



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK
MEDIA PROMOSI DALAM MENDUKUNG *LAUNCHING*
CAFE BIALOVA**



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

Oleh:
DERA ARBIANTI

2206421039

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi dalam Mendukung *Launching Cafe BiaLova*

Penulis : Dera Arbianti

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

**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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK MEDIA PROMOSI DALAM MENDUKUNG *LAUNCHING CAFE BIALOVA*

Oleh:

DERA ARBIANTI

2206421039

Disahkan:

Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

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

NIP. 199509212022032014

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds.

NIP. 198911012025062002

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds

NIP. 19881215201832001

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

**PERANCANGAN *MARKETING COLLATERAL* UNTUK MEDIA
PROMOSI DALAM Mendukung *LAUNCHING CAFE BIALOVA***

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 2 Juli 2026

Yang menyatakan,



Dera Arbianti

2206421039



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

BiaLova merupakan bisnis kuliner yang berdiri sejak tahun 2020 dan berkembang menjadi sebuah kafe pada akhir tahun 2026. Di tengah persaingan industri kafe yang semakin ketat, setiap pelaku usaha dituntut memiliki strategi komunikasi dan promosi yang efektif agar dapat dikenal oleh masyarakat. Namun, Kafe BiaLova belum memiliki media promosi yang mampu menyampaikan informasi mengenai konsep, produk, dan karakter kafe secara jelas dan komunikatif dalam mendukung kegiatan launching, sehingga diperlukan perancangan marketing collateral dengan konsep visual yang selaras dengan strategi branding serta penerapan prinsip desain grafis agar informasi dapat disampaikan secara menarik, dan mudah dipahami oleh target audiens. Penelitian ini menggunakan metode *mixed methods* dengan pendekatan *design thinking* melalui pengumpulan data berupa wawancara, observasi, survei kuesioner, dan studi literatur. Pendekatan *design thinking* diterapkan melalui tahapan *empathise*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test* untuk memahami permasalahan, mengembangkan konsep visual, serta menghasilkan solusi desain media promosi yang sesuai dengan kebutuhan target audiens. Hasil akhir dalam perancangan ini adalah media promosi berupa: Poster, x-banner, poster menu, desain sosial media instagram, brosur dan dekorasi kafe (*wall sticker*) dengan desain *tone and manner* berupa *Friendly*, *cheerful* dan gaya bahasa ringan. Strategi visual diwujudkan dalam elemen desain berupa warna pink, toska dan oranye dengan desain *grid pattern* sebagai elemen dekoratif serta *style* ilustrasi *simple outline* yang mendukung kesan dari konsep kafe yaitu *playful*. Hasil testing dari perancangan ini dapat membantu memperkuat konsep dan identitas visual kafe BiaLova guna mendukung kegiatan launching kafe agar tampil lebih menarik, mudah dikenal, dan memiliki karakter merek yang kuat di tengah persaingan industri kuliner.

Kata kunci: *Marketing Collateral*, Media Promosi, *Launching Café*, Desain Grafis, *Design Thinking*.



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

BiaLova is a food business that was founded in 2020 and expanded into a café by the end of 2026. Amid increasingly fierce competition in the café industry, every business owner is required to have effective communication and promotional strategies to gain public recognition. However, BiaLova Café does not yet have promotional materials capable of clearly and effectively conveying information about the café's concept, products, and character to support its launch activities. Therefore, it is necessary to design marketing collateral with a visual concept aligned with the branding strategy and the application of graphic design principles so that information can be presented in an engaging manner and easily understood by the target audience. This study employs a mixed-methods approach using design thinking through data collection via interviews, observations, questionnaire surveys, and literature reviews. The design thinking approach is applied through the stages of empathize, define, ideate, prototype, and test to understand the problem, develop a visual concept, and produce promotional media design solutions that meet the needs of the target audience. The final deliverables of this design project are promotional materials including: posters, X-banners, menu posters, Instagram social media designs, brochures, and café decorations (wall stickers), featuring a design tone and manner that is friendly, cheerful, and lighthearted. The visual strategy is embodied in design elements such as pink, teal, and orange, with a grid pattern serving as a decorative element and a simple outline illustration style that reinforces the café's playful concept. The results of this design project can help strengthen the concept and visual identity of BiaLova Café to support its launch, making it more appealing, easily recognizable, and endowed with a strong brand character amid the competitive culinary industry.

Keywords: Marketing Collateral, Promotional Materials, Café Launch, Graphic Design, Design Thinking.



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur senantiasa dipanjatkan kepada Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga Laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan *Marketing Collateral* untuk Media Promosi dalam Mendukung *Launching Cafe BiaLova*” dapat diselesaikan dengan baik. Serta ucapan terima kasih yang paling utama kepada Mama, Papa dan kakak tercinta atas doa serta dukungan yang tiada henti selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Laporan ini disusun demi memenuhi persyaratan kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Pada kesempatan ini, turut mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan selama masa penyusunan laporan. Ucapan terima kasih yang tulus disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis sekaligus dosen pembimbing, yang telah mendedikasikan waktu, tenaga, pikiran, serta ilmunya dalam membimbing.
4. MRR. Tiyas Maheni DK, S.H., M.H. selaku PA DG 8B yang selalu memberi motivasi.
5. Nanda Bia sebagai Pemilik BiaLova yang telah meluangkan waktu untuk memberikan informasi mengenai brand dan bersedia menjadi klien.
6. Dhiya, Amel, Adel dan seluruh teman DG 8B juga kelas lain atas dukungan dan turut berjuang dalam proses tugas akhir ini.
7. Rizka dan Satoru yang selalu mendukung dan memberikan semangat untuk menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Mentor-mentor di Schoters, khususnya kak Lili dan kak Grace yang telah memberikan motivasi, dukungan yang positif.



© 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

Juga kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan di atas, yang telah berkontribusi dalam membantu dan mendukung penyelesaian tugas akhir ini. Dalam penulisan ini, mungkin terdapat kekurangan dari segi isi maupun penyusunan data. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diterima dengan senang hati demi perbaikan yang lebih baik lagi. Akhir kata semoga laporan ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya.

Bogor, 15 Februari 2026

Penulis,

Dera Arbianti

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Promosi	7
2.2 Media Promosi	9
2.3 Marketing Collateral	9
2.4 Elemen Desain Grafis	12
2.2.1 Warna	12
2.2.2 Ilustrasi.....	18
2.2.3 Fotografi.....	19
2.2.4 Tipografi	21
2.2.5 Layout	22



Hak Cipta :

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

2.5	Prinsip Desain	24
2.6	Desain Thinking.....	27
BAB III METODE PERANCANGAN.....		29
3.1	Metode Penelitian	29
3.2	Data dan Analisis	32
3.2.1	Profil klien	33
3.2.2	Product Knowledge.....	34
3.2.3	Target Audience	35
3.2.4	Kompetitor	36
3.2.5	Consumer Insight.....	40
3.2.6	Analisis SWOT	43
3.2.7	Arahan Kreatif.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN		47
4.1	Konsep Visual	47
4.1.1	Mind Map.....	47
4.1.2	Moodboard	50
4.2	Proses Desain	50
4.2.1	Sketsa Manual	51
1.	Tema Interactive Hands	51
2.	Tema Share Table	51
3.	Tema Menu Highlights	52
4.	Tema Open Space	52
5.	Tema Element Flow	53
4.2.2	Desain Komprehensif.....	53
1.	Desain Komprehensif Interactive Hands	54
2.	Desain Komprehensif Share Table	55
3.	Desain Komprehensif Menu Highlights	55
4.2.3	Desain Terpilih.....	56
1.	Key Visual	56
2.	Penjelasan Media	59
3.	Penjelasan Prinsip	64
4.2.4	Prototype	67
4.2.5	Testing.....	69



