (2023). Implementasi Strategi Promosi Above The *Line* (ATL), Below The *Line* (BTL), dan Through The *Line* (TTL) Pada UMKM Di Kota Makassar. *Journal Of Social Science Research*, 3(4).
<https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/4959>

Bunga Fefiana Mustikasari, Nuril Kusuma Wardani, & Rizki Yulianingrum Pradani. (2025). Eksplorasi Motif Topeng Malangan sebagai Upaya Pelestarian Budaya melalui Pengembangan Material Fesyen. *GESTALT*, 7(1), 41–52. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v7i1.379>

Cahyadi, D., Maulana, A. R., & Ginting, D. A. (2022). Media Promosi Desain Booklet Company Profile Pada PT. Komara Putra Manggala. *CICES*, 8(1), 1–13. <https://doi.org/10.33050/cices.v8i1.2118>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Canva, C. (2026, Juli 2). *Canva's Content License Agreement*.
<https://www.canva.com/policies/content-license-agreement/>
- Carina, N., Anggraini, D., Suteja, M. S., & Gandha, M. V. (2020). Peningkatan Fasilitas Taman Baca RPTRA Abdi Praja Pesanggrahan—Jakarta Selatan. *Jurnal Bakti Masyarakat Indonesia*, 3(1), 61–71.
<https://doi.org/10.24912/jbmi.v3i1.8040>
- Darmawan, R. M. A., & Swasty, W. (2018). Perancangan Ulang Logo dan Media Promosi CV. Kinandang Putera sebagai Penguatan Identitas Visual. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 4(02), 157–172. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v4i02.1613>
- Dewangga, S., & Cempaka, G. (2025). Perancangan visual buku ilustrasi sebagai media pengenalan tarian nusantara untuk anak-anak SD oleh Sanggar Tari Svadara (Bag. 1). *Inside Jurnal Desain Interior (Visual Identity)*, 3(1), 1–20.
- Dillon, L., Utami, R., & Arviansyah, S. M. (2026). Perancangan Visual Branding Dan Strategi Komunikasi Pada Pusat Olahraga The Green Center Medan. *Jurnal Penelitian Inovatif*, 6(2), 947–958.
<https://doi.org/10.54082/jupin.2294>
- Dzikrifani, N. (2026). Warna: Representasi Perubahan Employer Branding Digital pada Akun @sosrocareer. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 7(1), 62–71. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v7i1.6908>
- Fadhilah, R. (2025). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Produk Kahf di Kota Bekasi.



Hak Cipta :

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

Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen, 3(3), 211–222.
<https://doi.org/https://doi.org/10.61722/jiem.v3i3.4061>

Faisal, M. I., Hartoyo, H., & Yuliati, L. N. (2025). Pengaruh *Live Streaming* dan E-Service Quality terhadap Keputusan Pembelian Produk Fast Fashion Generasi Z di *E-Commerce* Shopee. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, 10(3), 3332–3347.
<https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v10i3.57945>

Febrian, A. I., & Aryanto, H. (2022). Perancangan Media Promosi Nanistika Homemade Bakery. *Jurnal Barik*, 3(3), 208–220.
<https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jdkv.v3i3.48146>

Ferdiansyah, M. R., Martin, D., & Bangun, D. A. N. (2023). Perancangan Media Promosi PT Ikapunija Pakar Mandiri untuk Meningkatkan Brand Awareness. 01(02).

Fiona, D. R., & Hidayat, W. (2020). Pengaruh Promosi penjualan dan E-Service Quality terhadap Minat Beli Ulang Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi pada pelanggan Gopay di Jabodetabek). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 9(1), 333–341. <https://doi.org/10.14710/jiab.2020.26434>

Firmansyah, F. (2024). Pengaruh Harga, Desain Produk, Promosi, dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Helm KYT di Sidoarjo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 2(2), 552–565.
<https://doi.org/https://doi.org/10.572349/neraca.v2i2.1052>

Freepik, M. (2026, Juli 2). *Licenses and attribution*. Magnific Docs.
https://www.magnific.com/ai/docs/licenses-attribution?utm_source



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Girdayanto, T. M., Andry, J. F., Limawal, I. I., Debby, F., & Jubiko, J. (2022). Analisis User Interface pada *Website* Bukalapak dengan Metode Heuristic. *Narada : Jurnal Desain dan Seni*, 9(1), 37–52. <https://doi.org/10.22441/narada.2022.v9.i1.003>
- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan, dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Daring di Aplikasi Bukalapak pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *JOURNAL OF APPLIED BUSINESS ADMINISTRATION*, 2(1), 152–165. <https://doi.org/10.30871/jaba.v2i1.763>
- Harun, A. K. (2022). Perancangan Media Promosi Kedai Rainbow di Batang. *Imajinasi: Jurnal Seni*, 16(2), 49–56. <https://doi.org/https://doi.org/10.15294/imajinasi.v16i2.41730>
- Hastuti, S., & Hadi, T. G. (2023). Analisis preferansi konsumen pada produk gatsby face care pt. Mandom indonesia tbk. *Lisyabab : Jurnal Studi Islam dan Sosial*, 4(2), 129–146. <https://doi.org/10.58326/jurnallisyabab.v4i2.188>
- Hayati, N. R., Ependi, M., Putra, R. A., & Wildan, Md. (2024). Design Thinking: An Analysis in Business Education. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 5(1), 25–33. <https://doi.org/10.15575/jim.v5i1.33389>
- 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>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Hidayatuloh, S., Kusumaningtyas, R. H., & Aziati, Y. (2021). Analisis Pengaruh User Experience Terhadap Kepuasan Pengguna Mobile Application *E-Commerce* Shopee Menggunakan Model Delone & Mclean. *Applied Information System and Management (AISM)*, 2(2), 77–80. <https://doi.org/10.15408/aism.v2i2.20159>
- Huda, A. S., Apriyanto, M. F., Arsita, A., & Km, J. P. (2022). Foto Iklan sebagai Media Promosi Produk “Ah Lurik.” *Journal of Photography, Arts, and Media*, 6(1), 57–66. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/specta.v6i1.5633>
- Jeharu, V. A. N. (2022). Digital Creative Labour: Prosumsi Desainer Grafis Kontributor dalam Platform Microstock Freepik. *Retorik: Jurnal Ilmu Humaniora*, 9(2), 133–156. <https://doi.org/10.24071/ret.v9i2.3491>
- Kasadah, K., & Roosdhani, M. R. (2025). Pengaruh Product Knowledge Terhadap Purchase Decision Dimediasi Oleh *Brand Trust* Dan *Perceived Value* (Studi Pada Unniqe Store Jepara). *Jurnal Ekuilnomi*, 7(2), 505–516. <https://doi.org/10.36985/aa21bx42>
- Kurli, A., Hidayat, I., Suharyanto, D. F., Prayoga, A. P., Mubin, A. N., & Putra, D. F. (2025). Optimalisasi Desain dan Komunikasi Pemasaran melalui Platform *E-Commerce* Produk Bawang Merah Varietas Rubaru sebagai Komoditi Unggulan Pertanian Sumenep. *Jurnal Pertanian Terpadu*, 13(2), 317-330. <https://doi.org/https://doi.org/10.36084/jpt..v13i2.699>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Kurniawati, A., & Ariyani, N. (2022). Strategi Promosi Penjualan pada Marketplace Shopee. *PROPAGANDA*, 2(1), 65–79. <https://doi.org/10.37010/prop.v2i1.514>
- Kusuma Wardana, A., Sulistyawati Handayani, D., Ribka Kaunang, R., & Parani, R. (2024). Komunikasi Pemasaran Terpadu dalam Era Digital: Peran Teknologi dan Respons Masyarakat. *Co-Value Jurnal Ekonomi Koperasi dan kewirausahaan*, 14(11), 120–135. <https://doi.org/10.59188/covalue.v14i11.4326>
- Lip Son, & Deli, D. (2023). Pengaruh Fotografi Produk Sepatu terhadap Minat Beli Masyarakat dengan Blind Test. *TEKNIMEDIA: Teknologi Informasi dan Multimedia*, 4(2). <https://doi.org/10.46764/teknimedia.v4i2.135>
- Lutfiani, N., Aini, Q., Rahardja, U., Septiani, N., & Gunawan, I. K. (2023). Desain Aplikasi *Software as a Service* sebagai Layanan Perbelanjaan Online. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(02), 181–194. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i02.5242>
- Mastuti, H. (2026). Strategi Manajemen Pemasaran dalam Meningkatkan Daya Saing Perusahaan di Era Digital. *Journal of Contemporary Research*, 03(01), 85–95. <https://doi.org/https://doi.org/10.61253/wa359c90>
- Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *JURNAL VISUAL IDEAS*, 2(2), 70–75. <https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Moersid, R. A., & Faiz, A. (2024). Peranan Desain Kemasan Produk dalam Meningkatkan Pemasaran Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM) pada Program Bedah Desain Kemasan 2023—Batch 14, Semarang (Bedakan). *JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 5(1).
<https://jurnal2.isi-dps.ac.id/index.php/amarasi/article/view/2982>
- Muhamad, F. (2023). Analisis Karakter Visual Ryder pada Serial Animasi Televisi Paw Patrol. *Jurnal Desain*, 10(3), 646–655.
<https://doi.org/10.30998/jd.v10i3.17701>
- Muqoddas, A., Yogananti, A. F., & Bastian, H. (2020). Usability User Interface Desain pada Aplikasi Ecommerce (Studi Komparasi Terhadap Pengalaman Pengguna Shopee, Lazada, dan Tokopedia). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(1), 73–82.
<https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i1.3194>
- Muttaqin, A. N., & Lubis, M. (2025). Penerapan Law of UX dalam Analisis Desain Antarmuka Aplikasi Shopee. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi*, 7(2), 775–787.
<https://doi.org/https://doi.org/10.52005/jursistekni.v7i2.473>
- Nadia, T. A. D., Wijaya, R., & Nurjannah, D. (2021). The Effect of *Website* Quality, Sales Promotion and *Social Media* on Purchase Decisions on Lazada *E-Commerce* Sites. *Jamanika (Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan)*, 1(4), 290–298.
<https://doi.org/10.22219/jamanika.v1i4.17646>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Nidha, F. Q., Yulianti, I., & Warman, R. A. (2025). Pembuatan *Background* dengan Skema Monokromatik untuk Membangun Suasana Dramatis pada Film “*Contrast: Two Sided Life.*” *Journal of Animation and Games Studies*, 11(2), 131–152. <https://doi.org/https://doi.org/10.24821/jags.v11i2.14385>
- Novarianto, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019a). Pengaruh *Point of Purchase* terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di Carrefour Tamini Square. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 73. <https://doi.org/10.37535/101006120195>
- Novarianto, A. F., Kurniawan, F., Ruliana, P., & Irwansyah, I. (2019b). Pengaruh *Point of Purchase* terhadap Keputusan Pembelian Tidak Terencana di Carrefour Tamini Square. *Communicare : Journal of Communication Studies*, 6(1), 73–86. <https://doi.org/10.37535/101006120195>
- Novyanti, R., & Ahyati, I. U. (2025). Analisis Strategi Segmenting, *Targeting*, dan *Positioning* (STP) dalam Meningkatkan Daya Saing Program Studi Bisnis Digital Politeknik Negeri Banjarmasin. *INTEKNA Jurnal Informasi Teknik Dan Niaga*, 25(1), 1–8.
- Nugraha, A. E. S., & Pandanwangi, B. (2023). Strategi Perancangan Visual Branding sebagai Media Promosi Pasar Bekonang. *Jurnal Sanggitarupa*, 3(1), 27–37. <https://doi.org/10.33153/sanggitarupa.v3i1.4849>
- Nurchahyo, M. (2022). Kajian Peran Sketsa dalam Proses Kreatif dan Pendidikan Desain (Kasus Pengalaman Belajar Desain di Era Digital). *Lintas Ruang:*



Hak Cipta :

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

Jurnal Pengetahuan dan Perancangan Desain Interior, 10(2), 86–97.
<https://doi.org/10.24821/lintas.v10i2.7199>

Nurlaili, R. E., & Badi'ah, R. (2025). Pengaruh *Live Streaming*, Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Kepuasan Pelanggan pada Konsumen Produk Somethinc. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 27(1), 102–123.

Nuryani, H. S. (2025). Strategi Digital Marketing: Dampak Influencer, Iklan Berbayar, dan Desain Visual terhadap Perilaku Pembelian Konsumen: Digital Marketing Strategies: The Impact of Influencers, Paid Ads, and Visual Design on Consumer Purchasing Behavior. *E-Journal Al Dzahab*, 6(2), 150–166. <https://doi.org/10.32939/dhb.v6i2.5815>

Pamungkas, F. P., & Anggarini, D. R. (2024). Pengaruh Diskon dan Free Ongkir terhadap Keputusan Pembelian melalui *E-Commerce* (Studi Kasus Shopee) di Bandar Lampung. *Jurnal Ekonomi Efektif*, 6(4), 571–580.
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.32493/JEE.v6i4.43302>

Pranoto, R. & Mahimma Romadhona. (2023). Perancangan Konten Ilustrasi Instagram Rumah Generasi Pemenang Sebagai Upaya Membangun Kesadaran Keagamaan. *Journal of Creative Student Research*, 1(6), 147–159. <https://doi.org/10.55606/jcsrpolitama.v1i6.2939>

Puspaningrum, M. D., Lukitasari, E. H., & Wibowo, Y. (2025). Desain *layout* untuk majalah sekolah digital di SMKN Jenawi Karanganyar. *Jurnal Desain*, 12(2), 429. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i2.24021>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Putra, A., Saputra, E. A., Arsyah, M., Adhetia, P. A., Ramli, A., Kautsara, R., & Nuryadi, P. (2025). Pengaruh Desain Komunikasi Visual dalam Meningkatkan Keberhasilan Pemasaran Produk di Era Digital. *HUMANUS: Jurnal Sosiohumaniora Nusantara*, 2(2), 197–209.
- Putra, I. P. R. K., Putra, G. B. S., & Kharismawan, P. G. S. (2025). Perancangan Media Promosi Hotel Sahadewa Resort & Spa Ubud Bali. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(1), 140–154. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v6i1.5404>
- Putra, K. A. G. K., & Seminari, N. K. (2020). Kualitas Produk, Kualitas Layanan, dan Kewajaran Harga Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Old Champ Cafe. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(10), 3423. <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i10.p01>
- Putra, M. E. P., & Marianto, M. D. (2024). Perancangan Penjenamaan Visual sebagai Media Promosi Wisata Kabupaten Ogan Komering Ilir Sumatera Selatan. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 9(4), 465–475. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v9i4.8315>
- Putra, S., Ranidiah, F., & Yulinda, A. T. (2020). Pengaruh Point of Purchase (POP) terhadap Keputusan Pembelian Produk Pakaian di PT. Matahari Department Store Kota Bengkulu. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis*, 8(2), 192–204. <https://doi.org/10.37676/ekombis.v8i2.1085>
- Putra, Y. S., & Pratama, S. A. (2022). Pengembangan Product Awareness dan Pemasaran Digital pada UMKM Enting-Enting Gepuk “Cap Dua Pohon



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Kelapa” Salatiga. *jurnal Abdi Makarti*, 1(1), 1.
<https://doi.org/10.52353/abdimakarti.v1i1.267>

Putri, R. P., & Fasa, M. I. (2025). Transformasi Digital: Dampak *E-Commerce* terhadap Perkembangan E-Business di Indonesia. *Journal of Social Science and Multidisciplinary Analysis*, 2(2), 20–31.
<https://doi.org/10.59827/jossama.v2i2.51>

Rafli, M., Susanti, I., & Kharisma, V. (2025). Redesign Logo Usaha Frozen Food D2D Frozen Food untuk Meningkatkan Citra dengan Logo Baru. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 6(2), 215–229.
<https://doi.org/10.59997/amarasi.v6i2.5518>

Rahmadiano, S. A., Putra Prasetya, B. P., & Soen, W. (2023). Perancangan Aset Visual 3D Virtual Reality (VR) Gedung Universitas Ma Chung Sebagai Media Pengenalan Mahasiswa Baru. *Citradirga: Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Intermedia*, 5(02), 75–85.
<https://doi.org/10.33479/cd.v5i02.852>

Rahmat, S., & Sasmita, H. O. (2026). *Pemanfaatan Desain Grafis dalam Pemasaran Media Cetak Below the Line di PT. XYZ*. 9.

