



© 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 DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK
AZHELI CREATIVO SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
BIMA DWI NUGROHO
2206421005

**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 Desain Marketing Collateral Untuk Azheli
Creativo sebagai media promosi
Penulis : Bima Dwi Nugroho
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, 8 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK AZHELI CREATIVO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

BIMA DWI NUGROHO

2206421005

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2026

Penguji I

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.

NIP. 198812152018032001

Penguji II

MRR. Tiyas Maheni, DK., M.H.

NIP. 197608241999032002

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds

NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T., M.En

NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN DESAIN MARKETING COLLATERAL UNTUK AZHELI CREATIVO SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Bima Dwi Nugroho

2206421005



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri kreatif dan transformasi digital mendorong pelaku usaha, khususnya UMKM, untuk memanfaatkan media promosi visual sebagai sarana membangun citra profesional dan meningkatkan daya saing bisnis. Azheli Creativo merupakan startup agensi kreatif yang bergerak di bidang branding dan social media management dengan fokus membantu UMKM dalam mengembangkan identitas dan komunikasi visual. Namun, berdasarkan hasil observasi dan wawancara, Azheli Creativo belum memiliki marketing collateral yang mampu menyampaikan informasi layanan secara terstruktur, konsisten, dan profesional sehingga positioning brand sebagai “Teman UMKM” belum tersampaikan secara optimal. Penelitian ini bertujuan merancang desain marketing collateral untuk Azheli Creativo sebagai media promosi yang informatif, komunikatif, dan mampu meningkatkan kepercayaan calon klien. Metode yang digunakan adalah Mixed Method dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan kuesioner. Data yang diperoleh dianalisis menggunakan SWOT dan consumer insight sebagai dasar dalam penyusunan konsep visual serta pengembangan media promosi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa target audiens mengutamakan tampilan visual yang profesional, informasi layanan yang jelas, komunikasi yang mudah dipahami, serta konsistensi visual dalam membangun kepercayaan terhadap agensi kreatif. Berdasarkan hasil analisis SWOT dan consumer insight, dihasilkan konsep visual yang berlandaskan kata kunci ramah, akrab, konsisten, interaksi, dan kolaborasi. Konsep tersebut kemudian diterapkan pada perancangan kartu nama, flyer, lanyard, gantungan kunci, dan template media sosial sebagai media promosi Azheli Creativo. Perancangan ini diharapkan mampu memperkuat komunikasi layanan, meningkatkan citra profesional, serta mendukung positioning Azheli Creativo sebagai mitra branding yang dekat dengan UMKM.

Kata kunci: marketing collateral, media promosi, UMKM, branding



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The growth of the creative industry and digital transformation has encouraged businesses, particularly micro, small, and medium enterprises (MSMEs), to utilize visual promotional media to build a professional image and enhance competitiveness. Azheli Creativo is a startup creative agency specializing in branding and social media management, focusing on assisting MSMEs in developing their brand identity and visual communication. However, based on observations and interviews, Azheli Creativo has not yet established marketing collateral capable of delivering service information in a structured, consistent, and professional manner, resulting in the brand positioning as a “Partner for MSMEs” not being effectively communicated. This study aims to design marketing collateral for Azheli Creativo as a promotional medium that is informative, communicative, and capable of increasing potential clients’ trust. The research employs a Mixed Method approach, with data collected through interviews, observations, and questionnaires. The collected data were analyzed using SWOT analysis and consumer insights as the basis for developing visual concepts and promotional media. The findings indicate that the target audience prioritizes professional visual presentation, clear service information, easy-to-understand communication, and visual consistency in establishing trust toward a creative agency. Based on SWOT analysis and consumer insights, the resulting visual concept is derived from the keywords friendly, approachable, consistent, interaction, and collaboration. These concepts were then implemented in the design of business cards, flyers, lanyards, keychains, and social media templates as Azheli Creativo’s promotional media. The design is expected to strengthen service communication, enhance the agency’s professional image, and support its positioning as a branding partner that is closely connected with MSMEs.

Keywords: marketing collateral, promotional media, MSMEs, branding



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan Desain Marketing Collateral untuk Azheli Creativo sebagai Media Promosi” sebagai salah satu bentuk penerapan ilmu desain grafis. Dalam proses penyusunan Laporan ini, penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta arahan sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

1. Dr. Syamsurizal, S.E, M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Materi, Teknis Politeknik Negeri Jakarta dan selaku Dosen Pembimbing Akademik Politeknik negeri Jakarta.
5. Seluruh Dosen Pengampu mata kuliah Program studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan beserta arahan pada perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
6. Misbah Zainil Anam, selaku Pemimpin Azheli Creativo

Penulis menyadari bahwa Laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna menyempurnakan penyusunan Tugas Akhir ini. Penulis berharap Laporan ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu desain komunikasi visual, khususnya dalam bidang perancangan media promosi dan branding.

Jakarta, 8 Juli 2026

Bima Dwi Nugroho



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
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	4
1.5 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	8
2.1 Bisnis Kreatif	8
2.2 Desain Grafis untuk media promosi	8
2.2.1 Promosi	9
2.2.2 Media Promosi	9
2.2.3 Jenis Media Promosi	12
2.2.4 Marketing Collateral	15
2.3 Elemen Desain Grafis	16
2.3.1 Warna	16
2.3.2 Tipografi	19
2.3.3 Layout	20
2.3.4 Gambar	21
2.3.5 Grid	21
2.4 Prinsip Desain	22
2.5 <i>Design Thinking</i>	24



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 III METODE PERANCANGAN	26
3.1 Metode Penelitian.....	26
3.2 Data dan Analisis	28
3.2.1 Profil Klien.....	28
3.2.2 Product Knowledge.....	30
3.2.3 Target Audience	31
3.2.4 Kompetitor	32
3.2.5 Consumer Insight	41
3.2.6 Analisis SWOT	49
3.3 Arahan Kreatif.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	56
4.1 Konsep Visual	56
4.2 Proses Desain	58
4.2.1 Sketsa Alternatif.....	59
4.2.2 alternatif komprehensif	75
4.2.3 desain terpilih.....	89
4.2.4 Prototype	90
4.2.5 Testing.....	91
4.2.6 Final Artwork.....	92
4.3 Media Pendukung	102
4.4 Pertimbangan produksi	102
BAB V PENUTUP	105
5.1 Simpulan	105
5.2 Saran.....	106
DAFTAR REFERENSI	
LAMPIRAN.....	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 banner	13
Gambar 2.2 x-banner	13
Gambar 2.3 poster	14
Gambar 2.4 kartu nama	14
Gambar 2.5 merchandise	15
Gambar 2.6 color wheel	18
Gambar 3.1 bagan ruang lingkup usaha	30
Gambar 3.2 logo gosocial	32
Gambar 3.3 homepage gosocial	33
Gambar 3.4 portfolio page gosocial	33
Gambar 3.5 portfolio page gosocial	33
Gambar 3.6 media sosial gosocial	34
Gambar 3.7 desain feed gosocial	34
Gambar 3.8 logo fine creative	36
Gambar 3.9 homepage finecreative	36
Gambar 3.10 portfolio deck finecreative	36
Gambar 3.11 portfolio deck finecreative	37
Gambar 3.12 portfolio deck finecreative	37
Gambar 3.13 media sosial finecreative	37
Gambar 3.14 desain feed finecreative	38
Gambar 3.15 media sosial finecreative	38
Gambar 3.16 logo lopokopi	39
Gambar 3.17 landing page lopokopi	39
Gambar 3.18 homepage lopokopi	39
Gambar 3.19 media sosial lopokopi	40
Gambar 3.20 desain feed lopokopi	40
Gambar 4.1 mindmap	56
Gambar 4.2 moodboard	58
Gambar 4.3 sketsa alternatif 1	59
Gambar 4.4 sketsa alternatif 2	60
Gambar 4.5 sketsa alternatif 3	60
Gambar 4.6 sketsa alternatif 4	61
Gambar 4.7 sketsa alternatif 5	62
Gambar 4.8 sketsa kartu nama 1	62
Gambar 4.9 sketsa kartu nama 2	63
Gambar 4.10 sketsa kartu nama 3	63
Gambar 4.11 sketsa kartu nama 4	64
Gambar 4.12 sketsa kartu nama 5	65
Gambar 4.13 sketsa template media sosial 1	65
Gambar 4.14 sketsa template media sosial 2	66
Gambar 4.15 sketsa template media sosial 3	67
Gambar 4.16 sketsa template media sosial 4	67
Gambar 4.17 sketsa media sosial 5	68
Gambar 4.18 sketsa lanyard 1	69



© 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 4.19 sketsa lanyard 2	69
Gambar 4.20 sketsa lanyard 3	70
Gambar 4.21 sketsa lanyard 4	70
Gambar 4.22 sketsa lanyard 5	71
Gambar 4.23 sketsa gantungan kunci 1	72
Gambar 4.24 sketsa gantungan kunci 2	72
Gambar 4.25 sketsa gantungan kunci 3	73
Gambar 4.26 sketsa gantungan kunci 4	74
Gambar 4.27 sketsa gantungan kunci 5	74
Gambar 4.28 komprehensif flyer 1	75
Gambar 4.29 komprehensif flyer 2	76
Gambar 4.30 komprehensif flyer 3	77
Gambar 4.31 komprehensif kartu nama 1	77
Gambar 4.32 komprehensif kartu nama 2	78
Gambar 4.33 komprehensif kartu nama 3	79
Gambar 4.34 komprehensif template medsos 1	80
Gambar 4.35 komprehensif template medsos 2	81
Gambar 4.36 komprehensif template medsos 3	82
Gambar 4.37 komprehensif lanyard 1	83
Gambar 4.38 komprehensif lanyard 2	84
Gambar 4.39 komprehensif lanyard 3	85
Gambar 4.40 komprehensif ganci 1	86
Gambar 4.41 komprehensif ganci 2	87
Gambar 4.42 komprehensif ganci 3	88
Gambar 4.43 Desain marketing collateral	90
Gambar 4.44 media cetak	91
Gambar 4.45 desain media marketing collateral	93
Gambar 4.46 palet warna	94
gambar 4.47 font	95
gambar 4.48 elemen grafis	96
gambar 4.49 ilustrasi manusia	96
gambar 4.50 ikon	97
Gambar 4.51 desain flyer	98
Gambar 4.52 template media sosial	99
Gambar 4.53 desain gantungan kunci	99
Gambar 4.54 desain marketing collateral	100
Gambar 4.55 desain tali lanyard	101
Gambar 4.56 desain kartu nama	101
Gambar 4.57 mockup media marketing collateral	102



Hak Cipta :

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

Table 3.1 analisis SWOT	49
Table 3.2 creative brief	53





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 transkrip wawancara.....	.
Lampiran 2 hasil kuesioner	.
Lampiran 3 dokumentasi riset.....	.
Lampiran 4 logbook	.
Lampiran 5 hasil cek turnitin	.
Lampiran 6 daftar riwayat hidup.....	.





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan industri kreatif di Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan seiring dengan meningkatnya transformasi digital pada berbagai sektor bisnis. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, sektor ekonomi kreatif menjadi salah satu sektor yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, khususnya pada subsektor desain komunikasi visual, periklanan, dan media digital. Di sisi lain, perkembangan teknologi digital juga mendorong pelaku usaha, terutama UMKM, untuk memanfaatkan media digital sebagai sarana pemasaran dan komunikasi dengan konsumen. Pemanfaatan media digital dinilai mampu memperluas jangkauan pasar, meningkatkan daya saing usaha, serta membangun hubungan yang lebih efektif dengan audiens (Kamilah Khumairoh & Fauzatul Laily Nisa, 2024). Dalam persaingan bisnis yang semakin kompetitif, perusahaan dituntut untuk mampu membangun komunikasi visual yang efektif dan profesional. Komunikasi visual tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi, citra, serta identitas suatu brand di mata konsumen (Prawesti & Sari, n.d.). Oleh karena itu, media promosi visual menjadi elemen penting dalam mendukung strategi branding dan pemasaran sebuah perusahaan, termasuk pada sektor industri kreatif dan startup agency.