Hak Cipta :

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

4.2.6	Final Art Work (FAW)	70
4.3	Media Pendukung	72
4.4	Pertimbangan Produksi	74
BAB V PENUTUP		76
5.1	Simpulan	76
5.2	Saran	78
DAFTAR REFERENSI		
LAMPIRAN		





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Brosur.....	10
Gambar 2.2 Banner	10
Gambar 2.3 Poster.....	11
Gambar 2.4 sosial media.....	11
Gambar 2.5 <i>Monochromatic color</i>	14
Gambar 2.6 <i>Complementary color</i>	14
Gambar 2.7 <i>Analogus color</i>	15
Gambar 2.8 <i>Split-Complementary color</i>	15
Gambar 2.9 <i>Triadic color</i>	16
Gambar 2.10 <i>Triadic color</i>	16
Gambar 2.11 <i>RGB</i>	17
Gambar 2.12 <i>CMYK</i>	17
Gambar 2.13 <i>Line Art</i>	18
Gambar 2.14 <i>3D illustration</i>	19
Gambar 2.15 <i>Flat illustration</i>	19
Gambar 2.16 <i>Flat Lay Photography</i>	20
Gambar 2.17 <i>Detail shots photography</i>	21
Gambar 2.18 Font Serif, Sans serif, Script	22
Gambar 2.19 <i>Picture Window Layout</i>	23
Gambar 2.20 <i>Frame Layout</i>	23
Gambar 2.21 <i>Sircus Layout</i>	24
Gambar 2.22 Prinsip Irama	25
Gambar 2.23 Prinsip keseimbangan simetris & asimetris	26
Gambar 2.24 Prinsip penekanan	26
Gambar 2.25 Prinsip kesatuan	27
Gambar 2.26 Desain Thinking	27
Gambar 3.1 Metode Penelitian	29
Gambar 3.2 Logo BiaLova.....	34
Gambar 3.3 Produk BiaLova	35
Gambar 3.4 Logo Lad & Lass.....	36
Gambar 3.5 Suasana kafe Lad & Lass	36



Hak Cipta :

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

Gambar 3.6 Media Promosi Lad & Lass.....	37
Gambar 3.7 Logo Elldoda cafe & eatery	37
Gambar 3.8 Suasana Elldoda cafe & eatery	38
Gambar 3.9 Media promosi Elldoda cafe & eatery	38
Gambar 3.10 Logo Ludic Cafe	39
Gambar 3.11 Suasana Ludic Cafe.....	39
Gambar 3.12 Media promosi cetak & digital Ludic Café.....	39
Gambar 3.13 Preferensi visual	41
Gambar 4.1 <i>Mind map</i>	48
Gambar 4.2 <i>Concept Board & Photography Board</i>	50
Gambar 4.3 sketsa tema <i>interactive hands</i>	51
Gambar 4.4 sketsa tema <i>share table</i>	51
Gambar 4.5 sketsa tema <i>menu highlights</i>	52
Gambar 4.6 sketsa tema <i>open space</i>	52
Gambar 4.7 sketsa tema <i>element flow</i>	53
Gambar 4.8 Desain Komprehensif Interactive Hands	54
Gambar 4.9 Desain Komprehensif Share Table.....	55
Gambar 4.10 Desain Komprehensif Menu Highlights	55
Gambar 4.11 Warna media promosi BiaLova	56
Gambar 4.12 Tipografi media promosi BiaLova.....	57
Gambar 4.13 Fotografi media poster, x-banner & poster menu	58
Gambar 4.14 Fotografi media sosmed	58
Gambar 4.15 Ilustrasi BiaLova	59
Gambar 4.16 Desain terpilih media poster.....	60
Gambar 4.17 Desain terpilih media x-banner	61
Gambar 4.18 Desain terpilih media poster menu.....	62
Gambar 4.19 Desain terpilih sosial media	63
Gambar 4.20 Layout	64
Gambar 4.21 irama.....	65
Gambar 4.22 prinsip keseimbangan.....	66
Gambar 4.23 prinsip penekanan.....	67
Gambar 4.24 prinsip unity	67



© 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

Gambar 4.25 Mock up digital	68
Gambar 4.26 Mock up cetak	68
Gambar 4.27 revisi hasil testing	70
Gambar 4.28 <i>hex code</i> warna	71
Gambar 4.29 <i>Final Art Work cetak</i>	71
Gambar 4.30 <i>Final Art Work Digital</i>	72
Gambar 4.31 <i>Wall Sticker</i>	73
Gambar 4.32 brosur	73





Hak Cipta :

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

Tabel 3.1 Matrix SWOT	43
Tabel 3.2 Arahan kreatif	45
Tabel 4.1 <i>Key visual</i>	48





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 TRANSKRIP WAWANCARA KLIEN	82
LAMPIRAN 2 TRANSKRIP TESTING	85
LAMPIRAN 3 HASIL SURVEY KONSUMEN	89
LAMPIRAN 4 DOKUMENTASI	94
LAMPIRAN 5 LOGBOOK BIMBINGAN TA.....	96
LAMPIRAN 6 HASIL TURNITIN	98
LAMPIRAN 7 DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	100





Hak Cipta :

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

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor kuliner di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang sangat pesat dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Ahli Menteri Perindustrian Bidang Penguatan Kemampuan Industri Dalam Negeri, Industri makanan dan minuman di Indonesia mencatat pertumbuhan sekitar 5,53% pada tahun 2024, menjadi salah satu subsektor dengan kontribusi terbesar terhadap PDB sektor industri pengolahan non-migas (Putra, 2024). Hal ini terlihat dari semakin banyaknya bisnis makanan baru, terutama kafe, yang bermunculan dengan konsep, target pasar, dan pendekatan promosi yang berbeda. Karena situasi ini, persaingan antar kafe menjadi sangat ketat. Maka, setiap pemilik bisnis perlu memiliki strategi komunikasi dan promosi yang efektif agar dapat bertahan dan dikenal oleh masyarakat. Penelitian menunjukkan bahwa elemen visual berpengaruh besar terhadap cara orang mengingat dan memilih produk, sehingga desain grafis yang efektif merupakan bagian penting dalam membangun identitas merek (Pramiswara, 2021). Salah satu cara menerapkan strategi itu adalah dengan menggunakan *marketing collateral*.

Marketing collateral adalah berbagai jenis materi promosi dalam bentuk media cetak dan digital. *marketing collateral* mampu memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kesadaran merek, penguatan citra merek, dan efektif dalam mempromosikan suatu produk (Li et al., 2022). Oleh karena itu, penggunaan *marketing collateral* menjadi penting bagi brand dalam membangun persepsi positif di benak konsumen.