Rahmawati, S. D., Wardiningsih, S. S., & Alviola, S. (2025). Pendampingan Transformasi Digital dan Branding UMKM Telur Asin Boyolali di Era Digital. *Amalee Indonesian Journal of Community Research and Engagement*, 6(2), 465–476.
<https://doi.org/https://doi.org/10.37680/amalee.v6i2.8275>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Rochmawati, I. (2019). Analisis User Interface Situs Web iwearup.com. *Visualita: Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 7(2), 31–44.
<https://doi.org/10.33375/vslt.v7i2.1459>
- Sa'adah, S. N., Alfiah, R., Hidayah, N., Zikrinawati, K., & Fahmy, Z. (2024). Pengaruh Komunikasi Persuasif Influencer terhadap Keputusan Pembelian di TikTok Shop. *Investama : Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 9(2), 209–220.
<https://doi.org/10.56997/investamajurnalekonomidanbisnis.v9i2.919>
- Saerang, R., Gunawan, E. M., & Rogi, M. (2024). Peranan Transformasi Digital Pada Keberlangsungan Usaha UMKM di Kota Manado. *Manajemen dan Kewirausahaan*, 5(2), 169–184. <https://doi.org/10.53682/mk.v5i2.10527>
- Sampepajung, D. C. (2018). Analisis Efektivitas Promosi Penjualan Point of Purchase Displays dan Hadiah Langsung terhadap Volume Penjualan PT. Coca-Cola Amatil Indonesia – Sales Center Makassar. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 14(1), 35–49.
<https://doi.org/10.26487/jbmi.v14i1.2457>
- Santosa, K. I. M. R., & Wahyu, A. P. (2024). Perancangan Ilustrasi sebagai Media Promosi dan Visual Branding Pantai Cibuaya. *Jurnal Desain*, 11(2), 292.
<https://doi.org/10.30998/jd.v11i2.17398>
- Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal Pendidikan Multimedia*, 2(1), 45–55.
<https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Setiadi, S. N. (2024). Analisa Desain Karakter Happy Tree Friends yang Bertolak Belakang terhadap Target *Audience* dan Adegan Sadisnya. *TUTURRUPA*, 6(2), 70–80. <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v6i2.11284>

Setyaningsih, R., & Wulandari, H. (2020). Analisis SWOT Daya Saing Sekolah: Studi Kasus di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Pasir Penyus Indragiri Hulu, Riau. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN*, 8(1), 46–52. <https://doi.org/10.33751/jmp.v8i1.1965>

Situmorang, A. B. T., & Suryani, W. (2025). Pengaruh Online Visual Merchandising Dan Promosi Penjualan Online Terhadap Impulse Buying Di Aplikasi Tokopedia. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis (JIMBI)*, 6(2), 196–205. <https://doi.org/10.31289/jimbi.v6i2.5751>

Soewardikoen, D. W., & Fauzy, M. T. (2020). Perangkat Visual Iklan Pop Up di Smartphone. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 6(02), 135–146. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v6i02.3357>

Streit, A. K., & Seputro, V. N. (2024). Perancangan Kartu Permainan “Mitkit” Tentang Mitigasi Bencana Alam untuk Anak Usia 9–12 Tahun. *ANDHARUPA*, 10(02), 286–306. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i02.6968>

Sugandi, Z. A. W., & Isnaini, K. N. (2023). Perancangan Antarmuka Pengguna dan Pengalaman Pengguna dari Aplikasi Marketplace Bahan Makanan Dapur: Metode User-Centered Design. *Jurnal Sistem dan Teknologi Informasi (JustIN)*, 11(3), 571. <https://doi.org/10.26418/justin.v11i3.67793>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Suminto, M. A., Dewanto, T. H., & Riqqoh, A. K. (2024). *Legibility dan Readability* Informasi dalam Perancangan Brosur Digital dengan Mengintegrasikan Teknologi Augmented Reality (AR). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 10(04), 562–584. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i04.11190>
- Surya, R. M. A., Ramdani, D. C., Imaman, I., & Amrulloh, A. (2023). Analisis Peran Desain UI terhadap Kepuasan Pengguna di *Website* Tokopedia. *JIKO (Jurnal Informatika dan Komputer)*, 7(2), 251. <https://doi.org/10.26798/jiko.v7i2.835>
- Suryaningtyas, V. W., Nugroho, R. A., Cahyono, S. P., Nababan, M. R., & Santosa, R. (2019). Evaluasi Apraisal Teks dan Semiotika Visual pada Brosur Promosi Daerah Tujuan Wisata Bilingual. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(02), 187–209. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i2.2571>
- Swasty, W., & Utama, J. (2017). Warna sebagai Identitas Merek pada *Website*. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 3(01), 1–16. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v3i01.1294>
- Syafarinda, A. (2025). Pengaruh Content Marketing, *Live Streaming*, dan Online Customer Review terhadap Keputusan Pembelian TikTokShop di Lamongan. *Arthavidya Jurnal Ilmiah Ekonomi*, 27(1), 86–101.
- Tamado Simon Sagala. (2024). Analisis Komunikasi Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepeda Motor Honda Beat pada Pt. Indostar



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

Sukses Mandiri. *MAMEN: Jurnal Manajemen*, 3(2), 146–154.
<https://doi.org/10.55123/mamen.v3i2.3674>

Ulfah, C., & Yulianita, N. (2024). Pemanfaatan Platform *E-commerce* sebagai Media Promosi Dunia Fashion dalam Pasar Digital. *AVANT GARDE*, 12(1).

Umar, W. N., Latief, M., Lahinta, A., & Kadim, A. A. (2022). Pengembangan Media Pembelajaran Interaktif Berbasis Lectora Pada Materi Unsur Warna Cmyk & Rgb Dan Format Gambar. *INVERTED: Journal of Information Technology Education*, 2(2), 54–65.

Usman, I. (2025). Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek. *J-DIKUMSI Jurnal Pendidikan, Hukum, Komunikasi*, 1(1), 14–25.
<https://doi.org/https://doi.org/10.69623/j-dikumsi.v1i1.44>

Utari, F. (2025). Identitas Visual Krerora Tekstil: Rancangan dan Pengaplikasiannya. *Jurnal DeKaVe*, 18(2), 157–173.
<https://doi.org/10.24821/dkv.v18i2.14932>

Watajdid, N. I., Lathifah, A., & Andini, D. S. (2021). Systematic Literature Review: Peran Media Sosial terhadap Perkembangan Digital Marketing. *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*, 20(2), 163–179.
<https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jspi.v20i2.163-179>

Yasa, N. P. D. (2022). Perancangan Karakter dan Desain Latar untuk Aset “Game: Petualangan Ikan Badut.” *Jurnal Tanra Desain Komunikasi Visual*, 9(2), 151–160.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

- Yogananti, A. F., Hasyim, N., & Muqoddas, A. (2019). Efficiency Perubahan Desain *Layout* pada *Website* Responsif Surat Kabar di Indonesia terhadap Pengguna (Studi Kasus: *Website* Kompas, JPNN, dan Republika). *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 5(01), 83–101. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v5i01.1987>
- Yulianti, R. (2025). Konten Visual Instagram sebagai Media Promosi pada Komunikasi Pemasaran dalam Membangun Brand *Image* Kamaleens. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 43–52. <https://doi.org/https://doi.org/10.31848/kosa.v3i1.4301>
- Yulius, Y. (2022). Tinjauan Unsur Visual Desain Poster Iklan Layanan Masyarakat ‘Yuk Kurangi Sampah Plastik Mu.’ *Visualita Jurnal Online Desain Komunikasi Visual*, 10(02), 34–50. <https://doi.org/10.34010/visualita.v10i02.6345>
- Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2), 111–116. <https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>
- Yuwono, A. R., & Anggraeni, N. S. (2023). Persepsi Elemen Visual dan *Layout* User Interface Aplikasi Alfa Gift dan Klik Indomaret. *Gestalt: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 55–72. <https://doi.org/10.33005/gestalt.v5i1.135>
- Zararosa, G. A., & Khasanah, I. (2023). Peran Minat Beli Sebagai Variabel Intervening Pada Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk, dan Promosi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Studi Manajemen Organisasi*, 20(2), 59–72. <https://doi.org/10.14710/jsmo.v20i2.57997>



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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

L-1. LOGBOOK BIMBINGAN

Nama Bimbingan	Materi yang dibahas	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To do Next
Bimbingan ke-1	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Profil Klien Tujuan penelitian	February 12, 2026	mulai mengerjakan bab 1	Menyusun <i>draft</i> awal BAB I (Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup, Tujuan dan Manfaat, Sistematika Penulisan).
Bimbingan ke-2	Latar Belakang Tujuan penelitian Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Profil Klien	February 20, 2026	Revisi latar belakang sesuai struktur: fenomena usaha, media, urgensi desain, profil/permasalahan klien, <i>state of the art</i> , dan solusi.	Revisi latar belakang sesuai struktur.
Bimbingan ke-3	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan	February 27, 2026	Gabungkan fenomena usaha dan media, perbarui <i>state of the art</i> , serta revisi ruang lingkup <i>key visual</i> pada <i>marketing collateral</i> .	Gabungkan fenomena, revisi <i>state of the art</i> , dan ruang lingkup.
Bimbingan ke-4	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	March 26, 2026	Perluas referensi, gunakan teori media promosi, hapus <i>brand awareness</i> , dan sederhanakan subbab desain grafis.	Revisi sesuai catatan pembimbing



© 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

Bimbingan ke-5	Mencari data <i>consumer insight</i> Profil Klien	March 31, 2026	mulai mengerjakan bab 3 berdasarkan hasil observasi, wawancara klien, dan penyebaran kuesioner	Revisi sesuai catatan pembimbing
Bimbingan ke-6	Analisis <i>SWOT</i> <i>Product Knowledge</i> Analisis <i>Positioning</i> Analisis <i>consumer insight</i> <i>Target Audience</i> Analisis kompetitor	April 9, 2026	• Subbab metode pengumpulan data sudah tidak diperlukan pada format dokumen saat ini. • Terdapat perbedaan rentang umur antara wawancara manajer (18-24 tahun) dan kuesioner (17-25 tahun). Gunakan data kuesioner sebagai acuan.	• Hapus subbab metode pengumpulan data dari dokumen. • Tetapkan target <i>audiens</i> berdasarkan data hasil kuesioner responden.
Bimbingan ke-7	Analisis <i>SWOT</i> <i>Product Knowledge</i> Analisis <i>Positioning</i> Analisis <i>consumer insight</i> <i>Target Audience</i> Analisis kompetitor	April 10, 2026	Tambahkan USP dan varian produk, perbaiki <i>Strength/Weakness</i> , susun strategi dari <i>SWOT</i> , pindahkan <i>guideline</i> bila tidak ada data, dan fokuskan <i>Key Message</i> pada <i>benefit</i> produk.	Tambahkan USP/varian produk, perbaiki <i>SWOT</i> dan <i>axis</i> , rangkum strategi, pindahkan <i>guideline</i> , serta ringkas <i>Key Message</i> dan <i>Tone and Manner</i> .
Bimbingan ke-8	Arahan Kreatif, <i>Creative Brief</i> , <i>Key Message</i> , <i>Tone and Manner</i>	Mei 7, 2026	Perjelas arahan kreatif agar konsep perancangan lebih terarah. <i>Key message</i> perlu difokuskan pada <i>benefit</i> produk, sedangkan <i>tone and manner</i> disesuaikan dengan karakter GATSBY yang <i>strong</i> , <i>bold</i> , <i>modern</i> , tegas, dan energik.	Revisi <i>creative brief</i> , susun ulang <i>key message</i> , lengkapi <i>mandatory elements</i> , dan mulai arahkan konsep <i>visual</i> sesuai karakter <i>brand</i> GATSBY.



© 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

Bimbingan ke-9	Konsep Visual, <i>Mind Map</i> , <i>Moodboard</i> , Sketsa Alternatif	Juni 1, 2026	Kembangkan konsep <i>visual</i> dari <i>keyword</i> utama agar desain memiliki arah yang jelas. <i>Moodboard</i> dan sketsa perlu menunjukkan gaya <i>visual</i> yang konsisten, dinamis, serta sesuai dengan media promosi <i>GATSBY Official Store</i> .	Rapikan <i>mind map</i> dan <i>moodboard</i> , pilih sketsa yang paling sesuai, lalu kembangkan alternatif desain untuk media digital dan cetak.
Bimbingan ke-10	Desain Terpilih, Media Digital, Media Cetak, <i>Layout</i>	Juni 11, 2026	Perbaiki konsistensi <i>layout</i> , warna, tipografi, <i>visual</i> produk, dan <i>call-to-action</i> pada seluruh media. Setiap desain perlu memiliki <i>hierarki visual</i> yang jelas agar informasi promosi mudah dibaca oleh <i>audiens</i> .	Revisi desain terpilih, samakan gaya <i>visual</i> pada media digital dan cetak, serta perbaiki komposisi elemen agar lebih rapi dan komunikatif.
Bimbingan ke-11	<i>Mockup</i> , <i>Prototype</i> , <i>Final Artwork</i> , Pertimbangan Produksi	Juni 15, 2026	Cek kembali ukuran media, keterbacaan teks, ketepatan warna, kualitas gambar, dan penempatan <i>QR code</i> . <i>File final artwork</i> juga perlu disiapkan dengan format yang sesuai agar siap digunakan untuk kebutuhan cetak maupun digital.	Finalisasi <i>mockup</i> dan <i>prototype</i> , perbaiki detail <i>visual</i> yang masih kurang, cek ulang ukuran <i>file</i> , serta siapkan <i>final artwork</i> untuk seluruh media promosi.
Bimbingan ke-12	Evaluasi Desain, Revisi Media Promosi, <i>Mockup</i> Akhir, Kelengkapan Karya	Juni 26, 2026	Lakukan pengecekan akhir pada seluruh hasil desain agar konsisten dari segi warna, <i>layout</i> , tipografi,	Rapikan seluruh desain akhir, lengkapi <i>mockup</i> media digital dan cetak, periksa kembali <i>file</i> karya.



© 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





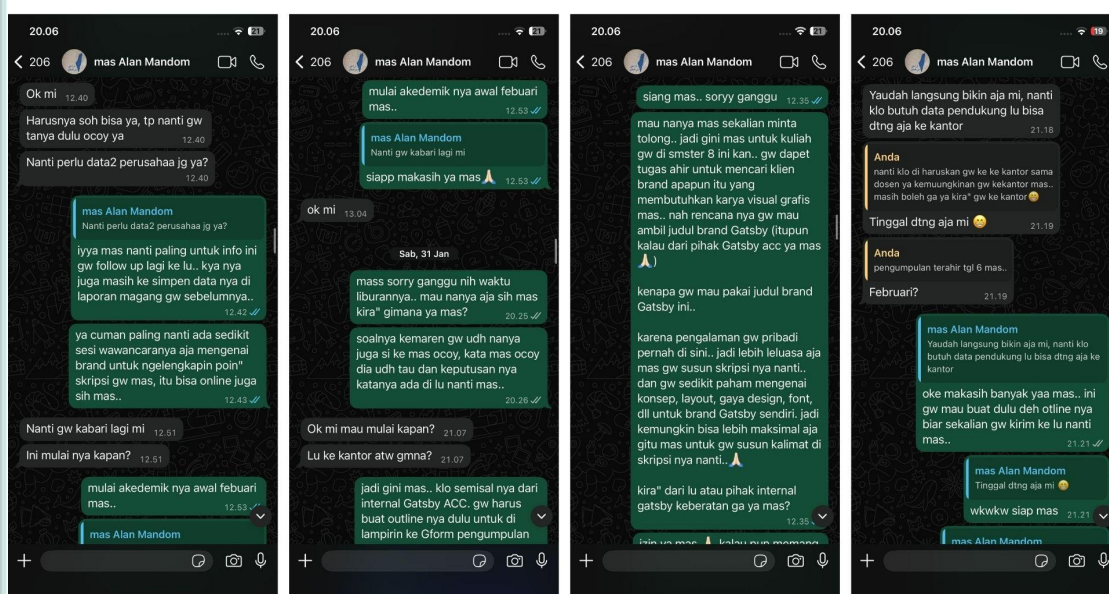
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

L-2. TRANSKRIP WAWANCARA

Tanggal : 19 Januari 2026
 Narasumber : Alan Maulana
 Jabatan : *Officer Creative*
 Wawancara : Membahas *project* untuk penelitian Tugas Akhir melalui *Online Chat Whatsapp*



[19/01/26, 12.34.59]

Fahmi : Selamat siang, Mas. Mohon maaf mengganggu waktunya.