Salah satu bentuk media promosi visual yang banyak digunakan dalam strategi pemasaran adalah marketing collateral. Marketing collateral merupakan media komunikasi visual yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai profil perusahaan, layanan, nilai brand, serta keunggulan perusahaan secara terstruktur dan persuasif. Penggunaan marketing collateral yang konsisten dinilai mampu meningkatkan brand awareness, memperkuat citra profesional, serta membantu perusahaan membangun kepercayaan terhadap calon konsumen (Sugiyarto & Hanum, n.d.). Selain itu, identitas visual yang diterapkan secara konsisten juga berperan dalam menciptakan diferensiasi brand di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat (Wardhana, n.d.). Namun, dalam praktiknya masih banyak pelaku



© 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

usaha dan startup kreatif yang belum memiliki sistem media promosi visual yang terstruktur dan konsisten. Informasi layanan sering kali hanya disampaikan melalui media sosial tanpa penyusunan komunikasi visual yang jelas, sehingga calon konsumen mengalami kesulitan dalam memahami identitas, layanan, serta keunggulan brand yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan proses branding menjadi kurang optimal dan berdampak pada rendahnya kepercayaan konsumen terhadap profesionalitas perusahaan.

Fenomena tersebut juga terjadi pada Azheli Creativo, sebuah startup agensi kreatif yang berdiri pada tahun 2023 dan bergerak di bidang *branding* serta *social media management* dengan fokus membantu UMKM dan bisnis lokal dalam membangun identitas merek serta mengembangkan strategi pemasaran digital. Namun, dalam perjalanannya hingga tahun 2025, operasional perusahaan sempat mengalami masa vakum sehingga perkembangan bisnis tidak berjalan secara optimal. Selama periode tersebut, Azheli Creativo hanya memperoleh tiga klien. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan pemilik, rendahnya jumlah klien tersebut bukan disebabkan oleh kualitas layanan maupun harga yang ditawarkan, melainkan oleh keterbatasan sumber daya manusia (SDM), di mana seluruh aktivitas operasional, mulai dari pemasaran, komunikasi dengan klien, hingga pengerjaan proyek, masih dilakukan secara mandiri oleh pemilik. Kondisi tersebut menyebabkan kegiatan promosi dan pengembangan bisnis tidak dapat dilakukan secara konsisten. Di sisi lain, *positioning* Azheli Creativo sebagai agensi kreatif juga belum tersampaikan secara optimal, sehingga identitas, nilai, dan keunggulan layanan yang dimiliki belum mampu membedakan Azheli Creativo dari kompetitor di benak calon klien.

Permasalahan tersebut diperkuat oleh media promosi yang dimiliki Azheli Creativo yang belum mampu mengomunikasikan identitas brand secara konsisten dan profesional. Meskipun telah memiliki website dan media sosial sebagai sarana promosi, informasi mengenai profil perusahaan, layanan, alur kerja, portofolio, serta keunggulan yang ditawarkan masih belum disajikan secara terstruktur dan didukung oleh komunikasi visual yang konsisten. Akibatnya, pesan brand dan *positioning* perusahaan belum tersampaikan kepada target audiens, sehingga



© 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

tingkat *brand awareness* dan kepercayaan calon klien masih rendah. Kondisi ini berdampak pada terbatasnya peluang Azheli Creativo dalam memperoleh klien baru dan menunjukkan adanya kesenjangan antara pentingnya penerapan media promosi visual yang terstruktur dengan implementasi yang dilakukan perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan desain *marketing collateral* yang mampu menyampaikan informasi layanan secara lebih terstruktur, memperkuat identitas visual brand, memperjelas positioning perusahaan, serta meningkatkan citra profesional Azheli Creativo di mata calon klien. Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini mengangkat judul "Perancangan Desain Marketing Collateral untuk Azheli Creativo sebagai Media Promosi" sebagai upaya membangun media promosi yang konsisten, informatif, dan sesuai dengan kebutuhan target UMKM.

1.2 Rumusan Masalah

Adapun rumusan masalah yang didapatkan melalui wawancara dan kuesioner sebagai berikut:

1. Bagaimana merancang desain marketing collateral yang mampu menyampaikan informasi layanan secara terstruktur serta merepresentasikan identitas visual dan positioning Azheli Creativo secara konsisten dan profesional?
2. Bagaimana penerapan elemen desain visual pada marketing collateral untuk meningkatkan brand awareness dan membangun kepercayaan calon klien terhadap Azheli Creativo?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan dalam perancangan ini bertujuan untuk membatasi fokus kajian agar pembahasan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun ruang lingkup pembahasan pada perancangan "Desain Marketing Collateral untuk Azheli Creativo sebagai Media Promosi" meliputi batasan media dan batasan teori sebagai berikut:



© 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. Batasan Media Perancangan

Perancangan ini difokuskan pada pengembangan media marketing collateral sebagai sarana promosi dan komunikasi visual Azheli Creativo kepada target UMKM dan bisnis lokal. Media yang dirancang meliputi:

- a. Media yang dipilih berupa flyer, template media sosial, kartu nama, tali lanyard dan gantungan kunci karena mampu menyampaikan informasi mengenai layanan, identitas, dan kontak Azheli Creativo secara efektif. Ketiga media tersebut menjadi sarana utama komunikasi promosi yang mendukung penyampaian pesan brand kepada target audiens secara langsung maupun digital.

2. Batasan Teori yang Digunakan

Kajian teori dalam perancangan ini dibatasi pada teori-teori yang relevan dengan kebutuhan desain marketing collateral, meliputi:

- a. Teori marketing collateral, sebagai media komunikasi visual yang digunakan untuk memperkenalkan layanan, membangun citra profesional, serta mendukung strategi promosi sebuah brand atau perusahaan.
- b. Teori desain komunikasi visual, khususnya yang berkaitan dengan elemen visual seperti warna, tipografi, layout, grid, dan gambar dalam penyampaian informasi secara komunikatif, konsisten, dan menarik pada media promosi.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Perancangan desain marketing collateral untuk Azheli Creativo dilakukan dengan tujuan untuk menghasilkan media promosi yang mampu menyampaikan informasi layanan secara efektif, memperkuat identitas visual, serta mendukung positioning brand sebagai agensi kreatif yang dekat dengan UMKM. Selain itu, perancangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara praktis bagi Azheli Creativo dalam meningkatkan kualitas komunikasi promosi, serta manfaat akademis sebagai referensi dalam penerapan desain komunikasi visual berbasis



© 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

riset dan kebutuhan klien. Adapun tujuan dan manfaat dari perancangan ini dijelaskan sebagai berikut:

1. Tujuan
 - a. Merancang desain *marketing collateral* yang mampu menyampaikan informasi layanan secara terstruktur serta merepresentasikan identitas visual dan positioning Azheli Creativo secara konsisten dan profesional.
 - b. Menerapkan elemen-elemen desain visual pada *marketing collateral* untuk meningkatkan *brand awareness* serta membangun kepercayaan calon klien terhadap Azheli Creativo.
2. Manfaat
 - a. Manfaat Praktis
 1. Memberikan media promosi visual yang terstruktur dan profesional untuk membantu menjelaskan profil, layanan, dan keunggulan Azheli Creativo kepada calon klien UMKM.
 2. Membantu meningkatkan kepercayaan calon klien melalui tampilan visual yang konsisten dan representatif terhadap karakter brand.
 3. Menjadi sarana pendukung dalam memperluas jangkauan promosi sehingga tidak hanya bergantung pada relasi personal owner.
 4. Mendukung proses presentasi dan penawaran jasa agar lebih efektif, efisien, dan mudah dipahami oleh target audiens.
 5. Menjadi contoh penerapan desain marketing collateral sebagai solusi komunikasi visual bagi startup agensi kreatif.
 6. Memberikan referensi proses perancangan desain berbasis riset dan kebutuhan klien.
 7. Menambah wawasan praktis mengenai peran konsistensi visual dalam membangun branding dan positioning sebuah agensi kreatif.
 - b. Manfaat Akademis
 1. Menambah kajian dan referensi akademis dalam bidang desain komunikasi visual, khususnya terkait perancangan marketing collateral sebagai media promosi.



Hak Cipta :

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

2. Menjadi bahan rujukan bagi penelitian atau perancangan selanjutnya yang membahas marketing collateral berbasis desain.
3. Menjadi contoh implementasi teori branding, komunikasi visual, dan marketing collateral ke dalam karya perancangan nyata.
4. Memberikan gambaran proses perancangan desain yang berangkat dari permasalahan lapangan dan kebutuhan klien secara langsung.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan ini dibuat sebagai sebuah rangkuman singkat dari masing-masing tiap bab sebagai berikut:

BAB I

PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang perancangan desain marketing collateral untuk Azheli Creativo sebagai media promosi. Pembahasan meliputi perkembangan industri kreatif dan kebutuhan UMKM terhadap media promosi visual yang profesional dan komunikatif. Selain itu, dijelaskan pula permasalahan yang dihadapi Azheli Creativo terkait penyampaian informasi layanan dan branding yang belum konsisten. Bab ini juga memuat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan, serta sistematika penulisan yang digunakan dalam penelitian.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas teori-teori yang menjadi dasar dalam proses perancangan desain marketing collateral. Pembahasan meliputi teori bisnis kreatif, promosi, media promosi, marketing collateral, serta elemen desain grafis seperti warna, tipografi, layout, gambar, dan grid. Selain itu, pada bab ini juga dijelaskan metode *Design Thinking* sebagai pendekatan perancangan yang digunakan dalam proses pengembangan desain marketing collateral Azheli Creativo.

BAB III

METODE PERANCANGAN



Hak Cipta:

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 ini menjelaskan metode penelitian dan proses analisis yang digunakan dalam perancangan. Pembahasan meliputi pendekatan mixed method yang dipadukan dengan metode *Design Thinking* melalui tahapan empathize, define, ideate, prototype, dan test. Selain itu, bab ini juga memuat hasil pengumpulan data berupa profil klien, product knowledge, target audience, kompetitor, consumer insight, analisis SWOT, serta penyusunan creative brief sebagai dasar pengembangan konsep visual desain.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini membahas hasil proses perancangan desain marketing collateral Azheli Creativo. Pembahasan meliputi konsep visual yang dikembangkan melalui mind map dan moodboard, proses eksplorasi desain, pengembangan alternatif visual, hingga hasil final desain pada media yang dirancang seperti. Selain itu, bab ini juga menjelaskan penerapan elemen visual, sistem desain, serta pertimbangan produksi pada media yang digunakan.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan desain marketing collateral Azheli Creativo sebagai media promosi. Kesimpulan memuat hasil perancangan yang telah dicapai berdasarkan tujuan penelitian perancangan desain marketing collateral dalam mendukung komunikasi visual dan citra profesional brand. Selain itu, bab ini juga memuat saran yang dapat digunakan sebagai bahan pengembangan perancangan maupun penelitian selanjutnya.