BiaLova adalah bisnis kuliner yang berdiri sejak tahun 2020 dan telah mengalami pertumbuhan secara bertahap. Bermula dari bisnis kecil yang sekedar menyalurkan hobi memasak melalui platform digital hingga berkembang menjadi sebuah kafe yang akan dibangun akhir tahun 2026. Pembukaan kafe ini menjadi titik penting bagi BiaLova untuk menunjukkan konsep bisnis yang lebih matang kepada masyarakat luas.



© 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

Berdasarkan wawancara dengan pemilik bisnis BiaLova, diketahui bahwa ada beberapa masalah utama yang menjadi hambatan dalam rencana promosi strategis untuk mendukung acara peluncuran kafe. BiaLova belum punya media promosi khusus yang dibuat untuk mendukung acara peluncuran kafe mereka. Pemilik bisnis berencana untuk mengumumkan pembukaan kafe melalui postingan di akun media sosial Instagram. Pendekatan ini terasa kurang memadai karena hanya menggunakan satu jenis alat promosi tanpa didampingi oleh desain visual yang baik dan variasi media yang cukup. Kedua, informasi mengenai konsep kafe, jenis produk dan layanan yang akan ditawarkan belum disampaikan secara jelas melalui gambar atau elemen visual.

Situasi ini menunjukkan bahwa media promosi yang terbatas dan penyampaian informasi yang kurang optimal bisa menjadi masalah komunikasi visual yang saling berkaitan. Dengan demikian, media promosi yang dirancang dengan baik merupakan faktor penting dalam mendukung keberhasilan komunikasi merek. Oleh karena itu, perancangan *marketing collateral* ini diarahkan untuk mendukung upaya keberhasilan acara peluncuran kafe dengan media promosi yang dirancang bertujuan untuk menyampaikan informasi secara lebih terstruktur dan mudah dipahami. Perancangan ini mencakup pembuatan poster *launching* kafe, x-banner, brosur, dekorasi kafe, konten sosial media, serta poster menu.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas perancangan media promosi pada bidang kuliner dengan fokus yang beragam, seperti perancangan media promosi dengan fokus peningkatan penjualan (Siregar, 2018), meningkatkan daya saing (Azzhara & Yanti, 2025), serta media promosi untuk meningkatkan kesadaran merek yang dilakukan oleh beberapa peneliti (Novalia et al., 2021). Namun, dari penelitian tersebut belum secara spesifik mengarah kepada perancangan media promosi untuk mendukung kegiatan *launching* kafe. Selain itu, pendekatan perancangannya juga belum menerapkan metode *Design Thinking* sebagai proses yang mengutamakan kebutuhan pengguna. Oleh karena itu, perancangan ini bertujuan untuk melengkapi penelitian sebelumnya dengan membuat media promosi yang disesuaikan dengan kebutuhan peluncuran Kafe BiaLova dengan menggunakan metode *Design Thinking*.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, permasalahan utama yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana merancang *marketing collateral* yang dapat mendukung promosi kegiatan *launching* kafe BiaLova?
2. Bagaimana mengembangkan konsep visual yang selaras dengan strategi branding BiaLova dan mengaplikasikan secara konsisten ke dalam media promosi pada acara *launching* kafe?
3. Bagaimana menerapkan prinsip desain grafis dalam media promosi *launching* kafe agar informasi mengenai konsep, produk, dan karakter BiaLova dapat tersampaikan secara menarik dan mudah dipahami?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pembahasan dalam tugas akhir ini mencakup beberapa aspek utama, yaitu:

1. Proses perancangan *marketing collateral* untuk mendukung *launching* kafe dengan menggunakan metode *Desain Thinking*.
2. Media yang dirancang berupa media cetak yang menampilkan kombinasi ilustrasi dan foto produk, penggunaan warna yang *colorful* serta penyajian informasi yang ringan mudah dipahami.
3. Perancangan media promosi yang meliputi media cetak berupa: Poster, brosur, x-banner, poster menu, *wall sticker*. Dan media digital berupa: desain sosial media.
4. Penerapan prinsip desain grafis pada perancangan media promosi yang sesuai dengan konsep kafe BiaLova.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Bagian ini menjelaskan tujuan utama dari proses perancangan, serta manfaat yang dapat diperoleh oleh berbagai pihak, baik klien, bagi pengembangan ilmu pengetahuan, maupun dalam dunia desain grafis. Adapun tujuan dan manfaat dari penulisan laporan tugas akhir ini meliputi:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1.4.1 Tujuan

1. Merancang media promosi berupa bahan *marketing collateral* untuk mendukung kegiatan launching kafe BiaLova.
2. Mengembangkan konsep visual yang selaras dengan strategi branding BiaLova dan mengaplikasikannya ke dalam media utama maupun media pendukung pada acara *launching* kafe secara konsisten.
3. Menerapkan prinsip desain grafis dalam media promosi *launching* kafe agar informasi mengenai konsep, produk, dan karakter BiaLova dapat tersampaikan secara menarik, jelas, dan mudah dipahami oleh target audiens.

1.4.2 Manfaat

1. Manfaat bagi klien/user

Membantu memperkuat identitas merek BiaLova sehingga dapat mendukung kegiatan launching kafe. Dengan identitas yang lebih kuat dan konsisten, BiaLova bisa tampil lebih menarik, mudah dikenal, serta memiliki kepribadian merek yang lebih kuat di tengah persaingan industri kuliner.

2 Manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan

Memberikan penjelasan cara menerapkan perancangan marketing collateral dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya sebagai strategi media promosi yang digunakan untuk mendukung peluncuran usaha di bidang kuliner. Hasil penelitian ini bisa menjadi acuan dalam memahami cara merancang media promosi yang terstruktur untuk meningkatkan kesadaran dan menarik perhatian audiens di awal peluncuran sebuah kafe.

3 Manfaat praktis dalam dunia desain grafis

Pendekatan yang digunakan pada penulisan ini bisa menjadi acuan bagi desainer dan pelaku UMKM dalam membuat desain media promosi yang tepat sasaran, konsisten, dan efektif untuk membangun kesadaran serta menarik perhatian calon pelanggan saat usaha baru diluncurkan.