[19/01/26, 12.35.18]

Fahmi : Saya ingin bertanya sekaligus meminta

tolong, Mas. Untuk perkuliahan saya di semester 8 ini, saya mendapat tugas akhir untuk mencari klien dari *brand* apa pun yang membutuhkan karya *visual* grafis. Rencananya, saya ingin mengambil judul dengan *brand* GATSBY (itu pun jika dari pihak GATSBY berkenan menyetujuinya ya, Mas 🙏). Alasan saya ingin menggunakan judul *brand* GATSBY ini, karena pengalaman pribadi saya yang pernah magang di sini, jadi saya merasa akan lebih leluasa saat menyusun skripsi nantinya, Mas.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Saya juga sedikit memahami mengenai konsep, tata letak, gaya desain, *font*, dan sebagainya untuk *brand* GATSBY sendiri. Harapannya, hasil susunan kalimat di skripsi saya nanti bisa lebih maksimal, Mas 🙏. Kira-kira dari Mas Alan atau pihak internal GATSBY apakah merasa keberatan?

[19/01/26, 12.35.34]

Fahmi : Mohon izin ya, Mas 🙏. Kalaupun memang dari pihak internal GATSBY tidak setuju, juga tidak apa-apa, Mas.

[19/01/26, 12.40.04]

Mas Alan : Baik, Mi.

[19/01/26, 12.40.18]

Mas Alan : Seharusnya bisa ya, tapi nanti saya tanyakan dulu ke Ocoy ya.

[19/01/26, 12.40.38]

Mas Alan : Nanti perlu data-data perusahaan juga ya?

[19/01/26, 12.42.10]

Fahmi : Iya mas, nanti untuk informasi ini saya akan *follow up* lagi. Sepertinya juga masih tersimpan datanya di laporan magang saya sebelumnya.

[19/01/26, 12.43.35]

Fahmi : Mungkin nanti akan ada sedikit sesi wawancara mengenai *brand* untuk melengkapi poin-poin skripsi saya, mas. Itu bisa dilakukan secara *online* juga.

[19/01/26, 12.51.15]

Mas Alan : Nanti saya kabari lagi ya, Mi.

[19/01/26, 12.51.23]

Mas Alan : Ini mulainya kapan?

[19/01/26, 12.53.17]

Fahmi : Mulai akademiknya awal Februari, mas.

[19/01/26, 12.53.25]

Fahmi : Siap, terima kasih ya mas 🙏

[19/01/26, 13.04.41]



© 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

Mas Alan : Oke, Mi.

[31/01/26, 20.25.05]

Fahmi : Mas, mohon maaf mengganggu di waktu liburannya. Saya ingin menanyakan, kira-kira bagaimana ya, mas?

[31/01/26, 20.26.29]

Fahmi : Soalnya kemarin saya juga sudah menanyakan ke Mas Ocoy, dan beliau sudah mengetahui. Katanya keputusan ada di mas nantinya.

[31/01/26, 21.07.10]

Mas Alan : Oke Mi, mau mulai kapan?

[31/01/26, 21.07.18]

Mas Alan : Kamu ke kantor atau bagaimana?

[02/02/26, 08.21.25]

Mas Alan : Ini waktunya berapa lama?

[02/02/26, 08.24.17]

Fahmi : Di bulan April mas proses desainnya, untuk selesai desainnya kemungkinan sampai tugas akhir saya selesai di bulan Juli.

[02/02/26, 08.26.19]

Fahmi : Atau mungkin ada rekomendasi lain mas terkait *project* yang tidak terlalu *urgent*, misalnya GATSBY memiliki rencana desain tertentu untuk 3–4 bulan ke depan.

[02/02/26, 08.40.39]

Mas Alan : Ini *brand profile* yang kamu maksud seperti apa, Mi? Saya belum terlalu kebayang. *Brand book guideline* bukan?

[02/02/26, 08.40.58]

Mas Alan : Lalu ini data profil klien kamu dapat dari mana?

[02/02/26, 08.42.49]

Mas Alan : Kalau usulan saya, kamu membuat majalah hair



© 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

styling, jadi majalah tentang berbagai gaya rambut yang di-*styling* menggunakan produk GATSBY.

[02/02/26, 08.46.03]

Fahmi : Bisa sih mas mengarah ke *guideline brand*, tetapi *brand profile* itu mencakup seperti sejarah/history serta karakteristik produk-produk GATSBY.

[02/02/26, 08.47.15]

Fahmi : Untuk data, saya ambil dari laporan magang sebelumnya, mas. Kalau tidak salah juga saya lihat di *website*. Namun untuk profil klien hanya formalitas saja karena ini masih tahap pengajuan judul.

[02/02/26, 08.50.24]

Fahmi : Wah boleh juga sih mas, saya mengikuti saja kebutuhan dari tim GATSBY. Namun untuk buku majalah *hair style* tetap fokus pada produk GATSBY di setiap gaya rambut yang berbeda ya, mas?

[02/02/26, 08.51.22]

Fahmi : Soalnya judul tugas akhir saya kliennya GATSBY, jadi pasti berkaitan dengan *brand*...

[02/02/26, 09.03.37]

Fahmi : Namun untuk buku *brand profile* nanti sepertinya juga ada *visual* gaya rambutnya, karena mencakup identitas masing-masing produk, jadi lebih detail dibandingkan majalah *hair styling*.

[02/02/26, 09.55.26]

Mas Alan : Kalau seperti itu tidak bisa dipublikasikan, Mi, karena itu bersifat *confidential* hanya untuk internal perusahaan. Karya desain harus bisa dipublikasikan agar terlihat efektivitas dan *problem solving*-nya.

[02/02/26, 09.55.53]

Mas Alan : Oh gitu.

[02/02/26, 09.56.17]



© 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

Mas Alan : Iya tetap GATSBY fokusnya di *hair styling*.

[02/02/26, 09.56.49]

Mas Alan : Ini juga berkaitan dengan *brand* dan klien GATSBY.

[02/02/26, 09.58.12]

Mas Alan : Ini terlalu luas, Mi, karena GATSBY memiliki banyak kategori dan seri produk.

[02/02/26, 09.59.02]

Mas Alan : Kalau misalnya desain yang kamu buat diproduksi untuk *dummy*, biaya produksinya dari kamu sendiri ya?

[02/02/26, 10.04.03]

Fahmi : Oh begitu ya mas, berarti *brand profile* bukan menjadi prioritas dan ada bagian *confidential*-nya. Baik mas, saya paham. Berarti kita fokus ke majalah *hair styling* dengan produk GATSBY saja ya mas.

[02/02/26, 10.05.46]

Fahmi : Bukan dari ChatGPT mas, hanya pengolahan kalimat untuk bagian awal *project background* saja. Untuk data dan profil perusahaan bukan dari AI, wkwkwk.

[02/02/26, 10.08.01]

Fahmi : Iya juga ya mas, nanti saya bisa kewalahan karena produk GATSBY

cukup banyak 🤔 Berarti untuk majalah *hair styling* fokus pada produk *hair styling* saja ya mas? Untuk kategori lain seperti *fragrance*, *face wash*, *body wash*, dan lainnya tidak perlu ya mas?

[02/02/26, 10.10.25]

Fahmi : Iya mas, untuk biaya menggunakan dana pribadi saya. GATSBY hanya sebagai klien dan mendukung jalannya tugas akhir saya 😊

[02/02/26, 10.11.52]

Fahmi : Baik mas, berarti ini saya revisi dulu ya untuk judul perancangan media publikasinya.

[02/02/26, 10.16.49]



© 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

Mas Alan : Sebentar, Mi.

[02/02/26, 10.19.12]

Mas Alan : Tadi saya diskusi dengan Ocoy, kalau majalah *hairstyling* risikonya cukup besar, takutnya tidak selesai dalam waktu 3 bulan dan biaya *produksinya* juga besar.

[02/02/26, 10.20.40]

Mas Alan : Kalau media digital dari kampus kamu diperbolehkan atau harus cetak?

[02/02/26, 10.21.51]

Mas Alan : Kalau boleh, saya sarankan kamu mengerjakan *e-commerce* GATSBY *official store* karena risikonya lebih rendah dan biaya produksi lebih ringan.

[02/02/26, 10.22.09]

Fahmi : Bisa mas, tetapi harus ada *project* pendukung media cetaknya.

[02/02/26, 10.22.49]

Mas Alan : Soalnya GATSBY belum punya *official store*.

[02/02/26, 10.22.53]

Fahmi : GATSBY *official store* sudah ada di *Shopee* sekarang 😊

[02/02/26, 10.23.37]

Mas Alan : Nanti media publikasinya kamu buat poster atau lainnya untuk menginformasikan bahwa GATSBY sudah memiliki *e-commerce official store*.

[02/02/26, 10.24.31]

Mas Alan : Belum ada, Mi. Masih Mandom *official store*.

[02/02/26, 10.25.26]

Mas Alan : Berarti ini masuk ke media publikasi digital.

[02/02/26, 10.25.44]

Mas Alan : Coba kamu buat dulu *proposalnya*.

[02/02/26, 10.26.46]

Fahmi : Baik mas, berarti proses desain *e-commerce* GATSBY *official store*



© 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 bisa menunggu hingga tugas akhir saya selesai, karena harus sejalan dengan *progres* skripsi saya.

[02/02/26, 10.30.28]

Mas Alan : Iya tidak apa-apa, ini kan jadi *project* tugas akhir kamu, dan nanti bisa digunakan atau tidak. Syukur-syukur bisa dipakai.

[02/02/26, 10.31.15]

Mas Alan : Nanti kamu kerjakan dari *store decoration*, *banner*, sampai *template listing* produknya.

[02/02/26, 10.32.11]

Mas Alan : Seperti yang pernah kamu buat waktu magang, tetapi ini lebih detail.

[02/02/26, 10.33.12]

Fahmi : Baik mas, berarti outputnya:

- *banner decoration*
- *template listing*
- *live OBS*

Lalu apa lagi ya mas?

[02/02/26, 10.33.59]

Fahmi : Baik mas, siap.

[02/02/26, 10.34.44]

Fahmi : Berarti untuk media cetaknya seperti *flyer* atau poster ya mas?

[02/02/26, 11.18.33]

Mas Alan : *Cover live streaming*, nanti dilihat lagi kebutuhannya.

[02/02/26, 11.19.10]

Mas Alan : Menurut kamu media pendukung lainnya apa?

[02/02/26, 11.21.41]

Fahmi : Kalau *leaflet* atau *banner* apakah diperlukan ya mas?

[02/02/26, 11.23.14]

Fahmi : Baik mas, nanti bisa menyusul.

[02/02/26, 11.28.29]



© 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

Mas Alan : Sepertinya selain poster, perlu juga *shelftalker* dan *wobbler* untuk promo.

[02/02/26, 11.31.14]

Fahmi : Iya bisa sih mas, lebih bagus, tetapi perlu kerja sama dengan pihak ketiga 😊

[02/02/26, 11.36.34]

Mas Alan : Itu hanya simulasi saja, tidak harus benar-benar kerja sama.

[02/02/26, 11.36.42]

Mas Alan : Tidak harus nyata.

[02/02/26, 11.44.22]

Fahmi : Baik mas, walaupun hanya satu media cetak juga tidak apa-apa.

[02/02/26, 11.46.41]

Fahmi : Saya akan konfirmasi ke dosen terlebih dahulu mengenai judul baru ini.

[02/02/26, 11.49.05]

Mas Alan : Iya, *shelftalker* dan *wobbler* saja sudah cukup.

[02/02/26, 11.49.12]

Mas Alan : Oke Mi.

[02/02/26, 11.53.12]

Fahmi : Iya mas, cukup.

[02/02/26, 14.57.06]

Fahmi : Untuk judulnya sudah disetujui dosen, dan *e-commerce* masuk ke *marketing collateral*.

[02/02/26, 14.57.38]

Fahmi : Kalau sudah oke, saya input ke pengumpulan TA ya mas.

[02/02/26, 15.33.56]

Mas Alan : Coba kirim juga ke Ocoy.

[02/02/26, 15.34.55]

Fahmi : Baik mas.

[02/02/26, 15.39.20]

Mas Alan : Kalau sudah oke, langsung lanjut saja.



© 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

[02/02/26, 15.47.08]

Fahmi : Baik mas, sedang saya tanyakan.

[02/02/26, 16.13.11]

Fahmi : Sudah disetujui Mas Ocoy, boleh saya lanjutkan ya mas 🙏

[30/03/26, 14.57.11]

Fahmi : Assalamualaikum mas Alan, mohon maaf lahir batin ya mas 🙏

[30/03/26, 14.58.20]

Fahmi : Mohon maaf mengganggu, apakah sudah masuk kantor mas?

[30/03/26, 14.59.01]

Fahmi : Saya ingin menanyakan terkait tugas akhir, tidak enak jika masih cuti 🙏

[30/03/26, 15.14.27]

Mas Alan : Waalaikumsalam, sama-sama Mi.

[30/03/26, 15.14.53]

Mas Alan : Sudah masuk hari ini.

[30/03/26, 15.14.58]

Mas Alan : Bagaimana perkembangan TA?

[30/03/26, 15.33.52]

Fahmi : Saat ini sudah masuk Bab 3, dan membutuhkan data dari klien. Apakah ada arahan konsep desain untuk *official store* sebelum eksekusi?

[30/03/26, 15.33.57]

Fahmi : Apakah tetap menggunakan *guideline* lama atau ada pembaruan?

[30/03/26, 15.44.41]

Mas Alan : Coba kirim ke Ocoy juga.

[30/03/26, 15.45.03]

Fahmi : Baik mas.

[30/03/26, 15.46.09]

Mas Alan : Buat yang baru sesuai *guideline* terbaru.

[30/03/26, 15.50.08]

Fahmi : Baik mas, saya ada *file guideline*-nya.



© 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

[30/03/26, 15.52.07]

Fahmi : Berarti tetap mengikuti warna, elemen, dan *font* ya mas?

[30/03/26, 15.53.29]

Fahmi : Apakah konsepnya harus berbeda dari Mandom *official*?

[30/03/26, 16.14.57]

Mas Alan : Iya betul.

[30/03/26, 16.15.10]

Mas Alan : Buat yang benar-benar mencerminkan GATSBY.

[30/03/26, 16.18.05]

Fahmi : 😊 Baik mas, nanti saya sesuaikan dan buat *moodboard* terlebih dahulu.

[30/03/26, 16.19.18]

Fahmi : Nanti saya kabari kembali jika ada pertanyaan lain, terima kasih banyak mas 🙏

[30/03/26, 16.43.25]

Mas Alan : Oke Mi.

[30/03/26, 16.43.28]

Mas Alan : Terima kasih.

[30/03/26, 16.43.46]

Mas Alan : Semoga lancar.

[30/03/26, 16.47.37]

Fahmi : Aamiin, terima kasih mas.