Hak Cipta :

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

Berdasarkan hasil analisis, proses perancangan, implementasi desain, serta pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan desain *marketing collateral* Azheli Creativo telah mampu menjawab rumusan masalah yang diajukan pada penelitian ini. Adapun simpulan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Perancangan desain *marketing collateral* untuk Azheli Creativo berhasil menghasilkan media promosi yang mampu menyampaikan informasi layanan secara terstruktur serta merepresentasikan identitas visual dan *positioning* perusahaan secara konsisten dan profesional. Perancangan didasarkan pada hasil analisis SWOT, *consumer insight*, dan pendekatan *Design Thinking* sehingga menghasilkan konsep visual yang mengangkat karakter *Teman UMKM* dengan kata kunci ramah, akrab, konsisten, interaksi, dan kolaborasi. Konsep tersebut diwujudkan ke dalam media *flyer*, kartu nama, template media sosial, *lanyard*, dan gantungan kunci sehingga mampu memperkuat komunikasi layanan serta mendukung citra profesional Azheli Creativo sebagai mitra branding bagi UMKM.
2. Penerapan elemen-elemen desain visual pada *marketing collateral* mampu mendukung pembentukan *brand awareness* dan membangun citra profesional Azheli Creativo. Penggunaan warna, tipografi, *layout*, ilustrasi, *grid*, serta prinsip desain yang konsisten menghasilkan tampilan visual yang mudah dipahami, komunikatif, dan memiliki identitas yang kuat. Berdasarkan hasil *testing*, media yang dirancang dinilai telah mampu menyampaikan informasi layanan dengan jelas, mempertegas *positioning* Azheli Creativo sebagai agensi kreatif yang dekat dengan UMKM, serta memberikan kesan profesional dan terpercaya kepada 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Azheli Creativo maupun pengembangan perancangan selanjutnya. Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut.

1. Bagi Azheli Creativo, disarankan untuk menerapkan seluruh media *marketing collateral* secara konsisten pada setiap aktivitas promosi agar identitas visual dan *positioning* perusahaan semakin kuat di mata calon klien.
2. Bagi pengembangan desain, media *marketing collateral* dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan media promosi lain, seperti *company profile*, proposal penawaran, portofolio digital, *booth exhibition*, maupun *merchandise* lainnya agar kebutuhan promosi perusahaan menjadi lebih lengkap.
3. Bagi perancangan selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan media *marketing collateral* yang lebih beragam sesuai dengan kebutuhan perusahaan serta menyesuaikannya dengan perkembangan tren desain dan media promosi digital agar identitas visual merek dapat diterapkan secara lebih luas dan konsisten.

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 REFERENSI

- Abimantrana, L. (n.d.). *ANALISIS WARNA DALAM MEDIA INSTAGRAM PADA CITRA MEREK KASOEM VISION CARE DAN VIUUM*.
- Almaidah, S. (2022). SOSIALISASI PERAN PENTING PROMOSI DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN PADA UKM KEN-MI KONVEKSI BOYOLALI. *Bengawan : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(2), 44–52. https://doi.org/10.46808/jurnal_bengawan.v2i2.57
- Amelina, A., & Kamariah, N. (2024). PEMBUATAN AKUN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUK PADA KELOMPOK WIRAUSAHA PEMUDA BULU BATU. *ADMIT: Jurnal Administrasi Terapan*, 2(1), 104–119. <https://doi.org/10.33509/admit.v2i1.2065>
- Bernika, L., & Monika, A. K. (2025). Peran Ekonomi Kreatif terhadap Perekonomian Indonesia Selama Pandemi dengan Analisis Tabel Input-Output. *Jurnal Ekonomi Indonesia*, 13(3), 249–271. <https://doi.org/10.52813/jei.v13i3.344>
- Cahyaningrum, A. O., & Harsono, M. (2023). Historical Study Of Promotion Philosophy In Marketing Kajian Historis Filosofi Promosi Dalam Pemasaran. *ProBank*, 8(1), 1–9. <https://doi.org/10.36587/probank.v8i1.1447>
- Dhieka Avrilia Lantana Fauziah. (2025). *Design Thinking dan Inovasi*.
- Dina, F., & Kartono, G. (n.d.). *TINJAUAN PENERAPAN TATA LETAK (LAYOUT) PADA KARYA POSTER PROSS DESAIN STUDIO TAHUN 2018-2019*. 07.
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Fakhruddin, D., & Yoga, A.-H. I. (2024). IMPLEMENTASI VERNAKULAR PADA CUSTOM TYPEFACE SEBAGAI MEDIA PENDUKUNG CITY BRANDING KOTA MALANG. *ANDHARUPA*, 10(02), 218–229. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v10i02.7140>
- Fatiha, V. D. (2025). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE DEPTH WONDO SURAKARTA*. 7(1).
- Hwang, I. K., & Lee, H. (2025). Brand Identity Visualization to Enhance Brand Awareness Contingent on the Message Strategy for Social Media Video Communication. *Archives of Design Research*, 38(3), 51–75. <https://doi.org/10.15187/adr.2025.08.38.3.51>
- I Wayan Karja. (2021). *Makna Warna*.



Hak Cipta:

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

- Ibrahim, N. Y., Widada, S., & Lestari, K. S. (2020). MEDIA DESAIN KOMUNIKASI VISUAL SEBAGAI PENUNJANG PROMOSI PADA SMK EXCELLENT 1 TANGERANG. *MAVIB Journal*, 1(1), 105–115. <https://doi.org/10.33050/mavib.v1i1.830>
- Ilham, I. (2022). PERANCANGAN BUKU KATALOG PRODUK SEBAGAI MEDIA PROMOSI PRODUSEN MEBEL YASMIENITURE. *JURNAL DASARUPA: DESAIN DAN SENI RUPA*, 1(3), 54–79. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v1i3.119>
- Imbriani, H. D. (2017). DESAIN POSTER SEBAGAI MEDIA PROMOSI KAFE MAMA'S CAFE. *Jurnal Poli-Teknologi*, 15(3). <https://doi.org/10.32722/pt.v15i3.856>
- Irawan, Y., Pujiyanto, P., & Sudarmanto, J. A. (2021). Perancangan Media Promosi Brand “Raishin Apparel” untuk Memperluas Target Pasar. *JoLLA: Journal of Language, Literature, and Arts*, 1(12), 1747–1764. <https://doi.org/10.17977/um064v1i122021p1747-1764>
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam f Mempromosikan Produk Torabika. *RESPON JURNAL ILMIAH MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI*, 2(2). <https://doi.org/10.33096/respon.v2i2.44>
- Jayawinangun, R., Nuradam, R., & Cahyaningrum, Q. N. (2025). Comparison of the Effectiveness of Digital and Television Advertising Elements at Gojek Indonesia Company. *Jurnal Manajemen Dan Perbankan (JUMPA)*, 12(2), 53–62. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v12i2.764>
- Kamilah Khumairoh & Fauzatul Laily Nisa. (2024). DIGITALISASI PEMASARAN DAN BRANDING SEBAGAI STRATEGI MENINGKATKAN PRODUK KREATIF DI INDONESIA. *Jurnal Ekonomi Kreatif Indonesia*, 2(4), 225–233. <https://doi.org/10.61896/jeki.v2i4.57>
- Kusnadi, E. (2021). PERAN GRAPHIC DESIGNER DALAM MEMPROMOSIKAN BRAND EVERFRESH.
- Lauren, N. (2025). Analisis Efektivitas Media Promosi pada Agensi 'Foto Produk Katalog' untuk Meningkatkan. 15(1).
- Mahendra_Susanti_2024_Jurnal_ADAT_Grid_Katalog. (n.d.).
- Maruta Gautama, N., Santosa, H., & Swandi, I. W. (2019). Pemanfaatan Warna Pada Poster Buku Cerita Bergambar Sejarah Pura Pulaki. *Jurnal Desain*, 7(1), 71. <https://doi.org/10.30998/jd.v7i01.3833>



Hak Cipta :

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

- Mayangsari, S. A., & Wardani, K. K. (2019). Desain Website Dinas Budaya dan Pariwisata Kota Malang. *Jurnal Sains dan Seni ITS*, 8(1), 91–95. <https://doi.org/10.12962/j23373520.v8i1.39779>
- Negoro, F. R. P., & Lucius, C. R. (2024). *Penerapan Foto untuk Media Promosi pada Percetakan Mr.J'Brothers Printing*. 8.
- Patria, A. S., & Kristiana, N. (2017). *Anatomi Tataletak Majalah Liberty*.
- Pradana, W. S., & Kristiana, N. (2021). *PRINSIP GESTALT PADA LABEL KEMASAN AIR MINUM ADES*. 3(1).
- Prastiyanti, D. P., & Yulianto, Y. (2019). MEDIA PROMOSI PADA DINAS PARIWISATA DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA DALAM MENINGKATKAN KUNJUNGAN WISATAWAN. *Journal of Indonesian Tourism, Hospitality and Recreation*, 2(2), 174–184. <https://doi.org/10.17509/jithor.v2i2.20993>
- Prawesti, D. A., & Sari, D. M. (n.d.). *Penguatan Citra Merek melalui Integrasi Desain Komunikasi Visual dan Strategi Branding dalam Media Sosial @Prenagenworld*.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI: Studi Deskriptif pada Happy Go Lucky House. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80. <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1950>
- Quswa, L. N., & Bastian, H. (n.d.). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI DALAM UPAYA MENINGKATKAN PENJUALAN SIRUP PALA BANARAN GROUP PRODUCT*.
- Rian Rian—*Strategi Promosi Warkop Panus dalam Mempertahankan Eksistensi [2019]*. (n.d.).
- Sriwahyuni, E., & Prayogi, R. (2026). *PERANCANGAN VISUAL BRANDING IDENTITAS "NFI FRIED RICE" SEBAGAI MEDIA PROMOSI*. 1(2).
- Sugiyarto, E. A., & Hanum, I. (n.d.). *Strategi Branding Berbasis Desain Komunikasi Visual dalam Membangun Citra Merek: Analisis Konten Visual pada Akun Instagram @anum_indonesia*.
- Suparni, E., & Kurniawan, A. (2020). STRATEGI PROMOSI PERKREDITAN PADA PT BPR INTIDANA. *Economicus*, 14(1), 66–77. <https://doi.org/10.47860/economicus.v14i1.185>
- Tjokrokartono, M. P. (2024). Analisis Efektivitas Konten Instagram dalam Strategi Promosi untuk Design Agency yang Menargetkan Pasar Milenial. *Jurnal VICIDI*, 14(2), 160–169. <https://doi.org/10.37715/vicidi.v14i2.5259>



Hak Cipta :

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

Wardhana, A. (n.d.). *Branding (brand management in the digital era)*. Retrieved https://www.researchgate.net/publication/383870034_BRAND_IDENTIT Y

Wijaya, D. E., Nasor, M., & Istiani, A. N. (2026). Desain Grafis sebagai Media Dakwah Digital: Analisis Komunikasi Visual pada Akun Instagram @uinradenintan. *J-IKA*, 13(1), 60–68. <https://doi.org/10.31294/jika.v13i1.12615>

Wijiastuti, S., Darmaningrum, K., & Widodo, Z. D. (2021). Pengenalan Digital Marketing, Pelatihan Sosial Media Dan E-Commerce Dan Merancang Konten Pemasaran Yang Baik Bagi Pelaku Usaha Umkm Di Yayasan Amal Bakti Sudjono Taruno Baki Sukoharjo. *Jurnal PADMA: Pengabdian Dharma Masyarakat*, 1(4). <https://doi.org/10.32493/jpdm.v1i4.13483>

Wina, W. T. (2022). ANALISIS MEDIA PROMOSI OBYEK WISATA ARUNG JERAM NIAGARA DI SUKABUMI. *JURNAL DASARUPA: DESAIN DAN SENI RUPA*, 2(2), 14–26. <https://doi.org/10.52005/dasarupa.v2i2.103>

Wulandari, S., Agustina, H., & Nurlia, T. (2021). EFEKTIVITAS MEDIA DIGITAL DALAM MENINGKATKAN PROMOSI DAN INFORMASI DI UNIVERSITAS SWADAYA GUNUNG JATI CIREBON. *Jurnal Ilmiah Publika*, 9(2), 246. <https://doi.org/10.33603/publika.v9i2.6724>

Zahrowi, M. I. (2020). *PERANCANGAN MEDIA PROMOSI WOMANTALK.COM SEBAGAI MEDIA INFORMASI PEREMPUAN INDONESIA*. 1.