Hak Cipta :

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

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini dibuat dengan struktur yang terorganisasi agar pembahasan bisa disampaikan secara berurutan dan mudah dipahami. Berikut ini penjelasan dari setiap bab:

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini menjelaskan latar belakang masalah yang dihadapi BiaLova, yaitu tidak memiliki media promosi untuk mendukung *launching* kafe. Perancangan media promosi berupa poster, brosur, x-banner, poster menu, desain media sosial dan dekorasi kafe dirancang sebagai solusi dari permasalahan tersebut. Selain itu, bab ini menguraikan rumusan masalah, ruang lingkup perancangan, tujuan dan manfaat dari proyek tugas akhir, serta sistematika penulisan laporan secara menyeluruh.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menyajikan teori-teori dan landasan referensi yang menjadi acuan dalam perancangan media promosi untuk *launching* kafe BiaLova. Pembahasannya meliputi teori tentang ilmu promosi, media promosi, *marketing collateral*, serta prinsip dan elemen desain grafis. Dengan pendekatan seperti *design thinking* juga diterapkan untuk mendukung proses pengembangan visual.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menguraikan tahapan-tahapan yang dilaksanakan dalam proses pengumpulan dan analisis data dari brand BiaLova. Meliputi wawancara klien, penyebaran kuesioner, hingga observasi terhadap kompetitor. Metode *design thinking* diterapkan sebagai pendekatan utama dalam proses perancangan. Hasil yang diperoleh dari tahapan ini akan diolah menjadi *creative brief*. Arah ini menjadi landasan utama dalam merumuskan konsep serta strategi visual untuk bab 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

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Pada bab ini menjelaskan proses desain yang diawali dari pembuatan konsep visual desain *marketing collateral* BiaLova yang meliputi *mindmap* dan *moodboard*, kemudian lanjut ketahap pembuatan sketsa, digitalisasi, pembuatan prototype dan testing. Setelah melakukan tahapan konsep visual, kemudian pada bab ini juga menjelaskan desain final, penerapan prinsip desain grafis, penjelasan media pendukung dan pertimbangan produksi.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh dari proses perancangan desain *marketing collateral* BiaLova yang telah dilakukan serta saran sebagai bahan pertimbangan untuk pengembangan selanjutnya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Dari hasil perancangan *marketing collateral* dapat diambil kesimpulan dalam beberapa hal, yaitu:

1. Perancangan *marketing collateral* yang dapat mendukung promosi kegiatan *launching* kafe BiaLova dilakukan melalui tahapan metode *design thinking*, yaitu: *empathise* atau pengumpulan data yang dilakukan dengan wawancara bersama klien untuk memperoleh data berupa profil serta masalah yang dihadapi yaitu BiaLova. Selain itu dilakukan juga pengumpulan data melalui survei kuesioner untuk memperoleh *customer insight* dan observasi terhadap kompetitor. Kemudian lanjut ketahap berikutnya yaitu *Define*, dilakukan analisis untuk mengidentifikasi masalah utama melalui Analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*) hasil analisis menjadi landasan utama dalam menyusun *creative brief* sebagai acuan untuk tahap *Ideate*, proses pengembangan ide dilakukan sebagai solusi desain dari masalah yang telah dianalisis. Menghasilkan konsep desain berupa: *mind map, moodboard, sketsa & desain komprehensif*. Selanjutnya *prototype* yang menghasilkan output berupa *mock up* cetak atau digital yang diuji dan dievaluasi sebelum dicetak ke material sebenarnya. Sampai ke tahap akhir yaitu *testing* atau uji coba kepada target *audiens* untuk menerima umpan balik terhadap desain yang telah dirancang.
2. Konsep visual yang selaras dengan strategi branding BiaLova dikembangkan melalui penerapan metode *design thinking*. Berdasarkan hasil analisis, BiaLova memiliki konsep kafe playful yang diterapkan melalui karakter visual yang menyenangkan, sementara *friendly* dan *cheerful* digunakan sebagai *tone and manner* dalam menyampaikan identitas brand kepada audiens. Konsep tersebut divisualisasikan melalui tiga *key visual*, yaitu *Dining Moment, Playful*, dan *Grid Pattern*. *Key visual Dining Moment* diwujudkan melalui ilustrasi momen kedekatan, bahan masak, alat makan, alat masak, serta rempah-rempah sebagai representasi



© 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

kualitas menu dan identitas kuliner BiaLova. *Key visual Playful* diterapkan melalui penggunaan ilustrasi *outline* dan *flat design* yang dikombinasikan dengan foto produk sekaligus memperkuat kesan *cheerful*. *Key visual grid patten* menggunakan warna yang cerah. Sementara itu, kesan *friendly* sebagai salah satu *tone and manner* diperkuat melalui penggunaan tipografi jenis *casual script* yang memberikan karakter akrab pada media promosi. Ketiga key visual tersebut diterapkan secara konsisten pada seluruh media promosi BiaLova.

3. Perancangan marketing collateral BiaLova menerapkan prinsip desain grafis yang disesuaikan dengan penyampaian pesan pada setiap media. Pada media poster, prinsip circus layout diterapkan melalui penyusunan elemen visual yang tersebar namun tetap seimbang sehingga menghasilkan tampilan yang dinamis dan mendukung penyampaian konsep BiaLova sebagai kafe playful yang cocok untuk nongkrong dan bersantai. Pada media x-banner, prinsip irama (*rhythm*) diterapkan melalui penyusunan ilustrasi secara berulang di sekitar foto produk sehingga menciptakan komposisi yang harmonis dan mendukung penyampaian informasi mengenai variasi menu dengan harga terjangkau. Pada poster menu, prinsip *frame layout* diterapkan untuk menghasilkan tampilan yang rapi dan terstruktur dalam menyajikan daftar menu, serta didukung dengan keseimbangan asimetris agar setiap elemen tetap terlihat seimbang. Sementara itu, media sosial menerapkan prinsip *emphasis* melalui penggunaan foto produk yang lebih dominan untuk membangun hierarki visual dan memperkuat pesan mengenai menu yang dihidangkan langsung oleh pemilik sehingga memberikan kesan fresh dan homemade. Selain itu, media pendukung seperti brosur dan *wall sticker* juga menerapkan konsistensi elemen visual yang sama. Melalui penerapan prinsip desain grafis tersebut, informasi mengenai konsep, produk, dan karakter BiaLova dapat tersampaikan secara menarik serta mudah dipahami oleh target audiens.



© 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

5.2 Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan ruang lingkup media yang dirancang. Perancangan ini hanya fokus pada media promosi yang mendukung kegiatan *launching* kafe, seperti poster, x-banner, poster menu, desain sosial media, brosur dan *sticker wall*. Media lain seperti kemasan, *merchandise* belum menjadi bagian dari perancangan ini. Selain itu penelitian ini hanya sampai pada tahap testing kepada target *audiens*, belum sampai pada tahap mengukur keefektifan desain *marketing collateral* ini terhadap dampak yang lebih luas pada kafe BiaLova. Oleh karena itu topik ini bisa diangkat untuk penelitian selanjutnya, yaitu untuk menguji efektifitas desain *marketing collateral* terhadap aspek komunikasi pemasaran, seperti meningkatkan kesadaran merek, peningkatan penjualan, keinginan untuk berkunjung, serta *engagement audiens* terhadap kafe BiaLova.