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





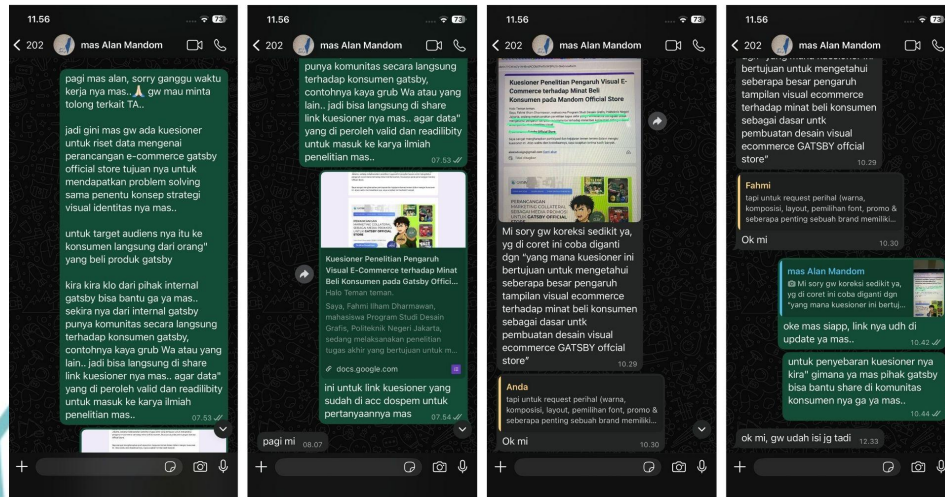
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

L-3. KUESIONER *GOOGLE FORM*

Penyebaran *link* kuesioner dibantu pihak team GATSBY



Berikut *link* hasil spreadsheets data responden

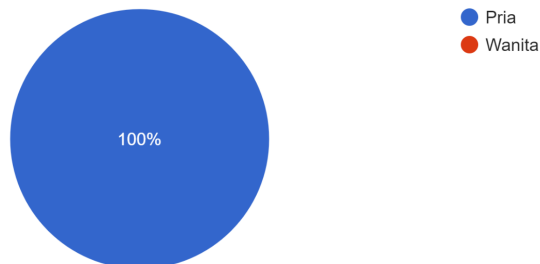
<https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qhlw2OKgB4vgpW8yWaevN8tDBgFccMK8IpPkH2MN0dE/edit?usp=sharing>

Berikut *link* tabel Metode *Survey* dan pertanyaan Kuesioner

<https://docs.google.com/document/d/1md5UXbvR-zAjE4bB403QDQjhUzWyu7zESUt9af8qiaw/edit?usp=sharing>

Jenis kelamin

127 responses





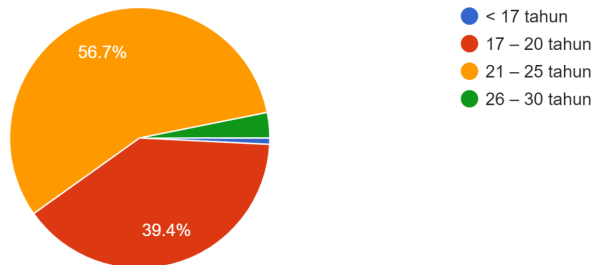
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

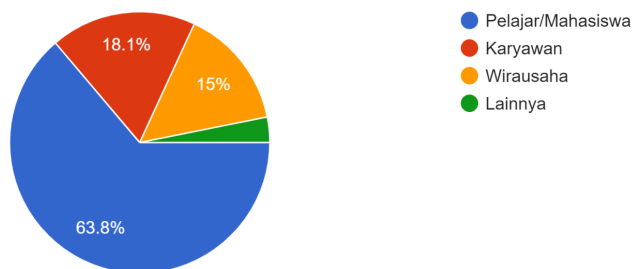
Usia

127 responses



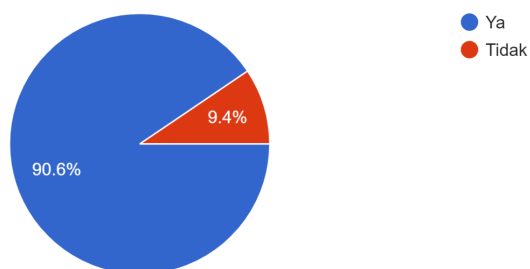
Pekerjaan/Pendidikan

127 responses



Apakah Anda pernah melihat atau membeli produk GATSBY secara online?

127 responses





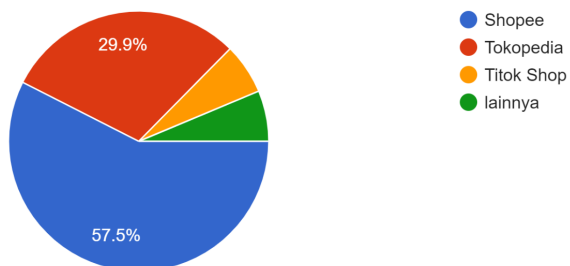
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

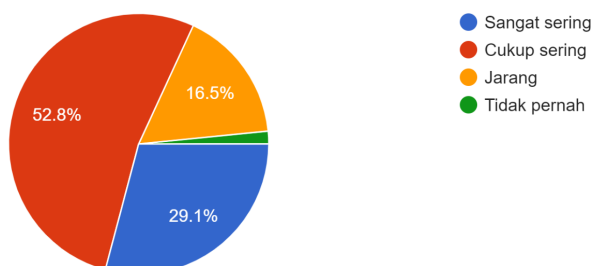
Platform apa yang paling sering Anda gunakan untuk membeli produk grooming/keperawatan pria?

127 responses



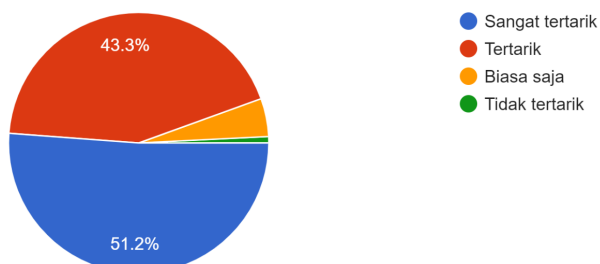
Seberapa sering anda membeli produk grooming/keperawatan pria secara online?

127 responses



Apakah Anda tertarik dengan toko brand yang memiliki tampilan khusus (official store sendiri)?

127 responses





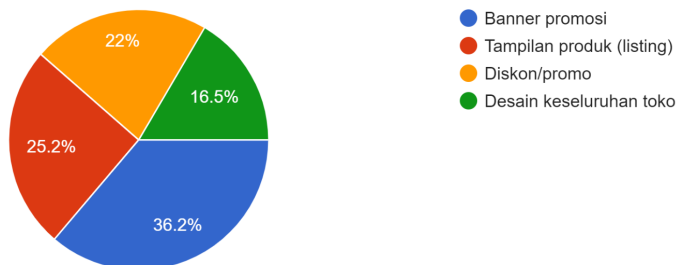
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

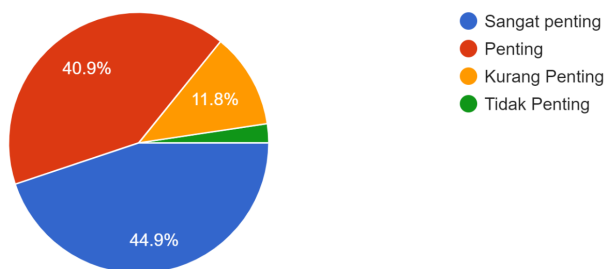
Bagian apa yang paling menarik perhatian anda saat membuka toko online?

127 responses



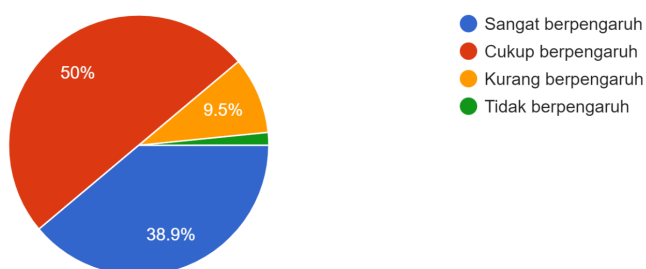
Menurut Anda, seberapa penting tampilan visual toko (e-commerce store) dalam menarik minat beli?

127 responses



Apakah tampilan desain yang konsisten (warna, font, gaya visual) mempengaruhi kepercayaan Anda terhadap brand?

126 responses





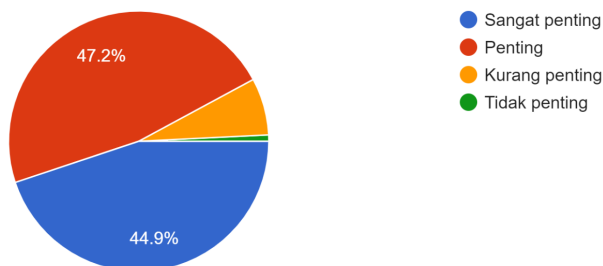
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

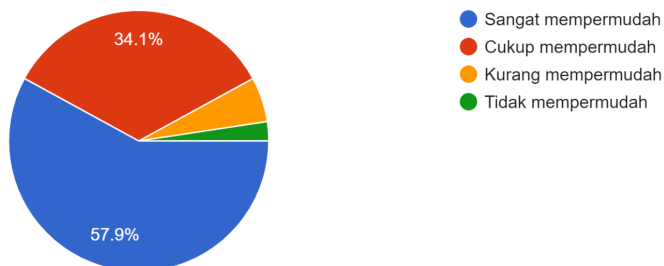
Menurut Anda, seberapa penting penggunaan (warna, font, gaya visual) yang konsisten dalam tampilan toko online?

127 responses



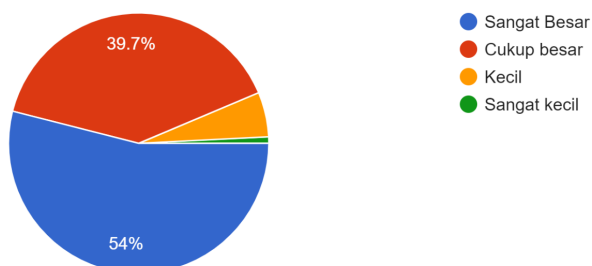
Menurut Anda, apakah tata letak (layout) yang rapi mempermudah Anda dalam mencari informasi produk?

126 responses



Seberapa besar kemungkinan Anda membeli produk jika tampilan toko terlihat profesional dan menarik?

126 responses





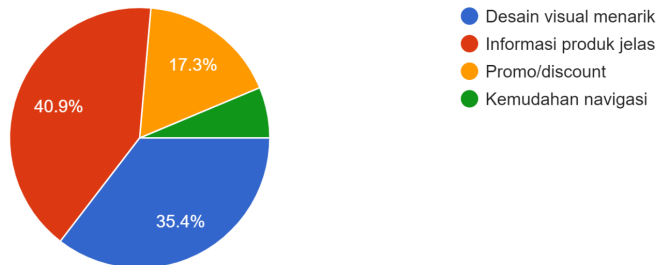
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

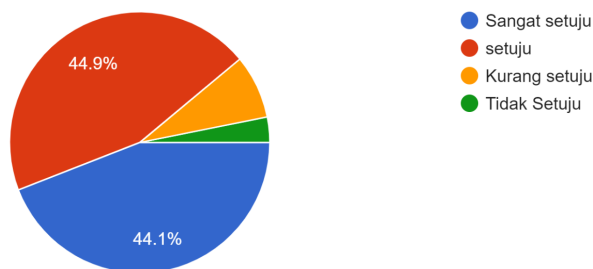
Menurut Anda, apa yang paling penting dalam tampilan toko online brand grooming?

127 responses



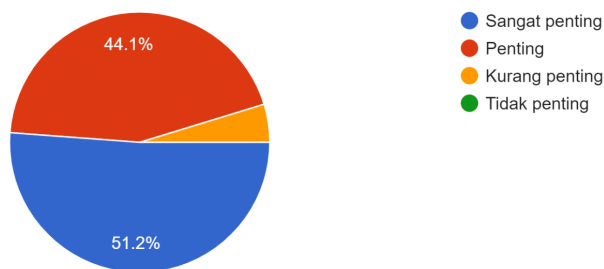
Apakah desain visual yang menarik membuat Anda lebih percaya terhadap suatu brand?

127 responses



Seberapa penting konsistensi desain antar halaman pada toko online/e-commerce GATSBY official store?

127 responses





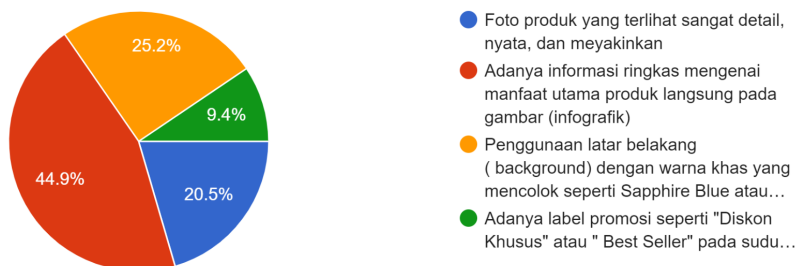
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Ketika Anda melihat halaman "Listing Produk" (foto utama produk) di e-commerce, unsur visual apa yang paling membuat Anda tertarik untuk mengklik produk tersebut?

127 responses



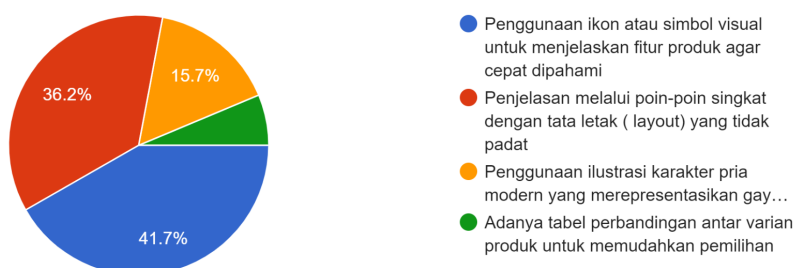
Apa yang paling memengaruhi persepsi anda bahwa GATSBY Official Store lebih profesional dan kredibel dibandingkan toko lainnya?

127 responses



Dalam membaca deskripsi atau fitur produk melalui media digital, format penyajian informasi seperti apa yang paling menarik bagi Anda?

127 responses





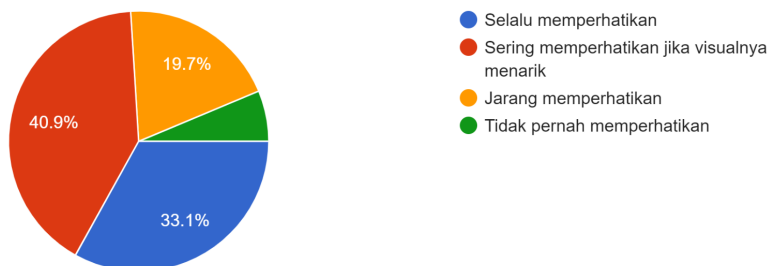
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

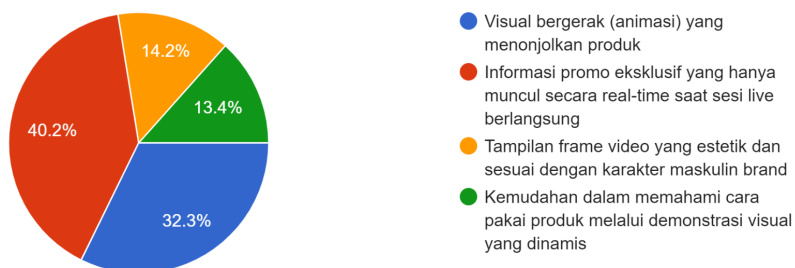
Seberapa sering Anda memperhatikan konten "Motion Live Stream" saat sedang menjelajahi halaman toko?

127 responses



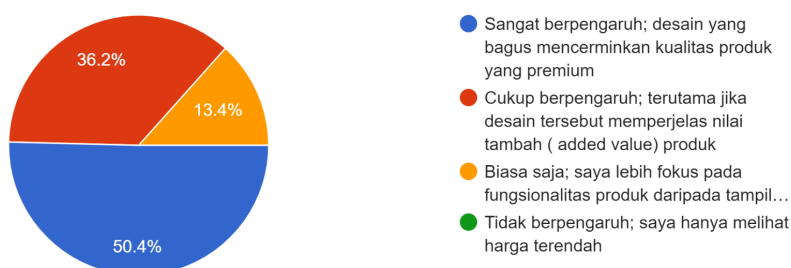
Apa yang membuat Anda lebih tertarik untuk menonton "Motion Live Stream" sebuah produk grooming pria di e-commerce?

127 responses



Sejauh mana desain visual yang menarik pada sebuah banner decoration pada tampilan utama toko e-commerce digital memengaruhi keinginan Anda untuk melakukan "Checkout" produk?

127 responses





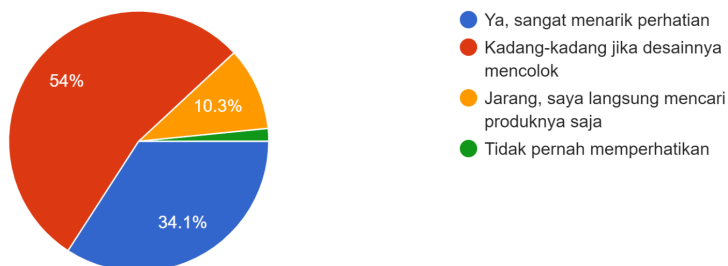
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

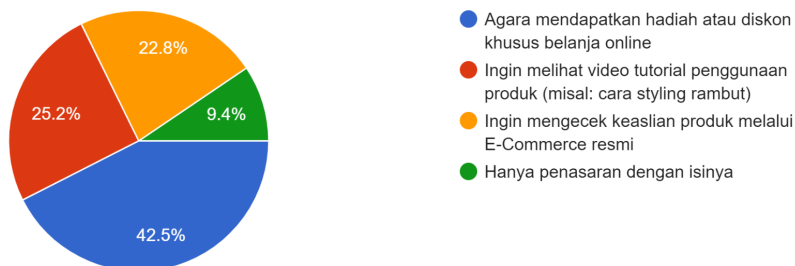
Saat sedang berada di minimarket atau supermarket, apakah Anda sering memperhatikan media promosi yang terpasang di rak (seperti Wobbler yang bergoyang atau Shelf Talker)?