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

Transkrip wawancara dengan pemilik Azheli Creativo

Lampiran 1 transkrip wawancara

Pewawancara : Oke pak, sebelumnya makasih banyak ya udah mau mengulangkan waktunya lagi. Di sesi ini saya pengen ngobrol santai aja sih pak, lebih ke ngulik pengalaman dan kendala Azheli Creativo selama ini biar saya bisa dapet gambar yang lebih jelas lagi. Langsung aja kali ya pak ya. Kalau menurut bapak sendiri selama ini orang-orang baru kenal Azheli Creativo itu udah paham belum sih Azheli Creativo itu agensi kayak gimana?

Narasumber : Sejauh ini sih belum ya. Belum, klien itu belum memahamin lah Azheli Creativo ini agensinya seperti apa gitu. Belum.

Pewawancara : Oke berarti belum ini udah ada cuma mungkin belum kelihatan banget gitu ya pak. Oke, kalau pernah gak sih pak pas ngejelasin Azheli Creativo ke orang baru itu ternyata yang mereka tangkap beda dari yang bapak maksud? Kayak salah kaprah gitu, bapak pengen apa tapi si calon klien ini nangkapnya kayak gimana gitu.

Narasumber : Kalau untuk yang itu sih sejauh ini ketika dijelaskan dari tim kitanya juga menjelaskannya secara detail ya. Jadi miskomunikasinya itu saya rasa minim sih.

Pewawancara : Lalu biasanya nih pak bagaimana sih, maksudnya bagian apa yang paling sering bikin orang nanya-nanya lagi atau agak bingung pas bapak jelasin Azheli Creativo?

Narasumber : Lebih ke, karena kan kita di UMKM ya, maksudnya yang middle to low gitu kan. Jadi ya paling agensinya aja sih, kayak ngejelasin agensi ini apa sih gitu kan. Terus apa aja benefitnya nanti kayak gimana gitu. Karena kan di menengah ke bawah mungkin belum banyak yang tahu tentang agensi kayak gini kan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Berarti sejauh ini sebenarnya si calon klien juga belum mengetahui dengan jelas si Azheli Creativo ini apa, punya jasa apa?

Narasumber : Betul.

Pewawancara : Terus kalau dari pengalaman bapak sendiri pernah nggak sih pak ngerasa calon klien itu masih ragu buat kerja sama sama Azheli Creativo ini?

Narasumber : Awal pasti ya, karena kan portfolio kita kan belum begitu banyak ya. Jadi bener-bener door to door lah gitu. Ngasih tau Azheli Creativo ini apa, terus nanti kayak gimana gitu kan. Bener-bener mulai dari nol dan harus ngejelasin nih biar mereka yakin.

Pewawancara : Kalau menurut bapak biasanya UMKM itu ragu ke agensi kreatif karena faktor apa aja sih pak?

Narasumber : Kalau ragu mungkin karena budget marketingnya nggak begitu besar kali ya. Jadi mungkin itu jadi salah satu faktor keraguan ketika mereka baru mau mulai kan. Terus portfolio juga mempengaruhi. Kayak nanti kalau misalnya kita udah buang segini, budgetin segini, kira-kira nanti profitnya kayak gimana. Ngelihat dari si agensinya ini portofolionya belum banyak gitu sih.

Pewawancara : Berarti kurang lebih dari segi harga ya pak ya?

Narasumber : Iyaa.

Pewawancara : Oke terus selama ini apa yang bikin akhirnya mereka yakin dan percaya buat kerja bareng Azheli Creativo nih pak?

Narasumber : Kita nerapin beberapa pendekatan-pendekatan yang memang meyakinkan. Kita jelasin secara detail, bikin plan yang jelas. Bulan pertama ngapain, bulan selanjutnya ngapain, progressnya kayak gimana, profit yang didapat kira-kira gimana. Itu sih yang bener-bener kita bangun komunikasinya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Oke terus kalau ngomongin soal promosi Azheli Creativo ini sendiri pak, sejauh ini kendala terbesarnya apa sih pak?

Narasumber : Kendala terbesarnya mungkin pertama di waktu, karena memang belum banyak timnya jadi ngebagiinnnya lumayan sulit. Terus kita juga belum mempromosikannya secara luas. Dari Instagram dan lain-lain baru bentuk website aja. Jadi mungkin itu agak sedikit sulit sih.

Pewawancara : Kalau menurut bapak Azheli Creativo sekarang ini udah cukup dikenal belum sih pak? Atau masih di lingkungan tertentu aja?

Narasumber : Belum ya, baru lewat relasi-relasi terdekat sih. Jangkauannya belum terlalu luas.

Pewawancara : Kalau boleh jujur nih pak, menurut bapak kenapa Azheli Creativo belum terlalu dikenal luas sampai sekarang?

Narasumber : Karena memang fokus kita kan pertama ngebangun portfolio dulu. Ketika portonya udah kuat baru kita bisa mulai memperluas jaringan. Untuk sementara sih memang fundamental dulu yang kita kuatin. Karena kita berdiri kan belum lama, dari tahun 2023-an itu. Jalannya juga pelan, senyap, baru ngehandle yang kecil-kecil aja.

Pewawancara : Pak, kalau misalkan dilihat dari tampilan Azheli Creativo selama ini, bapak ngerasa udah konsisten belum sih pak antar medianya?

Narasumber : Kalau kita sendiri sih belum konsisten secara media, secara marketing. Karena fokus kita benar-benar ke pelayanan, ke klien. Nah justru itu yang jadi masalah. Kita bisa ngembangin klien, tapi sosial media kita nggak kepegang karena timnya masih terbatas.

Pewawancara : Pernah nggak pak ngerasa visual yang dipakai itu belum sepenuhnya nunjukin karakter Azheli yang pengen jadi teman UMKM?



© 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 : Secara visual saya ngerasa belum sih. Belum proper banget untuk memperluas jaringan.

Pewawancara : Kalau menurut bapak, tampilan sebuah brand itu nggak konsisten pengaruhnya ke orang-orang gimana tuh pak?

Narasumber : Pengaruhnya besar. Brand itu soal positioning. Kayak orang minum air, yang keingat Aqua. Itu karena konsistensi. Kalau mau punya positioning ya harus konsisten. Dan Azheli secara brand memang belum kuat, masih mengandalkan relasi personal saya.

Pewawancara : Jadi konsistensi itu pengaruhnya besar buat ngambil kepercayaan calon konsumen ya pak. Terus waktu menawarkan jasa Azheli ke calon klien, yang paling ribet atau susah dijelasin itu apa pak?

Narasumber : Kita nawarin jasa dari portfolio yang ada dan kepercayaan personal owner. Karena lingkupnya masih kecil, relasi dibangun dari kepercayaan personal, bukan brand.

Pewawancara : Bapak pernah ngerasa nggak harus jelasin panjang lebar dulu baru klien ngerti Azheli itu ngapain aja?

Narasumber : Iya, itu berlaku di luar relasi dekat. Kalau keluar dari lingkaran itu memang harus dijelasin panjang: kita siapa, kita gimana, dan apa yang kita tawarkan.

Pewawancara : Kalau menurut bapak apa aja yang bikin proses layanan Azheli ke klien jadi kurang efektif selama ini?

Narasumber : Portfolio belum banyak dan belum terdokumentasi rapi. Kita baru mengandalkan website dan itu pun belum proper karena belum fokus ke marketing.

Pewawancara : Kalau secara media, bapak nawarin jasa lewat media apa sekarang ini pak?

Narasumber : Kebanyakan lewat WhatsApp pribadi. Lebih ke personal, chat langsung ke owner UMKM yang saya kenal.

Pewawancara : Berarti belum ada media yang menjangkau lebih luas ya pak?



© 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 : Belum.

Pewawancara : Kalau dilihat kondisi Azheli sekarang, menurut bapak udah cukup mendukung belum buat tujuan Azheli ke depan?

Narasumber : Menurut saya masih on the track. Kita punya roadmap tahun pertama, kedua, dan seterusnya. Tahun ini rencananya mau memperluas jangkauan, nggak ngandelin relasi terdekat lagi.

Pewawancara : Kalau dari segi hambatan yang paling kerasa banget dan ngerem perkembangan Azheli itu apa pak?

Narasumber : Media belum kita optimasi secara masif. Itu jadi hambatan utama.

Pewawancara : Kalau kondisi kayak gini terus, dampaknya ke Azheli ke depannya gimana pak?

Narasumber : Untungnya kita punya roadmap. Jadi apa pun kondisinya tetap mengacu ke plan yang sudah dibuat.

Pewawancara : Dari semua kendala tadi, menurut bapak yang paling urgent dibenahi dulu apa pak?

Narasumber : Portfolio yang proper dan media. Itu sesuai sama plan kita di tahun ini.

Pewawancara : Kalau boleh berharap, kondisi ideal Azheli ke depannya itu seperti apa pak?

Narasumber : Pertama konsisten, kedua lebih dikenal luas. Orang tahu Azheli itu apa, brandingnya sudah ada. Itu mempermudah kerja sama dengan UMKM.

Pewawancara : Oke mungkin untuk wawancara kedua ini sudah cukup ya pak. Terima kasih sudah meluangkan waktunya.

Narasumber : Amin, amin, amin.

Pewawancara : Oke ya, terima kasih pak.



Hak Cipta :

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

Transkrip wawancara dengan target konsumen

Responden 1

Pewawancara :Sebelumnya izin memperkenalkan diri, saya adalah mahasiswa dari Politeknik Negeri Jakarta, jurusan desain grafis. Perkenalkan nama saya Bima Dwi Nugroho. Jadi pada hari ini, Saya ingin melakukan testing terhadap desain marketing collateral untuk tugas akhir saya yang terdiri dari flyer, kartu nama, gantungan kunci, lanyard, dan juga template social media. Oke, sebelumnya bisa perkenalkan diri kakak dulu sama pekerjaannya saat ini apa?

Narasumber :Perkenalkan nama saya Muhammad Ilham Al-Farisi, saya kerja di bidang F&B.

Pewawancara :Oke, kak Ilham. Untuk pertanyaan pertama, langsung aja. Menurut kakak, kesan pertama yang kakak lihat dari desain ini apa sih, kak?

Narasumber :Untuk... kesan pertama ya? Kesan pertamanya sih... lebih ke lucu dan... menarik kayak sih, kak.

Pewawancara :Oke, Kalau secara... Tampilan desain apakah sudah cukup menarik dan profesional? Dan kenapa alasannya?

narasumber :Untuk tampilan desain menurut saya sudah terlihat profesional sih, kak. Dari pemilihan warna, terus dari pemilihan font, kayaknya sudah cukup profesional, kak.

Pewawancara :Oke, kalau dari segi warna, ilustrasi, dan juga eman visual yang digunakan dari setiap media ini sudah cukup konsisten belum menurut kak Ilham?

Narasumber :Kalau menurut saya secara warna, secara ilustrasi sudah cukup konsisten sih kak.

Pewawancara :Kalau dari segi tulisan, informasi dari setiap media sudah cukup terbaca atau mudah dipahami nggak, kak?



© 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 : Secara tulisan dan informasi menurut saya sudah cukup bagus sih, kak. Kalau menurut saya itu sudah gampang dipahami sih, kak.

Pewawancara : Oke, Lalu menurut kak Ilham untuk pemilihan huruf, warna dan juga tata letak informasi dari setiap media promosi ini udah cukup nyaman dilihat nggak sih kak?

Narasumber : Untuk pemilihan huruf dan warna menurut saya ini sih sudah nyaman sih kak. Terus menurut saya Ini juga salah satu desain yang menurut saya lucu juga sih, Kak. Secara font, secara warnanya juga.

Pewawancara : Oke, Masuk ke bagian aspek pemahaman. Setelah kakak melihat desain marketing collateral ini, Kak Ilham langsung paham nggak sih sebenarnya usaha brand ini punya usaha di bidang apa sih?

Narasumber : Kalau menurut saya setelah lihat desain-desain yang saya lihat ini menurut saya ini salah satu yang bergerak di bidang media kreatif sih kak

Pewawancara : berarti cukup mudah dipahami ya dari segi informasi dan segala macamnya, kalau misalkan informasi yang paling kakak inget setelah melihat desain itu apa kak?