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 REFERENSI

- Pramiswarara, I. G. A. N. A. Y. (2021). Fotografi Sebagai Media Komunikasi Visual Dalam Promosi Budaya. 1(2). <https://jurnal.ekadanta.org/index.php/danapati/article/download/135/113/>
- Widyanto, I., & Albetris, A. (2021). Pengaruh Citra Merek, Harga, Promosi dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Padat Wardah Pada PT Pargon Tecnology and Inovation (Studi Kasus Mahasiswa Fakultas Ekonomi STIE Graha Karya Muara Bulian). J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains), 6(1), 138.
- Albar, D. N., & Iriani, S. S. (2022). Pengaruh Brand Image Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Konsumen Domino's Pizza Deltasari Sidoarjo). Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan, 1(5), 717–736.
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). CV. Penerbit Qiara Media.
- Katai, R. (2018, November 1). Marketing Collateral: From Definition to Examples. <https://robertkatai.com/marketing-collateral/>
- Azizah Hanum. (2023). Analisis Strategi Komunikasi Pemasaran Media Cetak. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.8267642>
- Arianto, B., & Sofyan, H. (2022). Peran Media Sosial Bagi Penguatan Bisnis UMKM di Kota Serang Banten. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa, 6(2) 130-145.
- Filkovskaia, J. 2017. Influence of Visuals in Digital Brand Identity Case Company : PIIK. Finland: JAMK University of Applied Sciences.
- Thejahanjaya, David, and Yusuf Hendra Yulianto. "Penerapan psikologi warna dalam color grading untuk menyampaikan tujuan foto." Jurnal dibalik DKV Adiwarna 1 (2022): 9.
- Janottama, I. P. A., & Putraka, A. N. A. (2017). Gaya dan teknik perancangan ilustrasi tokoh pada cerita rakyat Bali. Segara Widya: Jurnal Hasil Penelitian Masyarakat, 5.
- Agung, S., Partiansah, M., & Viatra, A. (2023). Video Sebagai Media Promosi Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) Pempek Di Kota Palembang. *Besaung Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, Volume 8 NO. 1, 97–107.



Hak Cipta :

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

Darmo, B., & Bulan, A. (2022). *Makna Tanda Pada Iklan Tokopedia Versi #Dirumahajadulu Bersama Tokopedia "Bebas Ongkir, Harga Terjaga & Selalu Ready!"* Vol. 6, No. 2, 412–422.

Alexander, J., Pangestu, D., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan Genetic Neural Network dalam Pemilihan Color Palette untuk Desain Skema Warna. *Cogito Smart Journal*, VOL. 6-NO.2, 284–297.

Amalia, V., Hastuti, & Maryova, F. (2024). Analisis Teknik Penulisan Copywriting Pada Iklan Gojek Billboard Curhatan Pendek Dan Video Iklan Cerdikiawan. *Warahan: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, Vol. 6 No. 1 (Vol. 6 No. 1 (2024): Warahan: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia), 303–312.

Anggarini, A. (2021). *Desain Layout* (1st ed.). PNJ Press.

Azzhara, N., & Yanti, E. (2025). Redesain Media Promosi Untuk Meningkatkan Daya Saing Warung Konco Di Kota Padang. *Jurnal Penelitian Nusantara*, Volume 1; Nomor 12, 989–998.

Bangun, D. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. PNJ Press.

Budiman, A. (2022, September). 7 Jenis Foto Produk untuk Media Sosial. *Ireap*.

Darmo, B., & Bulan, A. (2022). *Makna Tanda Pada Iklan Tokopedia Versi #Dirumahajadulu Bersama Tokopedia "Bebas Ongkir, Harga Terjaga & Selalu Ready!"* Vol. 6, No. 2, 412–422.

Fadiah, S., & Satriadi. (2024). Peran Warna Dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo. *Paratiwi: Jurnal Seni Rupa Dan Desain*, Volume 3 Nomor 2, 126–134.

ISNAWATI, S., BUDIYANTO, A., & JAYANTI, F. (2022a). Pelatihan Fotografi Produk Untuk Pemasaran Digital Menggunakan Teknik Lifestyle Photography. *Bakti Humaniora*, Vol II No. 1, 1–11.

Lahandi, B., & Haq, B. (2020). Penerapan Metode Design Thinking Pada Mata Kuliah Desain Pengembangan Produk Pangan. *Jurnal IKRA-ITH Humaniora*, Vol 4 No 2, 83–93.

Novalia, Syifa, A., Balqis, A., & Ramadhana, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Akrab Juara*, Volume 6 Nomor 4, 84–98.

Nugraha, F. (2026). Tipografi dan Branding dalam Komunikasi Visual. *Jurnal Seni Dan Desain Kreatif*, Vol. 1 No. 2, 61–68.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Orlantino, Negara, N., & Sarjani, N. (2023). Perancangan Ilustrasi Promosi Go-Jek Wilayah Bali Pada Dados Desain Studio Di Badung. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, Vol.4, No.1, 100–108.

Permatasari, A., Purwanti, A., & Rejeki, S. (2024). Analisis Sarana Informasi Dan Promosi menggunakan Company Profile Interaktif dan Corporate Identity. *2024*, 6, 87–90.

Santosa, K., & Wahyu, A. (2024). Perancangan Ilustrasi sebagai Media Promosi dan Visual Branding Pantai Cibuaya. *Jurnal Desain*, Vol.11, No.2, 292–302.

Siregar, V. (2018). Perancangan Website Sebagai Media Promosi Dan Penjualan Produk. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, Volume 9, Nomor 1, 15–21.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA KLIEN





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narasumber: Nanda Bia Saputri

Profesi: Pemilik BiaLova

D: Sebagai desainer

K: Sebagai klien

D: Sebelumnya saya mau gali informasi kak, terkait profile klien untuk dimasukan ke tugas akhir, boleh diceritakan kak gimana awal mula berdirinya BiaLova?

K: BiaLova tuh berdiri dari 2020, awalnya karna aku hobby masak jadi bisnis kecil kecilan aja jual dari whatsapp sama instagram, respon dari konsumen bagus bagus, aku jadi semangat jualan sampai akhirnya ada niat mau buka kafe di akhir tahun ini. Sebenarnya nama BiaLova tuh dari sebutan Bia Lovers, aku seneng banget interaksi sama pembeli, karna yang beli tuh rata rata anak remaja sampai dewasa seumuranku, ibu rumah tangga juga jadi pengen akrab sama mereka. Terus, BiaLova punya tagline “semua hidangan dimasak dengan cinta” karna aku bener bener suka masak, pengen konsumen makan masakan yang aku masak langsung, spesial untuk mereka. Produk yang aku jual saat ini lebih sering ke olahan ayam, ada ayam goreng yang disajikan dengan berbagai macam saus, seperti saus barbeque, balado, lada hitam dan keju. Selain itu, ada ayam ala tradisional, seperti ayam bumbu rempah, ayam bawang, dan ayam penyet nasi daun jeruk. Cemilan ada manis gurih, minuman juga ada jelly susu, sama minuman instan lainnya.

P: Kalau boleh tau, konsep kafanya dari kakak sudah ada?

D: Ada! konsep kafe ku nanti penuh warna, terutama pink sama hijau toska ya, ada ilustrasi yang lucu tapi simple gitu yang gampang di inget ini tuh style BiaLova banget.

D: Berarti ini aku bakal bikin *marketing collateral* buat dukung launching kafe kakak, seperti buku menu, poster, x-banner, brosur, sama desain postingan instagram gitu ya kak. Kira kira gimana?100

K: Boleh, iya postingan instagram, instagram BiaLova memang udah jarang posting juga ya, boleh boleh. Sama mungkin bisa ga ya kak, dibuat desain dekorasi kafe



© 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

nya juga? Aku sebenarnya masih cari cari juga ruko yang pas buat dibikin kafe. Tapi nantinya bakal bagus kalau di pintu atau di dinding ada desain ilustrasinya BiaLova gitu.

D: Boleh kak, aku noted.