126 responses



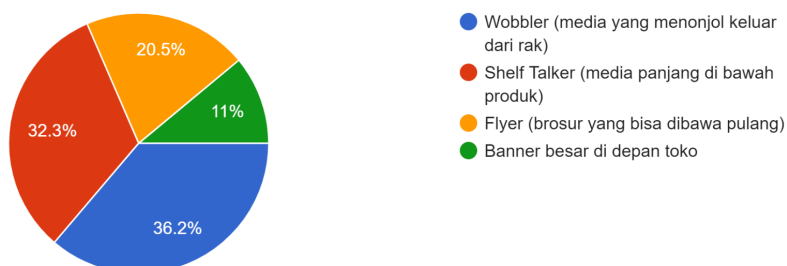
Jika Anda melihat sebuah "Wobbler" atau "Shelf Talker" produk GATSBY yang memiliki QR Code, apa yang membuat Anda tertarik untuk melakukan scan?

127 responses



Menurut Anda, posisi peletakan QR Code yang paling memudahkan Anda untuk melakukan scan adalah di media?

127 responses





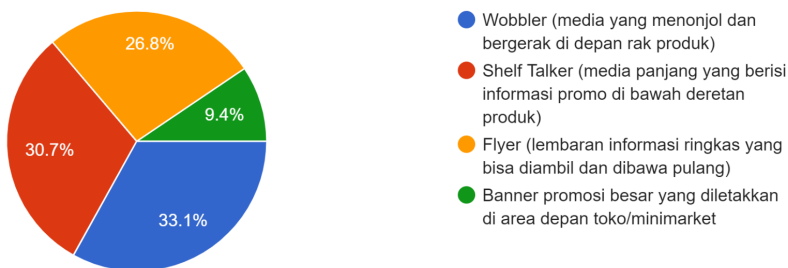
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Jika Anda sedang terburu-buru di pusat perbelanjaan, media cetak manakah yang paling mungkin menarik perhatian Anda untuk berhenti sejenak dan membaca informasinya?

127 responses



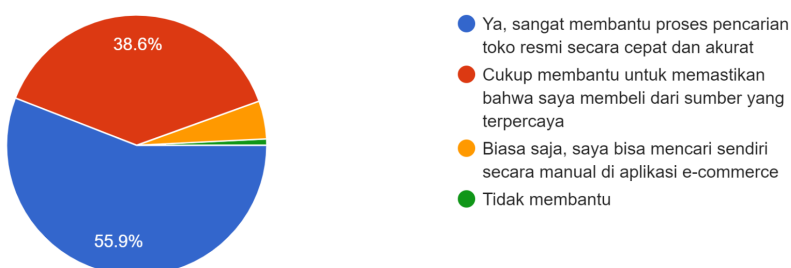
Seberapa besar pengaruh adanya promo "Gratis Ongkir" atau "Voucher Toko" yang dicantumkan pada QR Code media cetak terhadap keputusan Anda untuk beralih belanja ke e-commerce?

127 responses



Menurut Anda, apakah penggunaan QR Code pada media cetak di gerai supermarket membantu mempermudah Anda dalam menemukan "GATSBY Office...ngah banyaknya penjual lain di marketplace?"

127 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





© 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

L-4. DOKUMENTASI *TESTING*



Transkrip Wawancara kepada Anak-anak Panti Asuhan Bersinar

Responden : 11 Pria Muda (Gen Z)

Nama Respondent :

- | | |
|------------|----------|
| 1. Iki | 19 tahun |
| 2. Nyoman | 22 tahun |
| 3. Rafa | 20 tahun |
| 4. Ridwan | 24 tahun |
| 5. Amir | 21 tahun |
| 6. Abi | 24 tahun |
| 7. Arfa | 17 tahun |
| 8. Safa | 19 tahun |
| 9. Siroj | 22 tahun |
| 10. Iqbal | 22 tahun |
| 11. Farhan | 19 tahun |

Jenis Kelamin : Laki-laki

**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

Rentang Usia : 17 - 24 Tahun

Domisili : Indonesia

No	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban
1	Apakah Anda mengetahui <i>brand</i> GATSBY?	Mengetahui dan pernah membeli produk GATSBY (7), pernah mendengar tetapi belum terlalu mengenal produknya (3), tidak mengetahui produk GATSBY sama sekali (1).
2	Apakah tampilan produk GATSBY <i>Styling Wax</i> pada media promosi sudah terlihat jelas?	Produk terlihat jelas dan mudah dikenali (6), produk cukup terlihat tetapi masih perlu dibuat lebih kontras (4), produk kurang terlihat karena menyatu dengan latar belakang (1).
3	Apakah Anda mengetahui bahwa GATSBY belum memiliki <i>Official Store</i> -nya sendiri?	Belum/tidak mengetahui informasi tersebut (6), mengetahui informasi tersebut (5).
4	Apakah ukuran <i>QR code</i> dan keterangan <i>scan</i> pada media promosi sudah mudah dilihat dan dipahami?	<i>QR code</i> mudah dilihat dan dipahami fungsinya (5), <i>QR code</i> cukup jelas tetapi ukurannya perlu diperbesar (4), <i>QR code</i> kurang menonjol karena latarnya kurang kontras (2).
5	Apakah elemen <i>visual</i> seperti gaya rambut, <i>border</i> , dan elemen pendukung sudah membuat media promosi terlihat menarik?	Visual terlihat menarik dan sesuai dengan kesan <i>sporty</i> GATSBY (6), <i>visual</i> cukup menarik tetapi masih terlihat ramai (3), <i>visual</i> perlu disederhanakan agar fokus ke produk dan <i>QR code</i> (2).

Transkrip 1

Iki umur 19 tahun

Fahmi : Selamat sore, Bang. Maaf ganggu waktunya sebentar. Saya Fahmi, lagi nyusun tugas akhir dan butuh pendapat dari beberapa orang. Kira-kira abang bersedia saya wawancarai sebentar?

Iki : Sore, iya bang, boleh. Tidak apa-apa, silakan.



© 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

- Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelum mulai, boleh tahu nama dan umur abang?
- Iki : Nama saya Iki, umur 19 tahun.
- Fahmi : Oke Bang Iki. Jadi saya ada media desain promosi yang saya buat untuk tugas akhir. Nanti saya minta abang lihat dulu, lalu jawab sesuai kesan abang saja, tidak perlu dibuat-buat.
- Iki : Iya bang, boleh. Saya jawab sesuai yang saya lihat saja.
- Fahmi : Baik, Bang. Saya tunjukkan dulu *visual* desainnya ya. Setelah melihat sekilas, pertama kali yang abang tangkap dari desain ini apa?
- Iki : Kesan pertama saya, ini seperti promosi produk rambut laki-laki, bang. Soalnya ada produk, model rambut, dan tampilannya cukup *sporty*.
- Fahmi : Kalau dari pesan atau informasinya, menurut abang desain ini langsung kebaca mau mengajak orang ke mana?
- Iki : Lumayan kebaca, bang. Saya nangkapnya desain ini mau memperkenalkan produk rambut dan mengarahkan orang untuk *scan QR code*.
- Fahmi : Dari tampilan awal, apakah desainnya terasa menarik atau masih ada bagian yang bikin bingung?
- Iki : Menarik sih bang, cuma agak ramai di beberapa bagian. Jadi mata saya sempat lihat-lihat dulu sebelum fokus ke produknya.
- Fahmi : Berarti secara *visual* sudah menarik, tapi fokus utamanya masih bisa dibuat lebih jelas ya, Bang?
- Iki : Iya bang, kurang lebih begitu. Kalau fokusnya diperkuat, orang mungkin lebih cepat paham.
- Fahmi : Sebelum saya jelaskan lebih jauh, abang sendiri sudah tahu atau pernah dengar *brand* GATSBY?
- Iki : Pernah dengar, bang. Saya tahu GATSBY itu produk untuk rambut laki-laki, tapi detail variannya saya tidak terlalu hafal.
- Fahmi : Kalau produk GATSBY *Styling Wax*, abang pernah tahu sebelumnya atau baru ngeh setelah lihat desain ini?
- Iki : Saya pernah dengar *styling wax*, bang, tapi belum pernah memperhatikan produknya secara detail. Dari desain ini baru kelihatan lebih jelas.
- Fahmi : Menurut abang, produk GATSBY *Styling Wax* yang ada di desain ini sudah cukup kelihatan atau masih kalah dengan elemen lain?



© 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

- Iki : Produknya sudah kelihatan, bang, tapi masih bisa dibuat lebih menonjol. Bagian kemasannya ada yang agak menyatu dengan latar.
- Fahmi : Kalau penyebabnya menurut abang lebih ke ukuran produk, warna latar, atau kontrasnya?
- Iki : Lebih ke kontras, bang. Ukurannya sudah ada, tapi kalau cahaya dan latarnya lebih rapi, produknya pasti lebih cepat ditangkap.
- Fahmi : Kalau area produk saya kasih pencahayaan yang lebih kuat, menurut abang membantu?
- Iki : Membantu bang. Jadi produk tidak tenggelam dan orang langsung tahu yang dipromosikan apa.
- Fahmi : Untuk kesan produk *styling* rambut laki-laki, apakah *visual*nya sudah sesuai?
- Iki : Sudah sesuai, bang. Ada gaya rambut dan warna desainnya juga mendukung, jadi kesannya masuk ke produk cowok.
- Fahmi : Bagaimana dengan *visual* gaya rambut yang saya pakai? Menurut abang itu membantu menjelaskan fungsi produk?
- Iki : Iya, membantu. Karena orang jadi kebayang hasil pemakaian produknya, bukan cuma lihat kemasannya saja.
- Fahmi : Kalau dari warna, *layout*, *border*, sama *outline* putih di beberapa bagian, menurut abang sudah cocok?
- Iki : Cocok, bang. *Outline* putihnya membantu memisahkan elemen, tapi kalau terlalu banyak juga bisa bikin desain terasa penuh.
- Fahmi : Jadi elemen pendukungnya masih boleh ada, cuma perlu dikurangi atau dirapikan sedikit?
- Iki : Iya bang. Jangan dihilangkan semua, tapi ditata lagi supaya produk dan *QR code* tetap jadi perhatian.
- Fahmi : Untuk informasi *GATSBY Official Store*, menurut abang sudah cukup tersampaikan dari desain ini?
- Iki : Sudah ada arahnya, bang, tapi menurut saya masih bisa dibuat lebih jelas. Kalau itu informasi penting, tulisannya harus lebih mudah terlihat.
- Fahmi : Sebelum wawancara ini, abang tahu tidak kalau informasi *Official Store* itu yang mau saya tonjalkan di media promosi?
- Iki : Belum tahu, bang. Saya baru paham setelah abang jelaskan dan setelah lihat ada *QR code*-nya.
- Fahmi : Kalau *QR code*-nya sendiri, menurut abang gampang ditemukan?



© 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

- Iki : Ada dan kelihatan, bang, tapi belum langsung mencuri perhatian. Mungkin karena elemen di sekitarnya juga cukup ramai.
- Fahmi : Untuk tulisan *scan here* atau keterangan *scan*, apakah fungsinya sudah jelas?
- Iki : Fungsinya jelas, bang. Cuma tulisannya bisa dibuat lebih tebal atau sedikit lebih besar biar cepat terbaca.
- Fahmi : Kalau *QR code* diperbesar sedikit dan diberi bidang atau latar yang lebih bersih, menurut abang lebih enak?
- Iki : Iya bang, lebih aman. Orang juga lebih gampang *scan* kalau ukurannya jelas dan tidak terlalu dekat dengan elemen lain.
- Fahmi : Dari sisi kerapian keseluruhan, apakah desain ini sudah nyaman dilihat?
- Iki : Sudah cukup nyaman, bang, cuma perlu ruang kosong sedikit. Kalau semua elemen terlalu dekat, desain jadi terasa padat.
- Fahmi : Untuk pencahayaan secara umum, menurut abang sudah merata atau masih perlu diperbaiki?
- Iki : Masih perlu dirapikan, bang. Ada bagian yang terang, tapi bagian produk bisa dibuat lebih terang lagi supaya konsisten.
- Fahmi : Kalau saya simpulkan, perbaikannya lebih ke kontras produk, pencahayaan, ukuran *QR code*, tulisan *scan*, dan merapikan elemen pendukung ya, Bang?
- Iki : Iya bang, itu menurut saya yang utama. Konsepnya sudah kelihatan, tinggal dibuat lebih fokus dan bersih.
- Fahmi : Baik Bang Iki, terima kasih banyak ya sudah meluangkan waktu. Masukan abang sangat membantu untuk penyempurnaan desain tugas akhir saya.
- Iki : Sama-sama bang. Semoga desainnya makin rapi dan pas dipakai untuk media promosi.

Transkrip 2

Nyoman umur 22 tahun

- Fahmi : Man gw mau *testing* media yang udah gw buat
- Nyoman : Bisa, Mi. Santai aja, gw bantu lihat dan kasih pendapat sebisanya.
- Fahmi : Oke, biar datanya jelas dulu, boleh sebutin nama sama umur lu?
- Nyoman : Nama gw Nyoman, umur 22 tahun.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Fahmi : Sip, Man. Setelah ini gw mau nunjukin hasil media desain promosi gw. Boleh ya gw kasih lihat dulu?
- Nyoman : Boleh, Mi. Sini gw lihat dulu desainnya.
- Fahmi : Pertama kali lu lihat *visual* ini, pesan atau informasi apa yang langsung lu tangkep?
- Nyoman : Yang langsung gw tangkep, ini media promosi produk rambut cowok. Kesan *visualnya* aktif, *sporty*, dan cukup menarik, walaupun ada beberapa bagian yang agak ramai.
- Fahmi : Kalau dari tampilan awalnya, desain ini udah terasa cocok buat produk *styling* rambut laki-laki atau belum?
- Nyoman : Menurut gw udah cocok, Mi. Dari gaya rambut, warna, sama tampilannya udah mengarah ke *grooming* cowok, jadi arahnya nggak bikin bingung.
- Fahmi : Sebelum bahas produknya lebih jauh, lu sendiri udah tahu *brand* GATSBY atau pernah beli produknya?
- Nyoman : Gw udah tahu dan pernah beli juga, Mi. Biasanya yang produk rambut, jadi nama GATSBY udah cukup *familiar* buat gw.
- Fahmi : Kalau untuk GATSBY *Styling Wax* di *visual* ini, fungsi produknya kebaca nggak dari desainnya?
- Nyoman : Kebaca, Mi. Dari *visual* gaya rambutnya orang bisa nangkep kalau produk ini buat *styling* atau ngerapihin rambut.
- Fahmi : Nah, untuk tampilan kemasan produknya sendiri, menurut lu udah jelas atau masih perlu dikuatin lagi?
- Nyoman : Produknya cukup kelihatan, tapi menurut gw masih perlu kontras yang lebih kuat. Detail kemasannya belum langsung keluar karena latarnya juga cukup dominan.
- Fahmi : Kalau area produk dibuat lebih terang dan bagian latarnya sedikit dibersihin, menurut lu bakal lebih membantu?
- Nyoman : Iya, itu bakal ngebantu. Kalau produknya lebih terang, mata orang pasti lebih cepat fokus ke produk yang dipromosikan.
- Fahmi : Dari *layout*, warna, *border*, *outline* putih, sama elemen pendukungnya, menurut lu udah pas atau ada yang terasa berlebihan?
- Nyoman : Secara umum udah pas, Mi. Kesan *sporty*-nya dapet, tapi beberapa ornamen bisa dikurangin dikit biar desainnya nggak terlalu penuh.
- Fahmi : Untuk informasi *Official Store*, apakah menurut lu pesannya udah cukup tersampaikan kalau desain ini mengarahkan *audiens* ke toko *online*?
- Nyoman : Udah kebaca, apalagi ada *QR code*-nya. Cuma tulisan *Official Store* bisa dibuat lebih tegas supaya orang nggak kelewat pas lihat desainnya.



© 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

Fahmi : Kalau *QR code* sama tulisan *scan here*, menurut lu udah aman buat dilihat cepat atau masih perlu diperbaiki?

Nyoman : *QR code*-nya kelihatan, tapi lebih aman kalau diperbesar sedikit. Tulisan *scan here* juga bisa dibuat lebih *bold* dan kontras biar orang langsung paham harus *scan* ke sana.