Narasumber : yang saya lihat ini salah satunya itu digital marketingnya sih kak

Pewawancara : oke berarti langsung tertuju ke digital marketing ya kak kalau misalkan dari pesan yang ingin disampaikan melalui desain ini apakah sudah jelas dan jika belum bagaimana yang bagian mana yang membingungkan?

Narasumber : kalau, ini sih sudah jelas sih kak

Pewawancara : Berarti jelas dan mudah dipahami ya, kak? terakhir nih, kak. Dari kakak, ada saran atau kritik yang bisa diberikan agar desain ini menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Narasumber : Kalau kritik sih saya cuma mau kasih satu aja, yaitu tentang Kartu nama sih, kalau kritik dari saya itu dari kartu nama itu dari segi warnanya sih kak lebih ke flat aja dan kurang masuk aja warnanya sama yang lainnya

Pewawancara : Oke, dari Kak Ilham berarti sarannya itu di bagian kartu nama Karena menurut kak Ilham itu dibagian kata nama, secara warna, dan juga elemen yang digunakan kurang sesuai atau konsisten dari media-media lainnya ya. Oke, terima kasih untuk kak Ilham telah meluangkan waktunya. Mungkin sampai sini saja.

Responden 2

Pewawancara : sebelumnya izin memperkenalkan diri nama saya Bima Dwi Nugroho, saya adalah seorang mahasiswa dari Politenik Negeri Jakarta jurusan desain grafis... ingin melakukan testing uji coba desain marketing yang sudah saya buat, yang kurang lebih ada 4 item... mungkin bisa perkenalkan dulu nama mas siapa dan pekerjaan saat ini apa?

Narasumber : Nama Abi Ramadhoni, saat ini pekerjaan Wira Usaha di bidang FNB dan fotografi.

Pewawancara : Oke, berarti ini owner ya pemilik ya? Langsung ke pertanyaan pertama aja kali ya? Pertanyaan pertama ini dari segi konsep visual, menurut mas bagaimana kesan pertama saat melihat desain ini?

Narasumber : Desain ini? Untuk desain yang kesan pertama yang kita lihat sudah sesuai sama yang apa ya? Yang apa sih namanya ya? Barometer yang kita pengenin desainnya ya? Jadi, menurut saya ini sudah termasuk desain yang cukup buat kita gunakan kalau kita mau gunakan desain desain seperti ini.

Pewawancara : Oke, untuk pertanyaan kedua nya, secara tampilan desainnya sudah menarik dan profesional tidak dan apa alasannya?



© 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 : Kalau untuk secara tampilan profesional atau tidak, dari pandangan kita ini sudah profesional karena dari beberapa item yang sudah kita lihat ada apa ya? Oke lah, menurut kita ini sudah cukup buat kalau di usaha kami ini sudah cukup untuk kita pakai.

Pewawancara : Oke, berarti sudah cukup menarik dan profesional ya? Lalu secara warna, ilustrasi dan juga element visual yang digunakan sudah cukup konsisten atau belum?

Narasumber : Kalau untuk warna, element yang digunakan dari keempat desain ini sudah cukup konsisten, di setiap desainnya dia punya element yang sama jadi konsistennya sudah dapat banget, sudah bagus.

Pewawancara : Oke, lalu secara keterbacaan, apakah tulisan dan juga informasi pada desain muda dibaca?

Narasumber : Untuk tulisan, untuk desainnya muda dibaca, tulisan-tulisan kecilnya pun juga masih oke lah untuk dibaca dari kecennya, masih kelihatan, tulisannya masih muda dibaca, dari jauh juga masih muda dibaca. Cukup untuk size phone-nya juga sudah cukup tidak terlalu kecil dan masih cukup bisa dibaca dari jauh.

Pewawancara : Oke, kalau dari segi ukuran huruf, pemilihan warna dan juga tata letak informasi, apakah sudah nyaman untuk dilihat?

Narasumber : Untuk dari segi tata huruf, pemilihan warna ini sudah cukup, sudah bagus banget. Karena ada berapa warna ya di sini? Tiga, empat ya? Pat warna dan semuanya masih e-caching, masih bisa dibaca dari jauh, pemilihan phone-nya juga oke banget. Warna-nya juga konsisten oke banget juga.

Pewawancara : Oke, lalu sudah di segi pemahaman.
Setelah melihat desain ini, apakah mas langsung memahami layanan atau bidang usaha yang ditawarkan oleh agensi tersebut?



© 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 : Kalau dari desain yang kami terima, kita langsung tahu ini adalah berosur apa. Karena semuanya informasinya jelas dan ada semua di dalam mock-up yang diberikan, contoh-contoh yang diberikan ada empat item. Dan ya ini, kita langsung tahu ini itu produk apa gitu.

Pewawancara : Lalu kalau misalkan informasi yang paling mas inget setelah melihat desain ini itu apa?

Narasumber : Informasi yang paling kita inget itu adalah tagline-nya sih, teman UMKM. Terus informasi layanan-nya juga kita langsung inget karena penempatan informasi size-nya itu cukup apa ya? Cukup luas dan besar dan jadi kita bisa inget, oh ini langsung kita langsung tahu ini adalah layanan apa gitu. Dan tagline-nya juga menarik banget teman UMKM.

Pewawancara : Kalau menurut mas nih pesan yang ingin disampaikan melalui desain ini itu apa udah jelas atau belum dan jika belum jelas, bagian mana yang membiungkan?

Narasumber : Kalau untuk, apa tadi pesan?

Pewawancara : Pesan dari desain ini?

Narasumber : Di bagian ini sih paling kita dari bagian kartu nama, kita belum kelihatan ini tuh apa? Mungkin saran dari kita dimasukin juga, ini kartu nama untuk layanan apa? Kalau lihat kartu nama ini kita inget, oh ini layanannya ini gitu.

Pewawancara : Terakhirnya mas, ada saran gak tahu kritik terhadap desain ini supaya bisa menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?

narasumber : Saran, sarannya mungkin yang tadi kita bilang di bagian kartu nama, kayanya kalau menurut pemahaman saya pribadi kayaknya harus ditambahin kartu nama apa karena kita sebagai penerima kartu nama atau konsumen, dan suatu saat kita lihat kartu nama ini, kita bingung, ini tuh kartu nama dari bidang apa atau layanan apa gitu. Itu aja sih paling.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Oke, mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih mas Abi telah meluangkan waktu nya.

Responden 3

Pewawancara : Sebelumnya izin memperkenalkan diri, nama saya Bima Dwi Nugroho, seorang mahasiswa dari Kampus Politeknik Negeri Jakarta, jurusan desain grafis. Pada hari ini, saya ingin melakukan testing, mewawancara terhadap desain marketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya bisa perkenalkan diri dulu, nama dan juga status pekerjaan saat ini.

Narasumber : Nama dan status pekerjaan. Perkenalkan teman-teman di sini, saya Firman, status pekerjaan saya mahasiswa, tapi wira swasta juga.

Pewawancara : Oke, berarti kak firman. Langsung saja ke pertanyaan pertama. Menurut kak firman ini, kesan pertama saat melihat desain ini itu apa?

Narasumber : Untuk desainnya ini cukup simpel ya, teman-teman disini desainnya cukup bagus, karena tidak banyak permainan warna yang terlalu nyentrik, jadi enak gitu dilihat, jadi begitu kita lihat kita tidak terfokus dengan warna-warna yang terlalu... bagaimana... yang terlalu ribet lah intinya ini. Sudah cukup simpel, jadi kita langsung tertuju dengan isi dari desain yang ada di sini.

Pewawancara : Oke, kalau secara tampilan desain, sudah cukup terlihat menarik dan juga profesional tidak sih kak?

narasumber : Untuk profesional sebenarnya, kita tidak bisa patokannya secara profesional itu, seperti apa untuk mencapai garis profesional itu, cuma untuk secara desain ini, sudah sangat mumpuni dan bisa bersaing untuk... apapun itu produk itu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pewawancara : Oke, kalau menurut kak Firman, secara warna, ilustrasi dan juga elemen visual yang digunakan, sudah cukup konsisten belum sih dari seluruh media ini?
- Narasumber : Sudah cukup sih ini, justru sebenarnya kalau misalnya ingin merambat ke pasar, justru ini desain yang sangat diperlukan, karena cukup simpel, orang cukup ingat, karena tidak banyak kalimat per kalimat, atau banyak font-font yang seperti apa, itu sudah sangat cukup banget, ini sudah oke banget lah pokoknya.
- Pewawancara : Oke, kalau dari segi tulisan dan juga informasi pada desain, ini sudah mudah dibaca nggak sih?
- Narasumber : Ini sudah sangat-sangat mudah dibaca, karena tidak terlalu banyak, ini juga benar-benar memanfaatkan ruang yang kecil ini sebagai tempat menaruh apa-apa saja yang bisa diberikan dalam produk ini, dalam promosi ini, ini sudah sangat cukup, jadi orang tidak perlu kerepotan untuk bertanya-tanya ini ada apa saja, atau hubungannya harus ke mana, ini sudah sangat cukup.
- Pewawancara : Oke, dari segi pemahaman, setelah melihat desain ini, apakah kak firman langsung mengetahui atau tahu bidang usaha apa yang ditawarkan oleh brand ini?
- Narasumber : Sudah cukup tahu, karena ya itu, balik lagi ke desainnya ini sangat simpel, seperti di sini, di sini ada layanan yang kalian tersediakan, ada branding, digital marketing, ataupun yang lain-lain, desain ini di sini sudah jelas, begitu pun dengan kontak, kalau misalnya kita mau menghubungi, atau kita mau tanya lebih lanjut mengenai apa yang ada di dalam sini, kita bisa langsung ke kontak di bawah, seperti ada nomor telepon, ada email, ada apapun itu, sudah sangat cukup.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pewawancara : Oke, kalau dari segi informasi yang paling kak firman, setelah melihat semua media ini, apa yang paling kak firman ingat?
- Narasumber : Kalau dari segi promosinya, di sini yang paling diingat itu, karena saya kebetulan suka fotografi, di sini ada layanannya mengenai fotografi dan sosial media manajemen, karena balik lagi ke kebutuhannya untuk orang itu apa, karena kalau misalnya di sini, saya lebih tersorot ke bagian fotografi sama sosial media manajemen.
- Pewawancara : Oke, dari kak firman, apakah pesan yang ingin disampaikan melalui desain ini sudah cukup jelas, dan jika belum, bagian mana yang membingungkan?
- Narasumber : membingungkan? Sudah cukup jelas sih, jadi ya itu balik lagi, kalau misalnya kita kebingungan atau apa, di sini disediakan kontak dari pemilik. Kok pemilik? Apa sih? Disediain kontak person gitu ya? Jadi kalau misalnya kalian bingung di sini, makanya kenapa saya bilang di sini desainnya sudah sangat cukup, karena kalau misalnya kalian ada yang bingung atau ingin ditanyakan, di sini sudah tersedia semua, dari kontak WA, dari email, dari apapun itu, sosial media dari admin tersebut di sini sudah ada semua, jadi kalian tidak perlu bingung lagi, makanya di sini sudah mencakup semuanya, sudah cukup.
- Pewawancara : Oke, terakhir nih kak, ada enggak saran dan juga kritik yang bisa diberikan agar desain ini menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?
- Narasumber : Sebenarnya kalau misalnya saran atau kritik sebenarnya enggak ada, karena desain kan punya karakter masing-masing ya, cuma kalau misalnya dari yang saya lihat di sini, desainnya terlalu template mungkin ya, kalau misalnya dilihat, ini tuh, kalau misalnya kalian terima brosur ini, kalian mungkin, kalau



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

misalnya belum baca, kalian lihat dari jauh, ini tuh kayak brosur pegadaian mas, gitu, jadi, ya itu, tapi balik lagi, kalau misalnya orang sudah baca, mungkin orang bisa menemukan perbedaan di sini, tapi kalau misalnya secara kasat mata, masih banyak desain yang seperti ini, jadi ini terlalu terlihat template gitu mungkin, dari pemain online, mungkin karena sudah ada brand atau apapun itu yang sudah besar duluan, jadi begitu kita menggunakan koleksi warnanya seperti ini, terus secara penataan seperti ini, kita sudah terbayangnya dari brand yang sudah besar itu, sebenarnya nggak ada yang salah, tapi, ya mungkin bisa lebih dikembangkan dari segi permainan warna, atau tata letak, jadi orang tidak salah tangkap begitu pun lihat kasat mata gitu.