D: Kira kira dari kakak di desainnya nanti mau apa aja kak yang muncul? Atau kakak ada gambaran mau desain yang seperti apa?

K: bebas sih, paling buat x-banner ya, banner mau di pake yang bisa berkali kali, karna tuh kayaknya ga tiap hari menunya ada, jadi *better* ga di sebut spesifik menu nya ini itu, kayak di *show* aja menu menu nya pakai foto, yang dominan menu utama pastinya selalu ada, jadian bisa itu yg paling di *show*. harga juga ga spesifik di cantumin sih, karna khawatir harganya berubah karna bahan naik. kepengen biar menarik aja, jadi misal sebut start from 5k, baru nnti di kasih liat harga harganya di buku menu.

D: Ohh boleh, sama gimana soal promo *launching* kak?

K: belum kepikiran sih, tapi paling yang pengen di tunjakin pas *lauch* tuh, kami jual makanan berkualitas, homemade ala modern tradisional dengan harga terjangkau.

D: Aku juga mau mastiin kak, visual branding BiaLova kayak ilustrasi, postingan sosial media sama warna. Sudah ada ciri khas yang “BiaLova” banget ga ya kak?

K: kalau dari sisi warna iya, toska sama pink sudah BiaLova banget, Cuma ilustrasi sama style sosmed BiaLova ga ada khas nya banget sih, karna masih desain di canva yang simple aja.

D: jadi belum ada diferensiasi visual yang kuat gitu ya kak sama kafe lain?

K: iyaa betul, belum ada pembeda yang khas banget sama yang lain.

LAMPIRAN 2

TRANSKRIP TESTING



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Profile	User 1	User 2	User 3	User 4	User 5
Apakah tulisan pada desain ini mudah dibaca?	Terbaca, hanya poster terlalu miring jadi sulit terbaca	tulisan poster terlalu miring, perlu usaha bacanya	Mudah terbaca	Mudah terbaca	Mudah terbaca, karna poster tempel didinding, baiknya tulisan jgn terlalu miring
Perancang desain ini untuk mendukung kegiatan <i>launching</i> kafe BiaLoya. apakah anda langsung memahami isi pesan? (dijelaskan pesan permedia)	Tersampaikan dengan baik	Paham isi pesan	Paham isi pesan	Paham isi pesan	Paham isi pesan
bagian mana yang Anda lihat terlebih dahulu, lalu bagian apa berikutnya?	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik
Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat jelas?	warna oke	penggunaan warna sdh oke	Aman	Aman	Aman
Apakah desain ini secara keseluruhan, dari segi ilustrasi, warna, layout dan <i>copywriting</i> terasa ceria, santai, dan menyenangkan?	Ya, terasa seperti itu	Terlihat kesan begitu	Ya, terlihat	Ya, terlihat	Kesan tersampaikan
Secara keseluruhan apakah desain terlihat konsisten?	Ya, terlihat konsisten	konsisten	konsisten	konsisten	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Apa yang perlu diperbaiki agar desain ini lebih menarik?	Headline x-banner dibuat besar	Uap pada desain sosmed ubah warna, kalau pink kyk kesan wangi bunga	aman	aman	Warna grid dimenu, selang seling aja, iconnya sesuaikan sama tema menu.
--	--------------------------------	---	------	------	---

Profile	User 6	User 7	User 8	User 9	User 10	User 11
Apakah tulisan pada desain ini mudah dibaca?	Terbaca jelas	Tulisan di menu terlalu padat, di atur <i>leadimgnya</i>	Mudah terbaca	Terbaca jelas	Terbaca jelas	Terbaca jelas
Perancangn desain ini untuk mendukung kegiatan <i>launching</i> kafe BiaLova. apakah anda langsung memahami isi pesan? (dijelaskan pesan permedia)	Tersampaikan dengan baik	Paham isi pesan	Paham isi pesan	Paham isi pesan	Paham isi pesan	Paham isi pesan
bagian mana yang Anda lihat terlebih dahulu, lalu bagian apa berikutnya?	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik	Mengikuti alur baca dgn baik
Apakah warna yang digunakan membuat tulisan dan gambar terlihat jelas?	warna sudah bagus	penggunaan warna sdh oke	Aman	Aman	Aman	Aman
Apakah desain ini secara keseluruhan, dari segi ilustrasi, warna, layout dan <i>copywriting</i> terasa ceria, santai, dan menyenangkan?	Ya, terasa seperti itu	Terlihat kesan begitu	Ya, terlihat	Ya, terlihat	Oke, kesan terlihat begitu	Terlihat kesan begitu



© 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

Secara keseluruhan apakah desain terlihat konsisten?	Ya, terlihat konsisten	konsisten	konsisten	konsisten	konsisten	konsisten
Apa yang perlu diperbaiki agar desain ini lebih menarik?	aman	Headline x-banner diperbesar lagi	Headline baiknya dibuat beda warna aja supaya lebih menarik	x-banner headline nya digedein lagi biar lebih kelihatan	aman	aman



LAMPIRAN 3

HASIL SURVEY KONSUMEN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

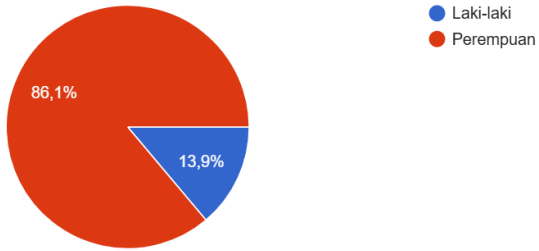
Hak Cipta :

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

Jenis kelamin

101 jawaban

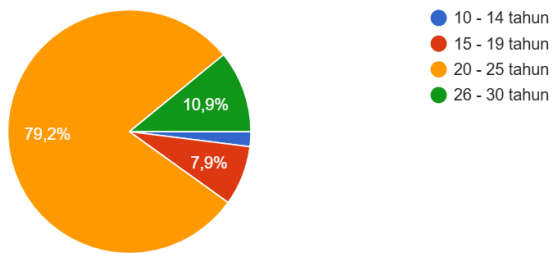
Salin diagram



Usia

101 jawaban

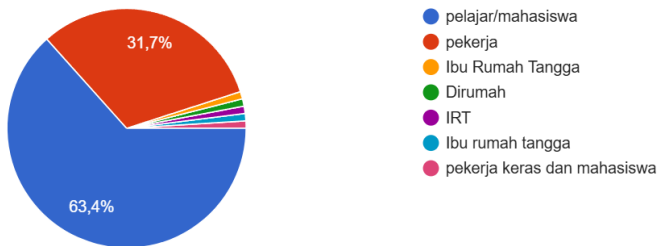
Salin diagram



Status

101 jawaban

Salin diagram





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Domisili

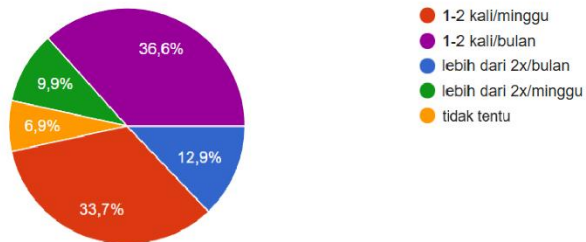
101 jawaban

Bekasi barat
Bogor utara
Surabaya
Bogor Tengah
Palembang
Megamendung
bogor
Tangerang Selatan
Kota Tangerang

Seberapa sering Anda mengunjungi kafe?