Fahmi : Oke, berarti kesimpulannya *visualnya* udah *sporty* dan cocok buat GATSBY, tapi produk, pencahayaan, *QR code*, *scan here*, sama elemen pendukungnya masih perlu dirapihin lagi. Makasih banyak ya, Man, masukannya bantu banget buat revisi tugas akhir gw.

Transkrip 3

Rafa umur 20 tahun

Fahmi : Selamat sore, Bang. Maaf mengganggu waktunya sebentar. Saya Fahmi, lagi butuh masukan untuk tugas akhir tentang media desain promosi. Kalau abang berkenan, boleh saya wawancarai sebentar?

Rafa : Iya bang, boleh. Saya bantu jawab sebisanya.

Fahmi : Sebelum mulai, saya catat dulu ya, Bang. Boleh tahu nama sama umur abang?

Rafa : Nama saya Rafa, umur 20 tahun, bang.

Fahmi : Oke, terima kasih, Bang. Saya ada satu media desain promosi yang mau saya tunjukkan. Nanti abang jawab sesuai yang pertama abang tangkap saja, ya.

Rafa : Iya bang, boleh. Saya lihat dulu desainnya.

Fahmi : Dari pertama kali abang melihat *visual* ini, kesan awalnya seperti apa? Desainnya terasa mengarah ke promosi apa, Bang?

Rafa : Kalau dari awal saya lihat, ini terasa seperti iklan produk rambut laki-laki, bang. *Visualnya* cukup menarik dan kesannya masih anak muda.

Fahmi : Berarti pesan awalnya sudah kebaca ya, Bang. Kalau informasi yang paling cepat abang tangkap dari desain ini apa?

Rafa : Yang paling cepat saya tangkap itu produk GATSBY-nya, terus ada arahan buat *scan QR code*. Jadi kesannya bukan cuma iklan, tapi juga ngajak orang buat akses sesuatu.

Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, sebelumnya abang sudah tahu atau pernah pakai produknya?



© 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

- Rafa : Saya tahu *brand* GATSBY, bang, dan pernah beli juga. Biasanya saya tahu dari produk rambutnya, jadi pas lihat desain ini nama *brand*-nya sudah *familiar*.
- Fahmi : Kalau untuk GATSBY *Styling Wax*, abang sudah cukup paham produknya atau baru tahu dari *visual* ini?
- Rafa : Saya sudah pernah tahu, bang. Belum terlalu sering pakai, tapi saya paham kalau *Styling Wax* itu buat bantu bentuk gaya rambut.
- Fahmi : Menurut abang, tampilan produk GATSBY *Styling Wax* di desain ini sudah jelas terlihat atau masih ada bagian yang perlu dikuatkan?
- Rafa : Produknya sudah kelihatan dan mudah dikenali, bang. Cuma akan lebih bagus kalau bagian produknya dibuat sedikit lebih terang supaya lebih menonjol dari latar.
- Fahmi : Kalau dilihat dari gaya *visual*nya, desain ini sudah cocok belum untuk produk *styling* rambut laki-laki?
- Rafa : Menurut saya sudah cocok, bang. Ada gaya rambut, warna yang cukup tegas, dan kesan *sporty*-nya juga masuk buat produk *grooming* cowok.
- Fahmi : Untuk *layout*, *border*, *outline* putih, sama elemen pendukungnya, menurut abang sudah membantu atau malah terasa terlalu ramai?
- Rafa : Masih membantu, bang, terutama *outline* putihnya bikin beberapa bagian lebih kebaca. Tapi beberapa ornamen bisa dikurangi sedikit supaya fokusnya tetap ke produk dan *QR code*.
- Fahmi : Di desain ini ada informasi tentang GATSBY *Official Store*. Menurut abang, informasi itu sudah cukup tersampaikan atau masih perlu dibuat lebih jelas?
- Rafa : Menurut saya sudah ada arahnya, bang, tapi belum langsung kuat. Kalau *Official Store* jadi poin penting, tulisannya bisa dibuat lebih tegas dan posisinya didekatkan dengan *QR code*.
- Fahmi : Kalau *QR code* dan tulisan *scan here*, apakah sudah mudah dilihat dan dipahami? Sekalian kalau ada masukan soal pencahayaan, kontras, atau kerapian desain, boleh disampaikan, Bang.
- Rafa : *QR code*-nya cukup jelas, bang, tapi lebih aman kalau ukurannya diperbesar sedikit. Tulisan *scan here* juga bisa ditebalkan. Untuk desainnya, produk perlu dibuat lebih kontras, cahaya produknya ditambah, dan elemen yang terlalu ramai dirapikan. Secara keseluruhan sudah layak, tinggal dibuat lebih fokus.



© 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

Fahmi : Baik, Bang. Terima kasih banyak atas waktunya. Masukan abang membantu untuk revisi media desain saya.

Transkrip 4

Ridwan umur 24 tahun

Fahmi : Selamat sore, Bang. Maaf saya ganggu waktunya sebentar. Saya Fahmi, lagi butuh pendapat *audience* untuk tugas akhir saya. Kalau abang berkenan, boleh saya wawancara sebentar?

Ridwan : Iya bang, boleh. Silakan saja, saya bantu sebisanya.

Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelum mulai, boleh saya tahu nama abang dan umurnya?

Ridwan : Nama saya Ridwan, umur 24 tahun, bang.

Fahmi : Baik, Bang Ridwan. Jadi saya ada media desain promosi yang sedang saya uji. Nanti saya ingin tahu tanggapan abang dari sisi *visual* dan informasinya, boleh ya saya tunjukkan desainnya?

Ridwan : Boleh bang, saya lihat dulu desainnya.

Fahmi : Dari pertama kali abang melihat *visual* ini, pesan atau informasi apa yang paling cepat abang tangkap?

Ridwan : Yang paling cepat saya tangkap itu ini promosi produk rambut laki-laki, bang. Ada produk GATSBY dan arahan untuk *scan* juga.

Fahmi : Kalau dari kesan awal, desainnya menurut abang terasa lebih ke *branding* produk, promosi toko, atau keduanya sudah kelihatan?

Ridwan : Menurut saya masih lebih kuat ke produk dan *branding*, bang. Arah ke toko *online* sudah ada, tapi belum terlalu dominan.

Fahmi : Berarti pesan produknya sudah kebaca, tapi informasi ke *Official Store* masih bisa dibuat lebih kuat ya, Bang?

Ridwan : Iya bang, kurang lebih begitu. Orang bisa lihat produknya, tapi untuk tujuan *scan* dan menuju *store* harus lebih ditekankan.

Fahmi : Sebelumnya abang sendiri sudah mengetahui *brand* GATSBY atau pernah pakai produknya?

Ridwan : Saya tahu GATSBY, bang. Pernah beli juga, biasanya produk rambut. Jadi waktu lihat desainnya, saya langsung merasa *brand*-nya *familiar*.

Fahmi : Kalau untuk produk GATSBY *Styling Wax*, abang pernah tahu juga atau baru menangkap dari desain ini?

Ridwan : Kalau *Styling Wax* saya tahu, bang. Produk seperti itu memang masih nyambung dengan kebutuhan *styling* rambut laki-laki.



© 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

- Fahmi : Dari media desain ini, tampilan produk GATSBY *Styling Wax*-nya menurut abang sudah terlihat jelas?
- Ridwan : Sudah terlihat, bang, produknya bisa dikenali. Cuma kalau mau jadi fokus utama, kontras dan pencahayaannya masih bisa dinaikkan.
- Fahmi : Kalau area produk dibuat lebih terang atau diberi penekanan cahaya, menurut abang itu membantu?
- Ridwan : Membantu, bang. Produk jadi lebih cepat terlihat dan orang tidak perlu mencari-cari lagi bagian utamanya.
- Fahmi : Untuk kesesuaian desain dengan produk *styling* rambut laki-laki, abang merasa *visual*nya sudah masuk atau masih kurang?
- Ridwan : Sudah masuk, bang. Kesan maskulin dan anak mudanya ada, apalagi dari warna dan *visual* gaya rambutnya.
- Fahmi : Saya pakai *visual* gaya rambut untuk menunjukkan hasil *styling* dari produknya. Menurut abang, *visual* itu membantu atau malah bikin desain tambah ramai?
- Ridwan : Menurut saya membantu, bang. Cuma jumlah elemen di sekitarnya perlu dijaga supaya tidak terlalu penuh.
- Fahmi : Kalau dari warna dan *layout*, alur lihatnya sudah nyaman dari produk, informasi, lalu *QR code*?
- Ridwan : Secara alur sudah cukup nyaman, bang. Tapi jarak antar elemen bisa dibuat lebih lega supaya mata lebih enak mengikuti informasinya.
- Fahmi : Di desain ini juga ada *border*, *outline* putih, dan beberapa elemen pendukung. Menurut abang, itu sudah cocok dengan gaya GATSBY?
- Ridwan : Cocok, bang. *Border* dan *outline* putih bikin desainnya lebih hidup, tapi jangan terlalu banyak supaya tidak mengganggu fokus.
- Fahmi : Kalau bagian *headline* dan teks informasinya, abang merasa cukup terbaca atau masih ada yang perlu diperbesar?
- Ridwan : Teks utamanya cukup terbaca, bang. Tapi teks kecil yang mengarah ke *marketplace* atau *scan* menurut saya perlu lebih besar.
- Fahmi : Saya juga ingin menonjolkan informasi GATSBY *Official Store*. Dari desain ini, apakah informasi itu sudah cukup tersampaikan?
- Ridwan : Sudah ada, bang, tapi belum sekuat produknya. Kalau memang tujuannya mengarahkan orang ke *Official Store*, bagian itu harus lebih kelihatan.
- Fahmi : Menurut abang, lebih baik informasi *Official Store* itu didekatkan dengan *QR code* atau dibuat sebagai teks utama sendiri?
- Ridwan : Menurut saya didekatkan dengan *QR code*, bang. Jadi orang langsung paham bahwa *QR code* itu untuk menuju akses *Official Store* atau *marketplace*.



© 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

- Fahmi : Sebelumnya abang sudah tahu belum kalau informasi *Official Store* ini menjadi salah satu poin penting dalam promosi ini?
- Ridwan : Kalau dari awal belum terlalu tahu, bang. Tapi setelah dijelaskan dan lihat desainnya, saya paham arahnya ke sana.
- Fahmi : Untuk *QR code* sendiri, menurut abang ukurannya sudah aman untuk dilihat dan dipindai?
- Ridwan : Kalau dari dekat kelihatan, bang. Tapi kalau untuk media promosi, lebih aman diperbesar sedikit supaya orang cepat sadar ada *QR code*.
- Fahmi : Kalau tulisan *scan here* atau keterangan *scan*-nya, fungsinya sudah mudah dipahami?
- Ridwan : Fungsinya sudah jelas, bang. Cuma tulisannya bisa dibuat lebih tebal atau lebih besar supaya tidak kalah dengan elemen lain.
- Fahmi : Kalau latar *QR code* dibuat lebih bersih, misalnya diberi bidang khusus atau *outline* putih, menurut abang cocok?
- Ridwan : Cocok, bang. *QR code* memang sebaiknya punya area yang bersih supaya tidak menyatu dengan *background*.
- Fahmi : Dari sisi pencahayaan keseluruhan, abang merasa sudah konsisten atau masih perlu dirapikan lagi?
- Ridwan : Masih perlu dirapikan sedikit, bang. Kalau cahaya produk dan elemen utama lebih konsisten, tampilannya akan lebih profesional.
- Fahmi : Jadi kalau saya revisi dengan memperjelas *Official Store*, memperbesar *QR code*, menaikkan kontras produk, dan mengurangi elemen yang terlalu ramai, menurut abang sudah tepat?
- Ridwan : Menurut saya sudah tepat, bang. Itu yang paling berpengaruh supaya desainnya tidak cuma menarik, tapi informasinya juga sampai.
- Fahmi : Secara keseluruhan, menurut abang media promosi ini sudah layak untuk menyampaikan GATSBY *Styling Wax* dan akses ke *Official Store*?
- Ridwan : Sudah layak, bang. Konsepnya sudah kuat, tinggal dibuat lebih fokus lagi ke tujuan promosinya.
- Fahmi : Baik, Bang Ridwan. Terima kasih banyak ya sudah mau meluangkan waktu dan kasih masukan. Ini sangat membantu untuk penyempurnaan tugas akhir saya.
- Ridwan : Sama-sama bang. Semoga revisinya lancar dan hasil desainnya makin 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Transkrip 5

Amir umur 21 tahun

Fahmi : Selamat sore, Bang. Maaf saya minta waktunya sebentar. Saya lagi butuh masukan untuk tugas akhir, boleh saya wawancarai sebentar soal media desain promosi yang saya buat?

Amir : Boleh bang, silakan. Saya bantu jawab semampu saya ya.

Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelum mulai, boleh saya tahu nama dan umur abang?

Amir : Nama saya Amir, bang. Umur saya 21 tahun.

Fahmi : Baik, Bang Amir. Jadi saya ada satu media desain promosi. Saya izin tunjukkan dulu ya, nanti abang bisa kasih tanggapan dari pandangan pertama.

Amir : Iya bang, boleh. Saya lihat dulu desainnya.

Fahmi : Kalau dari pertama kali abang melihat *visual* ini, kesan awalnya menurut abang bagaimana?

Amir : Kesan awalnya cukup *modern*, bang. Dari warna dan tampilannya, saya merasa ini memang mengarah ke produk laki-laki muda.

Fahmi : Pesan atau informasi yang paling cepat abang tangkap dari desain ini apa, Bang?

Amir : Yang paling cepat saya tangkap itu promosi produk rambut, bang. Ada produk, gaya rambut, dan bagian *scan* yang kelihatan mengarah ke pembelian *online*.

Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, abang sudah tahu atau pernah membeli produknya sebelumnya?

Amir : Saya tahu bang, dan pernah beli juga. Biasanya saya lihat produk GATSBY di Alfamart atau Indomaret, terutama produk rambutnya.

Fahmi : Berarti secara nama *brand* sudah *familiar* ya, Bang. Kalau GATSBY *Styling Wax*, abang pernah tahu juga produknya?

Amir : Pernah tahu, bang. Saya lebih ingat GATSBY sebagai produk rambut, jadi waktu lihat *Styling Wax* ini masih terasa nyambung.

Fahmi : Dari desain ini, tampilan produk GATSBY *Styling Wax*-nya menurut abang sudah terlihat jelas atau masih perlu diperkuat?

Amir : Sudah terlihat jelas, bang. Cuma kalau mau jadi fokus utama, produknya masih bisa dibuat lebih keluar dari latar.

Fahmi : Berarti produknya sudah kebaca, tapi belum sepenuhnya jadi titik perhatian pertama ya, Bang?

Amir : Iya bang. Produk sudah ada dan mudah dikenali, tapi beberapa elemen di sekitarnya masih ikut menarik perhatian.