Pewawancara : Oke, berarti, intinya masih belum punya karakter yang kuat untuk menggambarkan sebuah agensi kreatif ya?

Narasumber : Ya, seperti itu.

Pewawancara : Oke, mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih kak firman telah meluangkan waktu nya.

Responden 4

Pewawancara : Sebelumnya isi memperkenalkan diri, nama saya Bima Dwi Nugroho. Saya adalah mahasiswa dari Politeknik Negeri Jakarta, jurusan desain grafis. Pada hari ini saya akan melakukan testing terhadap desain marketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya, boleh perkenalkan dulu nama dan juga status pekerjaan saat ini.

Narasumber : Nama saya Ismail Geleger, pekerjaan saya mahasiswa.

Pewawancara : Oke, langsung ke pertanyaan pertama dari segi konsep visual. Yang pertama di sini, bagaimana kesan pertama kak Ismail 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Narasumber : Desain ini sangat cerah dan warnanya sangat hijau. Di sini juga banyak penjelasan yang interaktif dan juga family friendly.
- Pewawancara : Oke, kalau dari secara tampilan desain ini sudah terlihat menarik dan juga profesional enggak sih?
- narasumber : Untuk dari tampilan desain, ini sudah standarnya dari... Kayak ini ada kartu nama dan ini udah sangat... Desainnya sudah sangat standar dari profesional.
- Pewawancara : Oke, kalau menurut kak Ismail nih, secara warna, ilustrasi dan juga elemen visual yang digunakan sudah cukup konsisten belum di beberapa media tersebut?
- Narasumber : Kalau... udah. Kalau untuk warna ini sudah cukup... Kalau dari segi warnanya sudah sangat konsisten dengan hijaunya, di sini juga sangat familiar dan juga warnanya hijaunya sangat nyambung di sini. Bagus, bagus banget. Oke, dari segi keterbacaan.
- Pewawancara : Menurut kak Ismail, secara tulisan dan juga informasi pada desain tersebut apakah mudah untuk dibaca?
- Narasumber : Sudah sangat mudah terbaca karena ini sudah menggunakan bahasa Indonesia dan di sini juga ada bahasa Inggris, tapi bahasa Inggrisnya masih bisa dipahami oleh rakyat Indonesia.
- Pewawancara : Oke, kalau dari segi ukuran huruf, pemilihan warna dan juga tata latak informasi apakah sudah nyaman untuk dilihat?
- Narasumber : Kalau untuk flyernya ini mungkin menurut saya ini bisa dibesarkan lagi, tapi untuk secara dibacanya oleh masyarakat awam sudah bisa dibaca.
- Pewawancara : Berarti cukup jelas lah ya?
- Narasumber : Cukup jelas.
- Pewawancara : Dari segi aspek pemahaman, setelah melihat desain ini, apakah Kak Ismail langsung memahami layanan atau bidang usaha yang ditawarkan oleh brand tersebut?



© 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 : Kalau saya baca dari posternya, saya sangat memahami dari isi dari poster ini dan sangat dipahami, pasti juga dipahami oleh masyarakat awam.

Pewawancara : Oke. Kalau dari segi informasi, apa yang paling Kak Ismail ingat setelah melihat desain ini?

Narasumber : Di sini sangat friendly, family friendly tulisannya dan juga komunikatif. Dan di sini juga dari poin-poin ini saya ingat semua.

Pewawancara : Oke, ingatannya cukup kuat ya?

Narasumber : Cukup cukup.

Pewawancara : Kalau pesan yang disampaikan melalui desain ini, apakah sudah jelas? Dan jika belum, bagaimana membingungkan?

Narasumber : Pesan-pesan dari desain ini sangat jelas dan juga semoga desain ini akan sukses.

Pewawancara : Oke. Dari Kak Ismail, ada saran atau kritik yang bisa diberikan agar desain ini menjadi lebih baik dan efektif sebagai media promosi?

Narasumber : Ini saran saya, mungkin diperbanyak lagi dan juga ini langsung saja dimasukkan di template desain.

Pewawancara : Oke, berarti bisa jadi secara komersil ya? Oke, mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih kak ismail telah meluangkan waktu nya.

Responden 5

Pewawancara : perkenalkan nama saya Bima Dwi Nugroho, dari Kampus Politeknik Negeri Jakarta. Saya adalah mahasiswa desain grafis, semester 8. Pada hari ini saya akan melakukan testing terhadap desain marketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya, bisa perkenalkan dulu dengan siapa dan pekerjaan saat ini apa?

Narasumber : Halo, saya Kevin. Saya mahasiswa.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Langsung ke pertanyaan pertama aja kali ya. Bagaimana kesan pertama Kak Kevin saat melihat desain ini?

Narasumber : Keren sih, keren. Minimalis gitu desainnya, jadi nggak norak gitu. Bagus, bagus.

Pewawancara : Oke, kalau dari tampilan desain, sudah cukup terlihat menarik dan juga profesional nggak sih, Kak?

narasumber : Menarik, menarik. Jujur nih menarik.

Pewawancara : Oke, kalau dari segi warna, ilustrasi dan juga elemen visual yang digunakan, sudah cukup konsisten belum sih, Kak?

Narasumber : Sudah, sudah konsisten. Ini udah pas banget sih semuanya, warna-warnanya.

Pewawancara : Oke, dari segi tulisan, informasi, sudah terbaca belum sih, Kak?

Narasumber : Terbaca banget. Yang nggak bisa baca buta tuh.

Pewawancara : Oke, kalau dari ukuran huruf, pemilihan warna dan juga tata letak informasi, apakah sudah nyaman untuk dilihat sebagai media promo sih?

Narasumber : Oh nyaman, jelas nyaman. Pas. Udah pas.

Pewawancara : Oke, dari segi aspek pemahaman, setelah melihat desain ini, Kak Kevin langsung tau nggak sih si agensi ini punya layanan atau bidang usaha di bidang apa gitu?

Narasumber : Oh ini kelihatannya kayak pegadaian ya?

Pewawancara : Jadi Kak Kevin, kelihatannya ini usaha pegadaian. Kalau dari informasi yang paling Kak Kevin ingat nih setelah melihat semua media promosi ini tuh apa?

Narasumber : Sorry, sorry, sorry. Apa namanya? Informasi yang paling diingat setelah melihat desain ini. Ini sih apa namanya, yang paling diingat ya warnanya sama desain-desain layoutnya ini ngebekas banget di otak.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pewawancara : Kalau pesan yang disampaikan dari desain ini sudah cukup jelas belum? Kalau misalkan ada yang kurang gitu, di bagian mana?
- Narasumber : Kalau yang kurang ya mungkin di bagian, kayaknya nggak ada sih. Nggak ada, maksudnya ini udah jelas penyampaianya. Tuh kan branding ini, ini UMKM kan kayak ngebantu UMKM gitu, maksudnya udah jelas ini.
- Pewawancara : Oke, ada nggak saran atau kritik yang bisa dikasih ke desain ini supaya bisa menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?
- Narasumber : Ini teman, temannya kecil, ini UMKM nya gede. Berarti di beberapa tulisan ada yang kurang searah.
- Pewawancara : mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih kak kevin telah meluangkan waktu nya.
- Responden 6
- Pewawancara : Sebelumnya izinkan saya memperkenalkan diri, nama saya Bima Dwi Nugroho Dari Kampus Politenik Negeri Jakarta, Jurusan Desain Grafis Pada hari ini saya akan melakukan testing terhadap desain marketing collateral yang sudah saya buat Sebelumnya bisa saya perkenalkan dulu dengan siapa dan pekerjaan saat ini apa?
- Narasumber : Nama saya Didisy Priyadi, pekerjaan pedagang, tepatnya gorengan
- Pewawancara : Langsung ke pertanyaan pertama aja kali ya. Bagaimana kesan pertama Bang Didi saat melihat desain ini?
- Narasumber : Secara keseluruhan desainnya terlihat menarik Terus ditambah banyak ornamen warna-warna, cukup menarik menurut saya
- Pewawancara : Kalau dari segi tampilan, desain ini sudah cukup terlihat menarik dan profesional belum?



© 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 : Kalau terlihat cukup menarik seperti yang saya katakan tadi, cukup menarik Tapi belum terlalu mendekati sempurna

Pewawancara : Lalu menurut abang secara warna, ilustrasi, dan juga elemen visual yang digunakan Sudah cukup konsisten belum di beberapa media ini?

Narasumber : Cukup konsisten sih, dilihat dari warna, penempatan warna dan karakter kata-katanya juga cukup

Pewawancara : Kalau dari segi keterbacaan, tulisan dan juga informasinya mudah dibaca tidak?

Narasumber : Mudah dibaca, tapi untuk orang-orang tertentu kata-katanya agak terlalu tinggi Jadi kurang dimengerti saja seperti itu

Pewawancara : Lalu secara ukuran huruf, pemilihan warna, dan juga tata letak informasi, apakah sudah nyaman dilihat?

Narasumber : Sudah nyaman, sudah jelas

Pewawancara : Oke, dari segi pemahaman, setelah melihat desain ini, apakah abang langsung memahami layanan atau bidang usaha yang ditawarkan oleh agensi tersebut?

Narasumber : Belum sih, lebih tepatnya harus ada pengarahannya dulu biar lebih dimengerti Kalau soal informasi yang paling diingat setelah melihat desain ini apa? Apa?

Pewawancara : Informasi yang paling diingat setelah melihat desain ini

Narasumber : Informasi UMKM-nya

Pewawancara : Kalau dari segi desain, pesannya sudah cukup tersampaikan belum? Jika belum bagaimana yang masih membingungkan?

Narasumber : Mungkin dari friendly, komunikatif, solotif, terpercaya perlu ada penjelasan ulang sih

Pewawancara : Bukan sekedar judul saja berarti?

Narasumber : Ya, mungkin ada penjelasannya di bawahnya

Pewawancara : Terakhir, ada saran atau kritik yang bisa dikasih ke desain ini supaya lebih baik dan efektif ke depannya sebagai media promosi yang oke?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

Narasumber : Ya, mungkin itu harus ada penjelasan walaupun penjelasannya tidak terlalu detail, minimal penjelasan secara singkatnya

Pewawancara : mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih Bang Didi telah meluangkan waktu nya.

Responden 7

Pewawancara : Sebelumnya, izin memperkenalkan diri, nama saya Bima Dwi Nugroho Dari Kampus Politeknik Negeri Jakarta Pada hari ini, saya akan melakukan tahapan testing terhadap bisa marketing collateral Untuk klien saya, Azheli Creativo Sebelumnya, bisa perkenalkan dulu dengan siapa Dan pekerjaan saat ini apa?

Narasumber : Terima kasih sebelumnya Mas Bima Saya Restu Muhammad Di sini, saya sebagai Freelancer Web Developer

Pewawancara : Oke, langsung ke pertanyaan pertama Bagaimana kesan pertama Kak Restu saat melihat desain ini?