Salin diagram

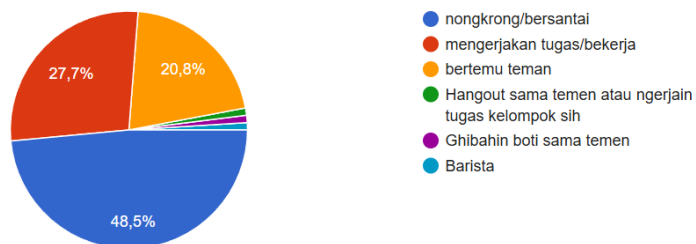
101 jawaban



Kegiatan apa yang biasa anda lakukan di cafe?

Salin diagram

101 jawaban





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

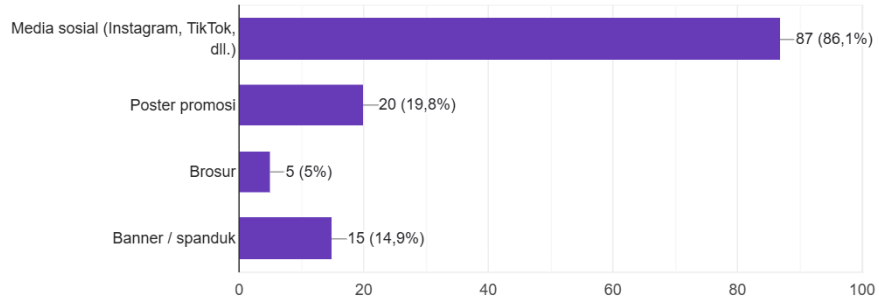
Hak Cipta :

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

Saat pertama kali mengetahui sebuah kafe, media promosi apa yang paling sering Anda temui?
(boleh pilih lebih dari 1)

[Salin diagram](#)

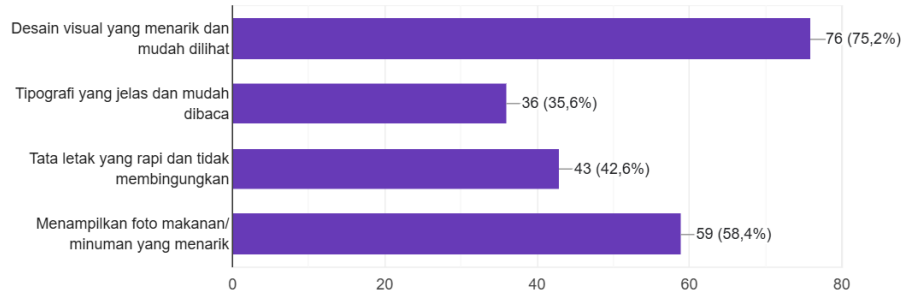
101 jawaban



Menurut Anda, seperti apa tampilan visual media promosi kafe yang menarik?
(boleh pilih lebih dari 1)

[Salin diagram](#)

101 jawaban



JAKARTA



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

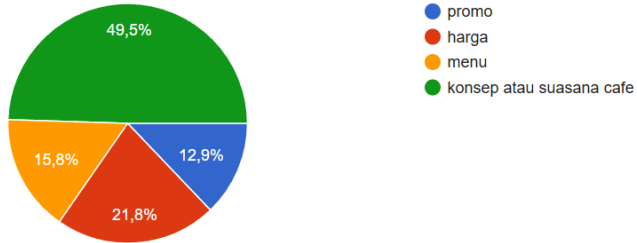
Hak Cipta :

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

Faktor apa yang paling mempengaruhi Anda untuk mengunjungi sebuah kafe baru?

[Salin diagram](#)

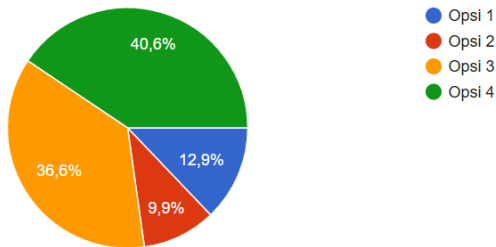
101 jawaban



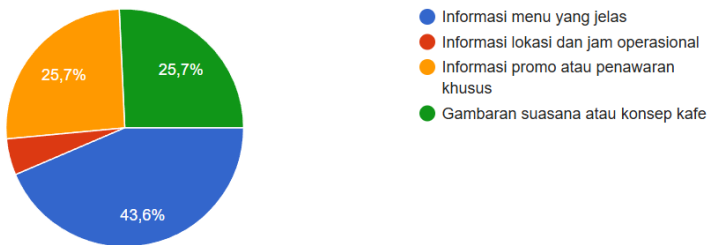
Dari pilihan berikut, tampilan media promosi seperti apa yang paling Anda sukai?

[Salin diagram](#)