© 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

- Fahmi : Menurut abang, desain ini sudah cocok belum untuk produk *styling* rambut laki-laki?
- Amir : Menurut saya cocok, bang. Kesan *sporty* dan mudanya sudah masuk, jadi masih sesuai untuk produk *grooming* laki-laki.
- Fahmi : Saya juga pakai *visual* gaya rambut untuk mendukung tiap varian produk. Menurut abang, bagian itu membantu atau malah bikin desain penuh?
- Amir : Membantu bang, karena orang jadi kebayang fungsi produknya buat *styling* rambut. Tapi penempatannya tetap perlu dijaga supaya tidak mengalahkan produk.
- Fahmi : Kalau dari warna dan pencahayaan *visual*nya, abang merasa sudah enak dilihat?
- Amir : Secara warna sudah menarik, bang. Tapi pencahayaan di area produk bisa ditambah sedikit supaya kemasannya lebih jelas.
- Fahmi : Untuk *layout* keseluruhan, susunan produk, teks, dan *QR code* menurut abang sudah rapi atau masih terasa padat?
- Amir : Sudah cukup rapi, bang, tapi masih ada rasa padat sedikit. Kalau diberi ruang lebih lega, desainnya mungkin lebih nyaman dilihat.
- Fahmi : Bagian *border*, *outline* putih, dan elemen pendukung menurut abang sudah cocok dengan gaya desainnya?
- Amir : Cocok bang. *Border* bikin tampilannya lebih hidup, dan *outline* putih membantu beberapa bagian terlihat lebih jelas.
- Fahmi : Kalau *headline* dan tulisan utamanya, apakah sudah cukup membantu menjelaskan isi promosinya?
- Amir : Sudah membantu, bang. Cuma kalau teks penting dibuat lebih tebal, orang akan lebih cepat menangkap informasinya.
- Fahmi : Di desain ini saya juga ingin menyampaikan informasi tentang GATSBY *Official Store*. Menurut abang, informasi itu sudah cukup tersampaikan?
- Amir : Sudah mulai tersampaikan, bang, tapi menurut saya bagian *Official Store* perlu dibuat lebih tegas supaya *audiens* tidak salah menangkap arah promosinya.
- Fahmi : Sebelumnya abang sudah tahu tidak kalau informasi toko resmi ini menjadi salah satu bagian penting dari media promosi?
- Amir : Belum terlalu tahu, bang. Setelah lihat *QR code* dan keterangannya, saya baru paham kalau desain ini mengarahkan orang ke *e-commerce*.
- Fahmi : Untuk *QR code*-nya sendiri, menurut abang sudah mudah ditemukan saat melihat desain ini?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Amir : *QR code*-nya kelihatan, bang, tapi masih bisa dibuat lebih menonjol. Kalau orang lihat sekilas, belum tentu langsung fokus ke sana.
- Fahmi : Kalau tulisan *scan here* atau keterangan pemindaianya, fungsinya sudah jelas belum?
- Amir : Sudah jelas, bang. Tapi tulisannya bisa dibuat lebih terlihat, misalnya lebih tebal atau lebih dekat dengan *QR code*.
- Fahmi : Kalau area *QR code* diberi latar yang lebih kontras, misalnya warna yang lebih mencolok atau *outline* putih, menurut abang cocok?
- Amir : Cocok bang. Saya pribadi lebih suka yang latarnya lebih mencolok, karena *QR code* jadi lebih gampang terlihat.
- Fahmi : Kalau desain ini dilihat dari jarak agak jauh, kira-kira informasi pentingnya masih kebaca atau perlu diperbesar?
- Amir : Kalau dari dekat jelas, bang. Tapi kalau dari jauh, beberapa tulisan dan *QR code* sepertinya perlu diperbesar lagi.
- Fahmi : Untuk elemen pendukung yang terasa ramai, menurut abang bagian mana yang sebaiknya dikurangi?
- Amir : Menurut saya elemen yang tidak terlalu berhubungan langsung dengan produk bisa dikurangi, bang. Jadi fokusnya tetap ke produk, *headline*, dan *QR code*.
- Fahmi : Jadi kalau saya rapikan pencahayaan produk, memperkuat kontras, memperbesar *QR code*, dan mengurangi elemen yang terlalu ramai, menurut abang sudah tepat?
- Amir : Sudah tepat, bang. Kelebihannya sudah ada di produk, *headline*, *QR code*, *scan here*, dan kesan *sporty*. Tinggal dibuat lebih lega dan jelas.
- Fahmi : Secara keseluruhan, menurut abang media promosi ini sudah layak dipakai setelah bagian-bagian itu dirapikan?
- Amir : Menurut saya sudah layak, bang. Konsepnya sudah jelas, tinggal dipoles supaya orang lebih cepat paham saat melihatnya.
- Fahmi : Baik, Bang Amir. Terima kasih banyak ya atas waktu dan masukannya. Ini sangat membantu untuk penyempurnaan desain tugas akhir saya.
- Amir : Sama-sama bang. Semoga revisinya lancar dan desainnya nanti jadi lebih kuat buat promosi.

Transkrip 6

Abi umur 24 tahun



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Fahmi : Selamat sore, Bang. Maaf saya minta waktunya sebentar. Saya Fahmi, lagi mengerjakan tugas akhir dan butuh pendapat abang tentang salah satu media desain promosi. Boleh saya wawancara sebentar?
- Abi : Boleh bang, silakan. Saya coba jawab sesuai yang saya lihat saja ya.
- Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelum saya tunjukkan desainnya, boleh saya tahu nama dan umur abang?
- Abi : Nama saya Abi, bang. Umur saya 24 tahun.
- Fahmi : Baik, Bang Abi. Ini saya perlihatkan media desainnya dulu ya. Kalau pertama kali abang lihat *visual* ini, pesan atau kesan awal apa yang abang tangkap?
- Abi : Kesan awalnya *desain* ini terlihat seperti promosi produk rambut laki-laki, bang. Visualnya cukup menarik, tapi saya belum langsung menangkap *brand*-nya karena beberapa elemen terlihat ramai.
- Fahmi : Kalau untuk *brand* GATSBY sendiri, abang sebelumnya sudah mengetahui atau masih baru dengar dari desain ini?
- Abi : Jujur saya belum tahu *brand* GATSBY, bang. Jadi saya melihat desain ini sebagai orang yang benar-benar baru mengenal produknya.
- Fahmi : Kalau begitu, dari tampilan produknya, GATSBY *Styling Wax* ini sudah cukup jelas terlihat atau masih perlu dibuat lebih kuat?
- Abi : Produknya ada dan masih bisa dikenali, bang, tapi menurut saya perlu dibuat lebih kontras. Kalau pencahayaan produknya ditambah dan latarnya lebih bersih, saya lebih cepat paham produk yang dipromosikan.
- Fahmi : Untuk *visual* gaya rambut, warna, *border*, *outline* putih, dan elemen pendukungnya, menurut abang sudah cocok untuk produk *styling* rambut laki-laki?
- Abi : Cocok bang, terutama *visual* gaya rambutnya karena membantu menjelaskan fungsi produk. Cuma elemen pendukungnya bisa dikurangi sedikit supaya produk dan informasi utamanya tidak kalah.
- Fahmi : Di desain ini juga ada informasi GATSBY *Official Store*, *QR code*, dan tulisan *scan here*. Menurut abang, bagian itu sudah cukup jelas atau masih perlu ditegaskan lagi?
- Abi : Kalau informasinya sudah mulai kebaca, bang, tapi *QR code* dan tulisan *scan here* masih perlu dibuat lebih menonjol. Ukuran *QR code* bisa diperbesar, area belakangnya dibuat lebih kontras, dan tulisannya dibuat lebih tegas supaya orang cepat paham harus *scan*. Jadi menurut saya desainnya sudah menarik, tinggal produk, *QR*



© 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

code, dan elemen yang ramai lebih dirapikan lagi. Terima kasih juga bang, semoga tugas akhirnya lancar.

Transkrip 7

Arfa umur 17 tahun

Fahmi : Sore, Bang. Maaf saya minta waktunya sebentar ya. Saya lagi butuh masukan untuk tugas akhir tentang media desain promosi. Boleh saya wawancarai sebentar?

Arfa : Boleh bang, tidak apa-apa. Saya coba jawab sesuai yang saya lihat saja.

Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelumnya boleh saya catat dulu nama dan umur abang?

Arfa : Nama saya Arfa, bang. Umur saya 17 tahun.

Fahmi : Oke Bang Arfa. Saya izin perlihatkan media desainnya dulu ya. Nanti abang bisa kasih tanggapan dari kesan pertama waktu melihat *visual* ini.

Arfa : Iya bang, silakan. Dari awal saya lihat, tampilannya cukup anak muda dan warnanya lumayan berani.

Fahmi : Kalau pertama kali abang lihat, pesan atau informasi yang paling cepat abang tangkap dari desain ini apa?

Arfa : Saya nangkapnya ini promosi produk rambut, bang. Ada produk, gaya rambut, dan arahnya seperti mengajak orang buat lihat atau *scan* sesuatu.

Fahmi : Berarti secara *visual* sudah mengarah ke produk *styling* rambut laki-laki ya, Bang?

Arfa : Iya bang, menurut saya sudah masuk. Gaya rambutnya juga bantu menjelaskan kalau produknya berhubungan sama *styling* rambut.

Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, abang sebelumnya sudah tahu atau cuma pernah dengar namanya saja?

Arfa : Saya pernah dengar, bang, tapi belum terlalu mengenal produknya. Jadi baru tahu nama *brand*-nya saja.

Fahmi : Kalau begitu, dari desain ini produk GATSBY *Styling Wax*-nya menurut abang sudah mudah dikenali atau masih perlu dibuat lebih kuat?

Arfa : Sudah kelihatan, bang, tapi masih bisa dibuat lebih terang. Kalau produknya lebih kontras, orang lebih cepat sadar itu produk utamanya.

Fahmi : Untuk warna, *layout*, *border*, *outline* putih, dan elemen pendukungnya, menurut abang tampilannya sudah menarik atau malah terasa ramai?

Arfa : Menarik bang. Kesan *sporty*-nya ada, cuma beberapa ornamen bisa dikurangi sedikit supaya produk dan *QR code* tidak kalah perhatian.

Fahmi : Di desain ini ada informasi tentang GATSBY *Official Store*. Menurut abang, informasi toko resminya sudah cukup tersampaikan?

Arfa : Cukup tersampaikan, bang. Saya jadi paham kalau desain ini bukan cuma promosi produk, tapi juga mengarah ke toko resmi atau *e-commerce*.

Fahmi : Sebelumnya abang tahu tidak kalau informasi *Official Store* ini memang mau ditonjolkan di media promosinya?



© 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

Arfa : Belum tahu bang. Saya baru paham setelah lihat tulisan *Official Store* dan *QR code*-nya.

Fahmi : Kalau *QR code* dan tulisan *scan here*, menurut abang sudah mudah dilihat dan jelas fungsinya?

Arfa : Fungsinya sudah jelas, bang. Tapi *QR code* dan tulisan *scan here* lebih aman kalau dibuat sedikit lebih besar dan latarnya lebih bersih.

Fahmi : Untuk pencahayaan dan kerapian desain secara keseluruhan, bagian mana yang menurut abang masih perlu saya perbaiki?

Arfa : Menurut saya cahaya di bagian produk perlu diratakan, *QR code* dibuat lebih menonjol, dan elemen yang terlalu ramai bisa dirapikan lagi.

Fahmi : Baik bang, jadi kesimpulannya desain sudah menarik dan cocok untuk anak muda, tapi produk, *QR code*, dan pencahayaannya masih perlu diperkuat ya?

Arfa : Iya bang, menurut saya begitu. Konsepnya sudah oke, tinggal dibuat lebih fokus supaya orang langsung tahu produk dan arah *scan*-nya.

Transkrip 8

Safa umur 19 tahun

Fahmi : Sore, Bang. Maaf saya minta waktunya sebentar. Saya lagi butuh masukan untuk tugas akhir tentang media desain promosi. Boleh saya wawancarai sebentar?

Safa : Boleh bang, tidak apa-apa. Saya jawab sesuai yang saya lihat saja.

Fahmi : Sebelum lihat desainnya, boleh saya tahu nama dan umur abang?

Safa : Nama saya Safa, bang. Umur saya 19 tahun.

Fahmi : Oke Bang Safa. Saya izin perlihatkan media desainnya dulu ya. Nanti abang bisa kasih tanggapan dari kesan pertama waktu melihat *visual* ini.

Safa : Iya bang, silakan. Dari awal saya lihat, tampilannya cukup anak muda dan warnanya lumayan berani.

Fahmi : Kalau pertama kali abang lihat, pesan atau informasi apa yang paling cepat abang tangkap dari desain ini?

Safa : Yang paling cepat saya tangkap itu promosi produk rambut, bang. Ada produk, *visual* rambut, dan arahnya seperti mengajak orang buat lihat atau *scan* sesuatu.

Fahmi : Berarti secara *visual* sudah mengarah ke produk *styling* rambut laki-laki ya, Bang?

Safa : Iya bang, menurut saya sudah mengarah. Kesan *sporty*-nya juga ada, jadi masih cocok untuk produk laki-laki muda.



© 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

- Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, abang sebelumnya sudah tahu atau cuma pernah dengar namanya saja?
- Safa : Saya pernah dengar *brand* GATSBY, bang, tapi belum terlalu mengenal produknya secara detail. Jadi saya tahu namanya, belum hafal variannya.
- Fahmi : Kalau dari desain ini, produk GATSBY *Styling Wax*-nya menurut abang sudah mudah dikenali atau masih perlu dibuat lebih kuat?
- Safa : Sudah kelihatan, bang. Tapi warna produknya masih bisa dibuat lebih keluar supaya tidak kalah dengan *background* dan elemen lain.
- Fahmi : Jadi produknya sudah ada dan bisa dikenali, tapi kontras sama pencahayaannya masih perlu ditambah ya, Bang?
- Safa : Iya bang. Kalau produknya lebih terang dan area sekitarnya lebih bersih, orang yang lihat sekilas akan lebih cepat sadar itu produk utamanya.
- Fahmi : Untuk *visual* gaya rambut, menurut abang itu membantu menjelaskan fungsi produknya atau malah bikin desain terasa penuh?
- Safa : Membantu bang. Visual rambutnya bikin orang paham kalau produk ini buat *styling*, cuma elemen pendukungnya jangan terlalu banyak.
- Fahmi : Kalau bagian *border*, *outline* putih, dan ornamen *sporty*-nya, menurut abang sudah menarik atau masih agak ramai?
- Safa : Menarik bang, kesan *sporty*-nya ada. Tapi beberapa bagian bisa dirapikan lagi supaya fokusnya tetap ke produk dan *QR code*.
- Fahmi : Saya juga menaruh informasi GATSBY *Official Store*. Dari desain ini, menurut abang informasi toko resminya sudah cukup tersampaikan?
- Safa : Cukup tersampaikan, bang. Tapi kalau posisinya dibuat lebih dekat dengan *QR code*, orang mungkin lebih cepat paham kalau arah promosinya ke *e-commerce*.
- Fahmi : Sebelumnya abang tahu tidak kalau informasi *Official Store* ini menjadi salah satu bagian penting dari media promosi ini?
- Safa : Saya tidak tahu, bang. Jadi menurut saya tulisan *Official Store* harus dibuat lebih tegas supaya *audiens* baru juga langsung paham.
- Fahmi : Untuk *QR code* dan tulisan *scan here*, menurut abang sudah mudah dilihat dan dipahami fungsinya?
- Safa : Sudah cukup jelas, bang, tapi *QR code*-nya lebih aman kalau diperbesar sedikit. Tulisan *scan here* juga bisa dibuat lebih tebal.
- Fahmi : Kalau area belakang *QR code* dibuat lebih kontras dan diberi ruang yang lebih bersih, menurut abang cocok tidak dengan desain ini?
- Safa : Cocok bang. *QR code* itu bagian penting, jadi harus lebih menonjol dan gampang dipindai, bukan tenggelam di antara elemen *visual*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Fahmi : Baik bang, terima kasih. Jadi masukan utama abang saya catat: produk perlu lebih kontras, *QR code* dan *scan here* dibuat lebih jelas, lalu elemen pendukung dirapikan.

Safa : Sama-sama bang. Menurut saya konsepnya sudah bagus, tinggal dibuat lebih fokus supaya orang cepat paham produk dan arah *scan*-nya.

Transkrip 9

Siroj umur 22 tahun

Fahmi : Jor, gw minta waktu lu sebentar ya. Gw lagi butuh masukan dari lu nih?

Siroj : Bisa, Mi. Santai aja.

Fahmi : Buat data responden dulu, nama sama umur lu berapa, Jor?

Siroj : Nama gw Siroj, Mi. Umur gw 22 tahun.

Fahmi : Oke, Jor. Gw tunjukkan dulu media desainnya ya. Nanti lu nilai dari kesan pertama waktu lihat *visual* ini.

Siroj : Oke, Mi. Gw lihat dulu sekilas.

Fahmi : Pertama kali lu lihat desain ini, kesan awalnya gimana? Pesan apa yang paling cepat lu tangkap?

Siroj : Kesan awalnya udah kayak promosi produk rambut, Mi. Ada produk, gaya rambut, sama arahan buat *scan* juga.

Fahmi : Berarti dari *visual*nya, lu nangkep kalau ini mengarah ke produk *styling* rambut laki-laki?

Siroj : Iya, Mi. Menurut gw arahnya udah kebaca, apalagi gaya rambutnya bantu nunjukkan fungsi *wax*-nya.

Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, lu udah tahu sebelumnya atau baru pernah dengar aja?

Siroj : Gw udah tahu dan pernah beli juga, Mi. Jadi pas lihat desain ini, *brand*-nya nggak asing buat gw.

Fahmi : Dari tampilan produknya, GATSBY *Styling Wax* di desain ini udah jelas atau masih perlu dikuatin?

Siroj : Produknya cukup kelihatan, tapi menurut gw masih perlu dibuat lebih kontras biar detail kemasannya lebih keluar.

Fahmi : Jadi bukan produknya nggak kelihatan, tapi masih agak kalah sama *background* dan elemen lain ya, Jor?