Narasumber : Mungkin bisa lebih spesifik yang mananya Secara keseluruhan, dari flyer, kartu nama, gantungan kunci, dan juga lanyard Mungkin kesan pertama yang bisa saya ambil itu Lebih ke arah minimalis Karena desainnya ini cukup on point Terkait tempatnya ini, Azheli Creativo Di sini ada beberapa key visual yang menerangkan bahwa Kalau Azheli ini tempatnya yang komunikatif, solutif, terpercaya, serta friendly Juga di belakangnya itu ada beberapa poin terkait lainan yang diberikan oleh Azheli Creativo Mungkin itu sih dari saya

Pewawancara : Kalau dari segi tampilan desain Apakah sudah cukup terlihat menarik dan juga profesional menurut Kak Restu?

narasumber : Jika profesional di sini Untuk kartu namanya Saya melihat cukup profesional Namun ada sedikit hal yang cukup



© 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

mengganjal di bagian depan terkait ilustrasi tangan
Seharusnya hal tersebut dihilangkan saja atau lebih simple
Untuk bagian belakangnya sudah cukup oke.

Pewawancara : Oke, kalau menurut Kak Restu Dari segi warna, ilustrasi, dan juga elemen visual yang digunakan sudah cukup konsisten belum sih Kak?

Narasumber : Dari beberapa media tersebut Sejauh ini untuk 3 item Di sini kebetulan saya pegang itu Ini yang besar apa? Flyer Untuk flyer, kartu nama, dan kandungan kunci Elemen visual yang digunakan cukup konsisten Namun ada sedikit perbedaan pada tali lanyard Ada perbedaan pada elemen yang digunakan

Pewawancara : masuk ke bagian aspek keterbacaan Kalau soal tulisan dan juga informasi pada desain ini Mudah dibaca tidak Kak?

Narasumber : Sangat mudah dibaca Karena memang cukup on point di sini Tulisannya, fontnya, baik bahasa kecilnya serta kejelasannya Secara ukuran huruf, pemilihan warna, dan juga total atas informasi Apakah sudah cukup nyaman dilihat sebagai sebuah media promosi agensi? Seperti yang saya ucapkan sebelumnya Untuk elemen yang sudah ada cukup baik Namun kartu nama bagian depan Leotinya sepertinya agak sedikit perlu diperbaiki Karena ada visual yang kurang tepat menurut saya Oke

Pewawancara : setelah melihat desain ini Apakah harus langsung tahu layanan atau bidang usaha yang ditaruhkan oleh agensi itu apa?

Narasumber : Jika melihat flyer yang diberikan Saya cukup bisa memahami bahwa Azheli Creativo itu Seperti namanya bergerak pada bidang kreatif Untuk lebih spesifiknya disini ada beberapa key Key service terkait layanannya pada flyer Salah satunya fotografi dan digital marketing



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Informasi yang paling kakak ingat setelah melihat desain ini itu apa kak?

Narasumber : Informasi terkait Azheli itu yang diingat Lebih ke arah service yang mereka berikan Karena di flyer itu bagian depan cukup jelas bahwa Yang dituju oleh Azheli ini adalah komunikasi yang cukup efektif Lalu juga memberikan solusi yang cukup nyata.

Pewawancara : Oke, dari pesan desain ini menurut kak Restu menyampaikan pesan apa? Apakah pesan yang ingin disampaikan sudah cukup jelas? Dan jika belum dibagaimana yang masih kurang?

Narasumber : Pesan seperti apa?

Pewawancara : Menurut kak Restu desain ini menyampaikan pesan apa? Apa yang ingin disampaikan dari desain marketing Koroteral ini?

Narasumber : Saya melihatnya itu pesannya lebih ke arah minimalis profesional Karena Azalea Kreativo ini bergerak pada bidang kreatif digitalisasi

Pewawancara : Kalau dari kak Restu sendiri ada saran atau kritik yang bisa diberikan ke desain ini Supaya menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?

Narasumber : Untuk beberapa elemen sudah cukup baik Pemilihan warna, pemilihan font Baik itu font warna atau besar kecilnya Sudah cukup baik, namun ada beberapa visual terkait ilustrasi yang kurang cocok menurut saya Terkait ilustrasi tangan ini Untuk sosmednya juga cukup oke, karena di sini yang saya tangkap itu minimalis profesional Menurut saya sudah cukup baik untuk sosmednya Paling di kartu nama saya masih menyayangkan adanya ilustrasi jabat tangan itu

Pewawancara : Terimakasih untuk kak restu telah meluangkan waktu untuk ini, mungkin cukup sekian untuk sesi testing saat ini, terimakasih kak kevin telah meluangkan waktu 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Responden 8

- Pewawancara : Sebelumnya izin memperkenalkan diri, nama saya Bimadu Indogroho. Saya adalah seorang mahasiswa dari Kampus Politenik Negeri Jakarta, jurusan Desain Grafis. Pada kali ini saya ingin melakukan testing terhadap desain marketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya bisa berikan dulu nama dan juga pekerjaan saat ini sebagai apa?
- Narasumber : Perkenalkan, nama saya Khoirul Muhammad Fadil. Untuk pekerjaan saya pengusaha bisnis UMKM seperti warkop lah.
- Pewawancara : Oke, langsung ke pertanyaan pertama. Menurut Mas Irul, kesan pertama saat melihat desain ini bagaimana?
- Narasumber : Terkesan saya pertama kali melihatnya cukup lumayan menarik dan terbilang modern lah. Terus untuk dimensi warnanya juga hijau, gimana gitu, lebih-lebih tertarik gitu, lebih cerah dan ramah juga untuk UMKM. Terbilang nggak terlalu kaku dan norak lah gitu, atau bisa dibilang kasarnya.
- Pewawancara : Oke, kalau dari segi tampilan desain sudah cukup terlihat menarik dan juga profesional belum mas?
- narasumber : Ya, sangat terlihat menarik sih dan profesional terutama dari konsisten visual kuat di semua media dari brosur sampai layarnya dan sangat ini apa namanya ya aduh rapih lah untuk buat membantu UMKM maju juga
- Pewawancara : Oke, kalau dari Segi warna, ilustrasi, dan juga elemen visual, sudah cukup konsisten belum mas?
- Narasumber : Sudah sangat konsisten sekali itu. Wah, pokoknya bagus banget deh itu.
- Pewawancara : Oke, kalau dari tulisan, informasi, apakah sudah mudah terbaca?
- Narasumber : Sangat mudah sih dibacanya itu, jadi kayak tegas gitu lah pake poinnya juga. Huruf kecil dan besarnya juga oke. Terus



© 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

susunannya juga pas lah untuk buat di langsung tangkap mata gitu.

Pewawancara : Oke. Kalau misalkan dari segi ukuran huruf, terus pemilihan warna, dan juga tata letak informasi, apakah sudah nyaman untuk dilihat?

Narasumber : Wah, sangat nyaman itu terlihatnya. Pas banget dah ukurannya juga. Nggak terlalu membosankan jadi dilihatnya juga.

Pewawancara : Oke, setelah melihat desain ini, Mas Irul langsung bisa tahu nggak sih layanan atau bidang usaha yang ditawarkan oleh agensi tersebut?

Narasumber : Tahu sih, ini kayak sangat jelas banget deh apa namanya. Aduh gue grogi di sini. Setelah melihat desain ini, saya dengar dari tagline-nya teman UMKM, sangat cukup friendly dan komunikatif, solusinya solutif, terpercaya, plus ilustrasi diskusi. Ketahuan ini dari agensi yang berjasa dengan UMKM.

Pewawancara : Oke, kalau misalkan dari informasi yang sudah ada di semua media ini, yang paling masih ingat setelah melihat semua media ini, apa itu mas?

Narasumber : Paling dari tagline-nya sih yang paling bikin menarik. Terutama dari warna yang dominan dan segar. Tagline-nya terutama tuteman UMKM.

Pewawancara : Oke, setelah Mas Irul melihat semua media marketing ini, Mas Irul tau nggak, sebenarnya pesan apa sih yang pengen disampaikan dari desain ini?

Narasumber : dari semuanya sih cukup menarik cuma bagian untuk kartu namanya saja sih bagian belakang kayaknya ya ini ini depannya oh bagian depannya ini mending kayak dari salamnya ini mending diganti dah saran saya terlalu kayak terlalu dipaksakan ini jatohnya mending diganti kalau nggak



© 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

QR dari websitenya atau bagaimana lah atau dari WA langsung ke manajemennya gitu biar lebih simple juga orangnya.

Pewawancara : oke Dari Mas Sirul nih, ada gak saran atau kritik yang bisa diberikan kepada desain ini supaya bisa jadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?

Narasumber : Cukup sih, paling yang tadi aja, ini aja, bagian untuk kartu namanya aja sih, untuk sebagian lainnya sudah cukup menarik, oke lah

Pewawancara : Oke, terima kasih Mas Irul telah menyempatkan waktunya untuk menjawab beberapa pertanyaan dari saya.

Responden 9

Pewawancara : Sebelumnya saya izin memperlakukan diri dulu, nama saya Bima Dwi Nugroho. Saya adalah seorang mahasiswa dari kampus Politenik Negeri Jakarta, jurusan desain grafis. Pada kesempatan malam ini, saya ingin melakukan testing terhadap bisa merketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya bisa memperlakukan dulu nama dan juga pekerjaan saat ini.

Narasumber : Nama saya Rafli Maulana, pekerjaan karyawan swasta.

Pewawancara : Oke, Mas Rafli. Untuk pertanyaan pertama, kesan pertama yang Mas lihat dari desain ini itu apa?

Narasumber : Desainnya menarik, modern, rapi dan menarik.

Pewawancara : Oke, pertanyaan keduanya. Dari segi tampilan desain, apakah sudah terlihat menarik dan juga profesional?

narasumber : Sudah, karena tampilannya bersih dan penggunaan warnanya konsisten

Pewawancara : Kalau misalkan dari segi warna, ilustrasi dan juga elemen visual, apakah sudah konsisten di beberapa media tersebut?

Narasumber : Iya, semuanya terlihat selaras dan memiliki identitas yang kuat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Kalau misalkan dari segi tulisan dan juga informasi, apakah sudah mudah untuk dibaca?

Narasumber : Sudah, informasi cukup mudah dibaca Dari segi ukuran huruf, pemilihan warna dan juga tata letak informasi.

Pewawancara : Kalau misalkan Mas Raffi sudah melihat semua desain ini kan ya Mas Raffi bisa langsung tahu nggak sih layanan atau bidang usaha apa sih yang ditawarkan oleh agensi ini?

Narasumber : Cukup paham, tapi di beberapa layanan yang ditawarkan bisa dibuat lebih spesifik

Pewawancara : Oke Kalau misalkan dari Semua ini informasi apa yang paling Mas Rafli ingat setelah melihat semua desain ini?

Narasumber : Nama Azheli Creativo dan dukungannya untuk UMKM.

Pewawancara : Setelah Mas Rafli melihat semua desain ini Mas Rafli Menurut mas rafli ini, sebenarnya pesan apa sih yang ingin disampaikan dari desain ini?

Narasumber : Sudah cukup jelas, hanya perlu penjelasan singkat mengenai layanan utama.

Pewawancara : Oke. Ada nggak nih saran atau kritik yang bisa diberikan ke desain-desain ini supaya bisa menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?

Narasumber : Mungkin coba diperbesar beberapa teks kecil terus tambahkan informasi layanan serta kontak agar lebih informatif.

Pewawancara : Oke.

Pewawancara : Terima kasih karena sudah menjawab beberapa pertanyaan dari saya

Responden 10

Pewawancara : Sebelumnya saya izin memperlakukan diri dulu, nama saya Bima Dwi Nugroho. Saya adalah seorang mahasiswa dari kampus Politeknik Negeri Jakarta, jurusan desain grafis. Pada kesempatan malam ini, saya ingin melakukan testing terhadap



© 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

bisa merketing collateral yang sudah saya buat. Sebelumnya bisa memperlakukan dulu nama dan juga pekerjaan saat ini?