101 jawaban



101 jawaban



LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN 5

LOGBOOK BIMBINGAN TA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yan...	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Not st...	February 28, 2026	1. pada latar belakang: • paragraf 1 bagian data pertumbuhan UMKOM perlu tambahkan situasi • paragraf ke-3 jangan mundur lagi bahas promosi, tapi bahas marketing collateral • paragraf ke-7 penjelasan situasi masalah klien, buat state of the art, untuk mengaskan mengapa solusinya harus media promosi • paragraf terakhir perlu menambahkan situasi 2. pada bagian manfaat • manfaat bagi klien disamakan dengan tujuan, tidak perlu menambahkan hal yg blm ternotice di latar belakang 3. pada sistematika penulisan • penjelasan jangan terlalu umum, mention klien	• Revisi bagian latar belakang, paragraf 1, 3, 7 dan paragraf terakhir • Revisi bagian manfaat bagi klien • Revisi sistematika penyusunan, penjelasan untuk bab 1 - bab 3
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan	Latar Belakang Penulisan Bab 2	Not st... Not st...	March 6, 2026	Bab 1 ringkas latar belakang: • paragraf 1 dan 2 digabung • paragraf marketing collateral jd paragraf 2 & tambahkan situasi • paragraf ttg klien cukup 2 paragraf • state of the art gabung sama paragraf situasi, utk state of the art bisa "subjek penelitian bias jadi perubahan, khusus bis love belum ada" Sistematika Penulisan (bagian metode perancangan): • bab III sebutin uraian, hingga ke creative brief Bab 2 • BTL, ATL, TTL, take down, fokus ke media yg dirancang	• Revisi bab 1 dan bab 2 • kerjan bab 2 teori mikro • buat glom
Biml OPEN ke-3	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan	Latar Belakang Penulisan Bab 2	Not st... Not st...	March 11, 2026	aman	lanjut teori mikro
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Profil Klien Product Knowledge Target Audience Analisis kompetitor Analisis SWOT Creative Brief Analisis consumer insight	Not st... Not st... Not st... Not st... Not st... Not st... Not st... Not st...	March 31, 2026	Bab 2 • Teori mikro khususnya, warna, foto, ilustrasi, layout dijelaskan lebih rinci • tambahkan teori 2.5 prinsip desain Bab 3 • Emphasize dijabarin perpoint • profile klien jelasin kekurangan kelebihan • tambahkan foto di product knowledge • consumer insight dibikin point simpulan • analisis SWOT dijelasin rinci lagi • bagian creative brief, product knowledge jelasin menunya, bagian target audien dibuat point, tone and manner dibuat in line sama yg di mention pada swot. Semua yang di SWOT harus ke mention di data sebelumnya, biar bisa di lacak ini data darimana.	Revisi Bab 2 teori mikro bagian: • Warna • Ilustrasi • Fotografi • Layout • tambahkan teori prinsip desain Revisi Bab 3 bagian: • Metopen (Emphasize) • Profile klien • Product knowledge • simpulan Consumer insight • SWOT • Creative Brief
Bimbingan ke-5	Bab 3 Metode Perancangan Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2 Metode Penelitian	Not st... Not st...	April 8, 2026	Bab 2: • Warna masukin foto yg udh diimplementasikan di media • prinsip desain tambahkan gambar Bab 3: • Point emphasize sesuaikan dengan arahan notion • consumer insight jumlah responden masukin di paragraf pertama • analisis swot rincin bagian opportunity, masukin yg di consumer insight preferensi visual responden • bagian so, wo, wt rincin Sudah bisa di tanda tangan	Revisi bab 2: • ubah foto skema warna • tambahkan foto prinsip desain Revisi bab 3: • relayout emphasize sesuai arahan notion • notice jumlah responden di simpulan consumer insight • SWOT point O rincin preferensi visual dari konsumen insight
Bimbingan ke-6	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Mencari data consumer insight Analisis SWOT	Not st... Not st...			Buat daftar isi, daftar pustaka dan lampiran
Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yan...	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-7	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	Kerangka teori New page	Not st... Not st...	April 22, 2026	• revisi sempro (aman) • Mindmap dijelasin rinci, key visual, di visualisasikan dengan apa • moodboard, jenis font nya gausah dimasukin	sketsa
Bimbingan ke-8	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Not st...	May 13, 2026	• pemilihan sketsa alternatif untuk digitalisasikan • sketsa sosmed tambah 1 lagi	digitalisasi
Bimbingan ke-9	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Not st...	May 29, 2026	bimbingan digitalisasi • pemilihan desain digitalisasi • menu di redesain jadi perlembar	• revisi desain menu • testing
Bimbingan ke-10	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Not st...	June 8, 2026	bimbingan desain menu perlembar • revisi cover, untuk mengisi ruang kosong • bimbingan pertanyaan testing	testing
Bimbingan ke-11	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Not st...	June 17, 2026	bimbingan bab 4 keseluruhan • revisi penyampaian hasil testing	revisi bab 4
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain	New page	Not st...	June 26, 2026	bimbingan bab 4 offline penulisan bab 4 final • format penulisan desain terpilih • penulisan few	revisi bab 4 pengorjaan bab 5
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain Bab 5 Penutup	New page	Not st...	July 28, 2026	Bimbingan revisi bab 4 dan bab 5 penutup • bab 4 desain terpilih bagian penjelasan media, jelasin permedia, bahas fungsi, jabarin pesan dan prinsip desain. • bab 5 simpulan poin 1 pindah buat poin 3, poin 1 jabarin desain thinking • saran, tambahn keterbatasan ruang lingkup	• revisi bab 4 dan 5 • cek turnitin

LAMPIRAN 6

HASIL TURNITIN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:144495396

5% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 4% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works 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	2%
	Internet	
2	docplayer.info	<1%
	Internet	
3	Mirnayati Mirnayati, I Nyoman Yoga Sumadewa. "Perancangan Buku In...	<1%
	Crossref	
4	kabinetrakyat.com	<1%
	Internet	
5	lgdpublishing.org	<1%
	Internet	
6	coursehero.com	<1%
	Internet	
7	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
8	eprints.upj.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview

LAMPIRAN 7

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Dera Arbianti

Graphic Designer

Bogor, Jawa Barat | 085810903969

arbiantidera@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/dera-arbianti-96b97724b/>

PORTOFOLIO:

<https://www.behance.net/gallery/242837629/Portfolio-2023-2025>

Saya adalah Mahasiswa program studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta dengan IP 4.00, memiliki pengalaman dan keahlian dalam membuat desain media sosial, ilustrasi, branding, dan digital imaging. Berbekal latar belakang pendidikan dan keinginan untuk maju, Saya siap menyumbangkan waktu dan keahlian yang saya miliki.

Pengalaman

Magang Berdampak (Schoters by Ruangguru)

Agustus 2025 - Des 2025

Graphic Designer Intern

- Bertanggung jawab atas desain kebutuhan media sosial seperti desain konten, desain highlight story, desain insta story.
- Bertanggung jawab atas desain kebutuhan promosi, motion graphic untuk kebutuhan promosi, desain spanduk, dan desain brosur.

Belalang Studio

Januari 2025 - Juli 2025

Graphic Designer Intern

- Bertanggung jawab atas desain konten media sosial instagram @CIMB Niaga
- Berhasil membuat desain promosi seperti TV kurs, Landing page, LED display, OOH digital, pop-up banner, dan push notification aplikasi untuk mendukung kebutuhan komunikasi

Schoters by Ruangguru (PT Partner Impian Milenial)

Juli 2024 - Januari 2025

Graphic Designer Intern

- Bertanggung jawab atas desain konten media sosial, promo desain poster, desain spanduk web, desain brosur

PT. Praisindo Teknologi

Januari 2024 - April 2024

Graphic Designer Intern

- Bertanggung jawab atas desain konten media sosial, desain desain backdrop, poster spanduk, desain ikon aplikasi.
- Berhasil berkolaborasi dengan tim ui/ux dalam pembuatan aplikasi & situs web

Tata Rupa Nusantara x KEMENSOS RI

Maret 2024 - April 2024

Graphic Designer Participant

- Berhasil membuat logo dan desain kemasan untuk UMKM sesuai dengan brief dari klien.
- Berhasil membuat Design Guideline agar identitas brand lebih mudah dikenali

Angklung Centre Yayasan AMADA Maju Berbudaya

Juli 2023 - Desember 2023

Graphic Designer

- Bertanggung jawab dalam pembuatan desain konten sosial media, poster event, poster banner.
- Sukses membangun Guideline Desain sehingga brand identity lebih mudah dikenali dan diingat.

Puwi Studio

Agustus 2023 - Sekarang

Graphic Designer Freelancer

- Berhasil membuat logo brand UMKM sesuai brief dari klien
- Bertanggung jawab dalam pembuatan mock up design
- Berhasil membuat ilustrasi sesuai brief dari klien

Keterampilan

Hard skill

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign Adobe
- Adobe After Effect
- Adobe Premiere Pro
- Figma
- Canva

Soft skill

- Problem Solving
- Creative
- Team Work

Pendidikan

Politeknik Negeri Jakarta

2022 - Sekarang

Desain Grafis

Pencapaian

- Juara 1 Desain inovasi kemasan lokal ramah lingkungan diselenggarakan oleh INPACK Design Competition
- Juara 2 Desain Sayembara Maskot UIN Maliki Ibrahim Malang