© 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

- Siroj : Iya, Mi. Kalau produknya lebih terang, orang bakal lebih cepat sadar itu produk utama yang dipromosikan.
- Fahmi : Untuk warna, *layout*, *border*, *outline* putih, dan elemen pendukungnya, menurut lu udah menarik atau malah terlalu penuh?
- Siroj : Menurut gw menarik, Mi. Kesan *sporty*-nya dapet, cuma beberapa ornamen bisa dikurangin supaya *layout*-nya lebih rapi.
- Fahmi : Kalau *visual* gaya rambutnya sendiri, lu rasa perlu dipertahankan atau cukup jadi elemen kecil aja?
- Siroj : Tetap dipertahankan, Mi, karena itu bantu jelasin fungsi produknya. Tapi jangan sampai ngalahin produk utama.
- Fahmi : Di desain ini ada informasi GATSBY *Official Store*. Menurut lu, informasi itu udah cukup tersampaikan belum?
- Siroj : Udah kebaca, Mi, tapi bisa lebih ditegasin dan didekatin sama *QR code* biar orang langsung tahu arahnya ke toko resmi.
- Fahmi : Sebelumnya lu tahu nggak kalau informasi *Official Store* ini jadi bagian penting dari promosi yang mau gw tonjolin?
- Siroj : Iya, gw tahu, Mi. Makanya menurut gw identitas *Official Store* sama akses *marketplace* lewat *QR code* harus jelas.
- Fahmi : Untuk *QR code* sama tulisan *scan here*, menurut lu udah mudah dilihat dan dipahami fungsinya?
- Siroj : Fungsinya udah jelas, Mi. Gw langsung paham itu buat *scan*, tapi ukuran *QR code* sama tulisan *scan*-nya masih bisa diperbesar sedikit.
- Fahmi : Kalau bagian pencahayaan, kontras produk, dan area *QR code* gw rapikan, menurut lu itu cukup membantu?
- Siroj : Ngebantu banget, Mi. Produk jadi lebih fokus, *QR code* lebih gampang dipindai, dan desainnya nggak terlalu ramai.
- Fahmi : Oke, Jor. Jadi catatan lu, kelebihannya udah ada di produk, *visual* rambut, *QR code*, dan *sporty*-nya. Revisi utamanya di kontras, *QR code*, sama kerapian *layout* ya?
- Siroj : Iya, Mi. Konsepnya udah jalan, tinggal dirapihin biar pesan promosi GATSBY *Styling Wax* sama *Official Store*-nya makin kuat.

Transkrip 10

Iqbal umur 22 tahun

Fahmi : Bal. Gw mau *testing*.

Iqbal : Boleh, Mi.

Fahmi : Sebelum gw masuk ke desainnya, Nama lu Iqbal, umur 22 tahun, bener?



© 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

- Iqbal : Iya, bener. Iqbal, umur 22 tahun.
- Fahmi : Oke, Bal. Ini gw kasih lihat media desainnya dulu. Dari pertama kali lu lihat *visual* ini, kesan awal lu gimana?
- Iqbal : Kesan awalnya cukup aktif, Mi. Gw langsung nangkep ini promosi produk rambut cowok, karena ada produk, gaya rambut, sama nuansa *sporty*-nya.
- Fahmi : Kalau pesan atau informasi yang paling cepat lu tangkep dari desain ini apa?
- Iqbal : Yang paling cepat gw lihat itu produk GATSBY sama nama *brand*-nya. Setelah itu baru gw ngeh ada *QR code* dan arah ke *Official Store*.
- Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, lu udah tahu dari sebelumnya atau baru merhatiin gara-gara desain ini?
- Iqbal : Gw udah tahu, Mi. Gw juga pernah beli produk GATSBY, jadi pas lihat desain ini *brand*-nya langsung terasa *familiar*.
- Fahmi : Dari tampilan produknya, GATSBY *Styling Wax* ini menurut lu udah jelas dan gampang dikenali belum?
- Iqbal : Udah cukup jelas, Mi. Cuma detail kemasannya masih bisa dibuat lebih tajam, biar produk lebih dominan dan nggak kalah sama *background*.
- Fahmi : Jadi kalau area produk dikasih cahaya lebih rapi dan kontrasnya dinaikin sedikit, menurut lu bakal lebih kuat?
- Iqbal : Iya, Mi. Kalau produk lebih terang dan ruang sekitarnya nggak terlalu ramai, orang bakal lebih cepat fokus ke produk yang dipromosikan.
- Fahmi : Buat *visual* gaya rambut, warna, *border*, *outline* putih, sama elemen *sporty*-nya, menurut lu masih mendukung atau malah terlalu penuh?
- Iqbal : Masih mendukung, Mi. Gaya rambutnya bantu jelasin fungsi *wax*, tapi beberapa elemen pendukung bisa dikurangin supaya *layout* lebih lega.
- Fahmi : Di desain ini ada informasi GATSBY *Official Store*. Menurut lu informasinya udah cukup tersampaikan atau perlu didekatin lagi sama *QR code*?
- Iqbal : Menurut gw perlu didekatin sama *QR code*, Mi. Biar orang langsung paham kalau *QR code* itu arahnya ke *marketplace* atau toko resmi.
- Fahmi : Kalau *QR code* sama tulisan *scan here*, dari posisi dan ukurannya udah gampang dilihat belum?
- Iqbal : Udah kebaca, tapi belum paling kuat. *QR code* bisa diperbesar sedikit, tulisan *scan here* dibuat lebih tegas, dan latarnya dikasih area bersih atau *outline* putih.



© 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

Fahmi : Oke, Bal. Jadi masukan lu, fokusnya produk dibuat lebih kontras, *QR code* diperjelas, *Official Store* didekatin sama *scan*, dan *layout* dibuat lebih rapi. Makasih ya, ini ngebantu banget buat revisi desain gw.

Transkrip 11

Farhan umur 19 tahun

Fahmi : Sore, Bang. Maaf saya minta waktunya sebentar. Saya lagi mengumpulkan masukan untuk tugas akhir tentang media desain promosi. Boleh saya wawancarai sebentar?

Farhan : Boleh bang, tidak apa-apa. Saya jawab sesuai yang saya lihat saja ya.

Fahmi : Terima kasih, Bang. Sebelum mulai, boleh saya tahu nama dan umur abang?

Farhan : Nama saya Farhan, bang. Umur saya 19 tahun.

Fahmi : Oke Bang Farhan. Saya izin perlihatkan dulu media desainnya ya. Nanti abang bisa kasih tanggapan dari kesan pertama waktu melihat *visual* ini.

Farhan : Iya bang, silakan. Dari awal saya lihat, tampilannya sudah cukup menarik dan terasa seperti promosi produk rambut.

Fahmi : Kalau pertama kali abang lihat, pesan atau informasi apa yang paling cepat abang tangkap dari desain ini?

Farhan : Yang paling cepat saya tangkap itu produk rambutnya, bang. Setelah itu baru saya lihat ada *QR code* dan informasi toko resminya.

Fahmi : Berarti secara *visual* sudah mengarah ke produk *styling* rambut laki-laki ya, Bang?

Farhan : Iya bang, sudah mengarah. Warna dan gaya rambutnya juga masih cocok untuk target laki-laki muda.

Fahmi : Kalau *brand* GATSBY sendiri, abang sebelumnya sudah tahu atau pernah beli produknya?

Farhan : Saya tahu GATSBY, bang, dan pernah beli juga. Jadi waktu lihat desain ini, nama *brand*-nya sudah cukup *familiar* buat saya.

Fahmi : Kalau dari tampilan produk GATSBY *Styling Wax* di desain ini, menurut abang produknya sudah jelas atau masih perlu dikuatkan lagi?



© 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

- Farhan : Produknya sudah terlihat, bang, tapi masih bisa dibuat lebih kontras. Beberapa detail kemasan masih agak bercampur dengan latar belakang.
- Fahmi : Jadi bukan produknya tidak kelihatan, tapi perlu dibuat lebih menonjol supaya jadi fokus utama ya, Bang?
- Farhan : Betul bang. Kalau area produk dibuat lebih terang dan latarnya sedikit lebih bersih, orang akan lebih cepat sadar produk yang dipromosikan.
- Fahmi : Di desain ini juga ada *visual* gaya rambut. Menurut abang, *visual* itu membantu menjelaskan fungsi produk atau malah membuat desain terasa penuh?
- Farhan : Menurut saya membantu, bang. Orang jadi lebih kebayang hasil *styling*-nya, tapi *visual* rambutnya jangan sampai lebih dominan daripada produknya.
- Fahmi : Kalau elemen seperti *border*, *outline* putih, warna, dan ornamen pendukung, menurut abang masih menarik atau sudah mulai ramai?
- Farhan : Masih menarik, bang, cuma beberapa elemen bisa dikurangi. Kesan *sporty*-nya sudah ada, tinggal jangan terlalu penuh supaya fokusnya tidak pecah.
- Fahmi : Saya juga ingin menampilkan informasi GATSBY *Official Store*. Dari desain ini, apakah pesan tentang toko resminya sudah cukup tersampaikan?
- Farhan : Sudah tersampaikan, bang, tapi belum langsung kuat. Kalau tulisan *Official Store* dibuat lebih dekat dengan *QR code*, orang lebih cepat paham arahnya.
- Fahmi : Untuk *QR code* dan tulisan *scan here*, menurut abang sudah mudah dilihat dan dipahami fungsinya?
- Farhan : Fungsinya sudah saya pahami, bang, tapi *QR code*-nya masih perlu dibuat lebih menonjol. Ukurannya bisa diperbesar dan latarnya dibuat lebih kontras.
- Fahmi : Kalau dari pencahayaan dan kerapian *layout* secara keseluruhan, bagian mana yang paling perlu saya rapikan dulu?
- Farhan : Menurut saya produk dibuat lebih terang dulu, *QR code* diperjelas, lalu elemen pendukung dirapikan supaya ruangnya lebih lega.
- Fahmi : Baik Bang, jadi catatan utamanya produk perlu lebih kontras, *QR code* dan *scan here* dibuat lebih jelas, lalu elemen yang ramai dikurangi seperlunya.



© 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

Farhan : Iya bang, itu sudah pas. Konsep desainnya sudah menarik, tinggal dibuat lebih fokus supaya pesan promosi dan arah *scan*-nya cepat 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 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

L-5. HASIL CEK TURNITIN *PLAGIARISM*



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144717252

PAPER NAME

REVISI 2_DG8D_FAHMI ILHAM DHARMA
WAN_PERANCANGAN MARKETING COL
LATERAL GATSBY OFFICIAL STORE.pdf

WORD COUNT

21481 Words

CHARACTER COUNT

140563 Characters

PAGE COUNT

110 Pages

FILE SIZE

1.2MB

SUBMISSION DATE

Jul 2, 2026 10:06 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 2, 2026 10:09 AM GMT+7

● 4% Overall Similarity

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

- 3% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144717252

4% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 3% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	repository.pnj.ac.id	<1%
	Internet	
2	repo.isi-dps.ac.id	<1%
	Internet	
3	ejournal.upi.edu	<1%
	Internet	
4	gatsby.co.id	<1%
	Internet	
5	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
6	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
7	docplayer.info	<1%
	Internet	
8	coachu2health.blogspot.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144717252

9	jurnal.stmiksznw.ac.id	<1%
	Internet	
10	Budi Satria, Marihot Simanjuntak, April Gunawan Malau, Imam Fahcrud...	<1%
	Crossref	
11	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
12	serupatigabdg.wordpress.com	<1%
	Internet	
13	repository.isi-ska.ac.id	<1%
	Internet	
14	arynilandari.wordpress.com	<1%
	Internet	
15	dspace.uui.ac.id	<1%
	Internet	
16	journal.lspr.edu	<1%
	Internet	
17	repositori.unwira.ac.id	<1%
	Internet	
18	Anak Agung Adi Wiryya Putra, Ni Komang Dewi Mahayani, Benedito Ni...	<1%
	Crossref	
19	eprints.walisongo.ac.id	<1%
	Internet	
20	Muh Yasin Mulyadi, Buyung Romadhoni, Aulia Aulia. "PENGARUH HAR...	<1%
	Crossref	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144717252

21	anekartikel.wordpress.com	<1%
	Internet	
22	moam.info	<1%
	Internet	
23	repository.unhas.ac.id	<1%
	Internet	
24	Dhian Sweetania, Achmad Hafidz. "PERANCANGAN UI/UX PADA APLI...	<1%
	Crossref	
25	karyailmiah.unisba.ac.id	<1%
	Internet	
26	learningspaces.learningpool.com	<1%
	Internet	
27	repository.universitasbumigora.ac.id	<1%
	Internet	
28	ericdesign-jogja.com	<1%
	Internet	
29	detiklampung.com	<1%
	Internet	
30	library.binus.ac.id	<1%
	Internet	
31	merkterbaik.com	<1%
	Internet	
32	nanopdf.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144717252

33	repositori.usu.ac.id	Internet	<1%
34	repository.unj.ac.id	Internet	<1%
35	talenta.usu.ac.id	Internet	<1%
36	vibdoc.com	Internet	<1%
37	seputarpengetahuan.co.id	Internet	<1%
38	tempointeractive.com	Internet	<1%
39	Adittia Prasetya, Febriyansyah Ramadhan, Debi Irawan, Mohammad Re...	Crossref	<1%
40	Axeldo Chorwanda Ganggas Adyaksa, Dwi Budi Santoso, Jeffri Alfa Ra...	Crossref	<1%
41	e-journal.poltek-kampar.ac.id	Internet	<1%
42	ejournal3.unud.ac.id	Internet	<1%
43	more-examples.blogspot.com	Internet	<1%
44	repo.stikesperintis.ac.id	Internet	<1%

Sources overview



© 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:3618:144717252

45	repository.upi.edu	Internet	<1%
46	coursehero.com	Internet	<1%
47	jurnal.ideaspublishing.co.id	Internet	<1%
48	wartaekonomi.co.id	Internet	<1%
49	I Putu Raditya Kusuma Putra, Gede Bayu Segara Putra, Putu Gde Satria...	Crossref	<1%
50	Tanty Nazala Asyla, Apriade Voutama. "Perancangan UI/UX Absensi da...	Crossref	<1%
51	widuri.raharja.info	Internet	<1%

Sources overview



© 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

L-6. DAFTAR RIWAYAT HIDUP

ABOUT ME

My Name is **Fahmi Ilham Dharmawan**

I am a student at the Polytechnic State Jakarta with a focus on **Visual Branding**, Adobe Illustrator, and Photoshop. Experienced in rebranding and packaging design projects for local brands, I am able to master Adobe Illustrator, Photoshop, Lightroom, InDesign, and 3D Blender. Apart from being an active student, I take the time to work "Work From Home" as a **Graphic Designer**, 3D modeling, and Video editor. My way to attract consumers or clients to my performance, I promote myself through social media such as, Instagram, Facebook and YouTube. I have project client experience, PT, companies, MSMEs, or individuals from all over Indonesia that I have handled.

SOFTWARE SKILLS

Ps 90%

Ai 90%

Pr 80%

Ae 70%

Id 60%

Lr 60%

CONTACT US

Fahmi_Ilham_Dharmawan

vpm.fahmi@gmail.com

Fahmilhm_

Fahmi Ilham Dharmawan

EDUCATION

July 2016 - may 2018
MTSn Kota Depok

July 2019 - may 2022
SMK Taruna Terpadu 1
Study Multimedia

Sept 2022 - Sept 2026
Politeknik Negeri Jakarta
Thniqueecs Graphics Publishing
Study Desain Grafis D4

SKILLS

- Grapich Designer/Layout
- Modeling Character/Object 3D
- Digital Illustration
- Motion Graphic
- Animation 2D
- Video Editing
- Storybranding

SHORT EXPERIENCE

December 2017 - January 2023
Youtube Creator Content - (X PLAY KEMBAR)
Content Planning

- Develop creative concepts and ideas for YouTube X Play Kembar video content that is relevant to the target audience.
- Create a video script or outline to ensure an engaging and informative storyline.
- Plan a consistent video upload schedule to increase engagement and channel growth.

June 2023 - Present
Work From Home Providing Design Services, 3D Meling, Video Editing

- Graphic Design Services
- Receive and work on graphic design requests
- 3D Modeling and Visualization
- Create 3D models for products, packaging, using software such as Blender
- Video Editing
- Edit videos according to client requests using software such as Adobe Premiere Pro.

SCAN HERE
To See The Whole Experience

NEGERI
JAKARTA