- Narasumber : Nama saya Muhammad Rizki, kerja sebagai jaga kedai jus.
- Pewawancara : Oke mas Rizky, paling pertama, kesan pertama apa sih yang mas lihat dari desain ini?
- Narasumber : Sekali lihat langsung kerasa seger dan rapi, dominasi warna hijaunya bikin kesan kreatif tapi tetap profesional, nggak norak. Logonya yang bentuk X atau bunga juga gampang diingat.
- Pewawancara : Oke, dari segi tampilan desain, udah cukup terlihat menarik dan profesional belum sih?
- narasumber : Menurut saya sudah masuk, bentuk-bentuk geometris dan ilustrasi flat orang lagi diskusi bikin brainnya kelihatan modern dan approachable.
- Pewawancara : Oke, kalau menurut mas nih dari segi warna, ilustrasi dan juga visualnya sudah digunakan secara konsisten belum sih di beberapa media tersebut?
- Narasumber : Udah cukup konsisten sih. Palet hijau tua, hijau muda, sama aksen kuning atau lime dipakai di semua media. Ilustrasinya juga gayanya sama semua. Flat vector, orang kerja sama, jadi nyambung dari brosur sampai ke lanyard.
- Pewawancara : Oke. Kalau dari tulisan dan juga informasi, apakah sudah mudah untuk dibaca?
- Narasumber : Untuk brosur dan kartu nama, iya. Fontnya clean, ukurannya pas, kontras antara teks hitam di background putih atau hijau muda juga aman.
- Pewawancara : Oke, kalau dari segi ukuran huruf, pemilihan warna, dan juga tata letak informasi, apakah sudah nyaman untuk dilihat?
- Narasumber : Tata letaknya nggak rame, ada banyak ruang kosong, jadi mata nggak capek. Cuma di bagian lanyard aja, yang karena



© 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

polanya rapat, text azielicretivo-nya jadi agak ketutup ilustrasi.

Pewawancara : Oke. Setelah melihat semua desain ini nih, Mas Rizky tau nggak sih sebenarnya layanan dari si agensi ini tuh apa?

Narasumber : Agak butuh mikir 2 detik sih dari ilustrasi orang, diskusi, pestulisan temen UMKM di gantungan kunci. Ketebak ini bergerak di bidang kreatif atau jasa buat UMKM. Tapi kalau cuma lihat logonya doang tanpa tagline, belum 100% jelas azil ini agensi, konsultan, atau apa.

Pewawancara : Oke. Dari semua media ini nih, informasi apa yang paling mas ingat?

Narasumber : Warna hijaunya dan tagline temen UMKM. Itu yang paling nempel di kepala.

Pewawancara : Oke, menurut mas Rizky nih, sebenarnya desain-desain ini tuh, pesannya tuh apa sih yang pengen yang mas Rizky tau?

Narasumber : Kesannya ramah, kolaboratif, dan fokus ke UMKM. Yang bikin dikit cuma di browser bagian layanan kaminya tulisannya kecil banget di make up ini.

Pewawancara : Oke, ada nggak nih saran atau kritik yang bisa dikasih ke desain ini supaya menjadi lebih baik dan juga efektif sebagai sebuah media promosi?

Narasumber : Kalau boleh jujur, biar lebih nampak lagi, kasih tagline menjelas di bawah logo. Misal, agensi kreatif untuk MKM. Atau jasa branding dan desain, biar orang-orang langsung ngeh tanpa nebak-nebak. Ya, perkuatir arkitekts, di brosur nama layanan atau CTA-nya dibesarin dikit. Sekarang semuanya kerasa sama rata. Lanyard dibikin lebih bold, polanya keren tapi logonya ketutup ilustrasi. Mungkin bisa diselingi area polos khusus buat logo biar kelihatan pas dipake di acara.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pewawancara : Untuk Mas Risky, terima kasih karena telah menyebabkan waktu menjawab beberapa pertanyaan dari saya.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Hasil Kuesioner

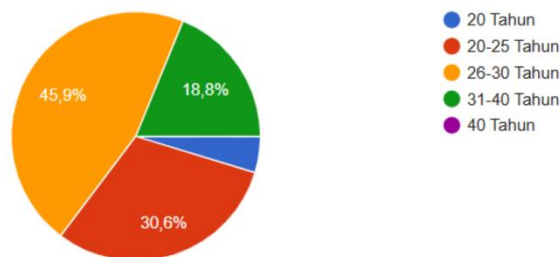
Lampiran 2 hasil kuesioner

Survei disebarakan secara online melalui beberapa platform, yaitu Instagram, Facebook, grup WhatsApp, dan LinkedIn. Survei dilakukan pada periode 21 Januari 2026 hingga 8 Februari 2026 dan memperoleh total 85 responden.

Usia Anda

85 jawaban

[Salin diagram](#)



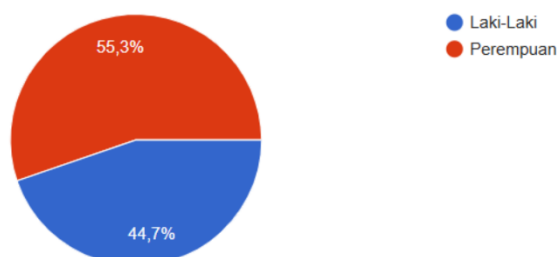
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden berada pada rentang usia 26–30 tahun, disusul oleh kelompok usia 20–25 tahun dan 31–40 tahun, sementara responden berusia 20 tahun menjadi kelompok dengan jumlah paling sedikit. Data ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden termasuk dalam kategori usia produktif muda, yang umumnya aktif, adaptif terhadap perkembangan teknologi, dan potensial sebagai target audiens layanan kreatif maupun media promosi digital.

Jenis kelamin

Jenis Kelamin

85 jawaban

[Salin diagram](#)



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, komposisi jenis kelamin



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

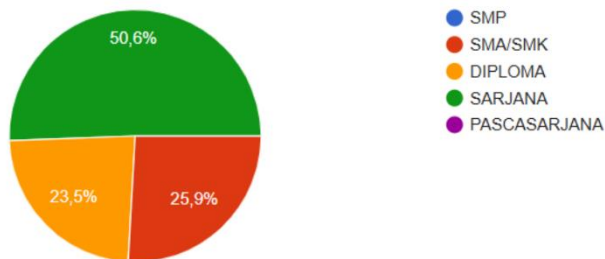
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

menunjukkan bahwa responden perempuan sedikit lebih dominan dibandingkan laki-laki. Meskipun demikian, proporsinya relatif seimbang, sehingga dapat disimpulkan bahwa minat terhadap layanan agensi kreatif tidak didominasi oleh satu gender tertentu, melainkan relevan bagi baik laki-laki maupun perempuan sebagai target audiens.

Pendidikan terakhir

Pendidikan Terakhir
85 jawaban

Salin diagram



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden memiliki latar belakang pendidikan Sarjana, disusul oleh lulusan SMA/SMK dan Diploma. Tidak terdapat responden dengan pendidikan terakhir SMP maupun Pascasarjana pada data yang ditampilkan. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat pendidikan yang cukup tinggi, sehingga cenderung memiliki pemahaman yang baik terhadap pentingnya strategi promosi, branding, dan penggunaan jasa agensi kreatif dalam mendukung perkembangan usaha.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

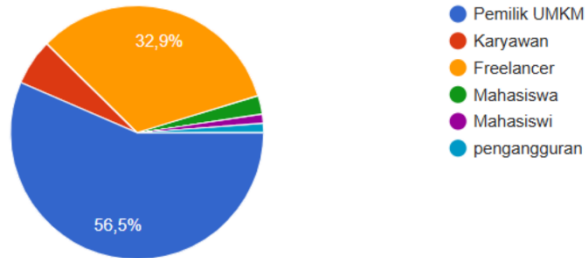
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Pekerjaan utama

Pekerjaan Utama

85 jawaban

[Salin diagram](#)



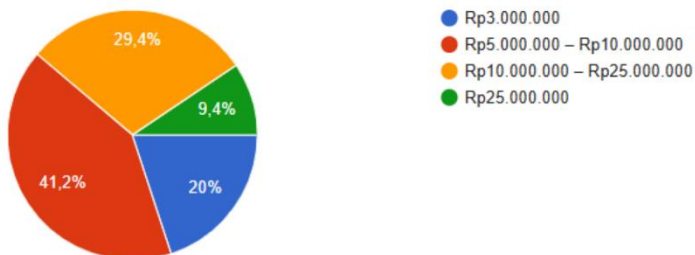
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden berprofesi sebagai pemilik UMKM, diikuti oleh freelancer sebagai kelompok terbesar kedua. Sementara itu, jumlah responden yang berstatus karyawan, mahasiswa, mahasiswi, maupun pengangguran relatif lebih sedikit. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merupakan pelaku usaha aktif yang secara langsung berkaitan dengan kebutuhan promosi dan pengembangan bisnis, sehingga relevan sebagai target utama layanan agensi kreatif.

Rata-rata pendapatan usaha per bulan

Rata-rata Pendapatan Usaha per Bulan

85 jawaban

[Salin diagram](#)



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden memiliki rata-rata pendapatan usaha per bulan pada kisaran Rp5.000.000–Rp10.000.000, disusul oleh responden dengan pendapatan Rp10.000.000–Rp25.000.000 dan Rp3.000.000. Sementara itu, responden dengan pendapatan Rp25.000.000 berada pada jumlah paling sedikit. Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden



© 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

berada pada kategori usaha skala kecil hingga menengah yang sedang berkembang, sehingga cenderung membutuhkan layanan promosi yang efektif, terukur, dan sesuai dengan kapasitas anggaran usaha mereka.

Domisili

Domisili

85 jawaban

Salin diagram



Berdasarkan hasil kuesioner mengenai domisili responden, mayoritas responden berasal dari Bandung, diikuti oleh wilayah Puncak/Bogor, Depok, Surabaya, Tangerang, serta beberapa kota besar lainnya seperti Jakarta, Bekasi, dan Cirebon. Selain itu, terdapat responden yang tersebar di berbagai kota di Indonesia seperti Makassar, Denpasar, Malang, Yogyakarta, dan Semarang. Hal ini menunjukkan bahwa responden tidak terpusat pada satu wilayah saja, melainkan tersebar di berbagai daerah, dengan dominasi di wilayah Jawa Barat dan Jabodetabek. Distribusi ini mengindikasikan bahwa layanan agensi kreatif memiliki potensi pasar yang luas dan tidak terbatas pada satu kota tertentu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

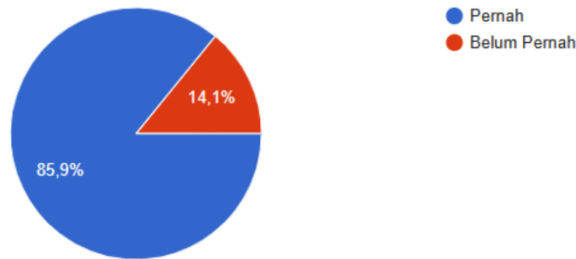
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Apakah anda pernah menggunakan jasa agensi kreatif sebelumnya?

Apakah Anda pernah menggunakan jasa agensi kreatif sebelumnya?

85 jawaban

Salin diagram



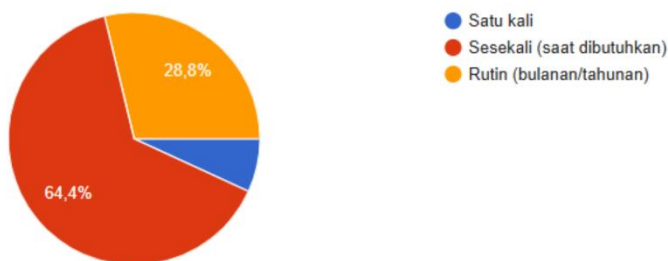
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, sebanyak 85,9% responden menyatakan pernah menggunakan jasa agensi kreatif sebelumnya, sementara sebagian kecil sebanyak 14,1% belum pernah. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden telah memiliki pengalaman bekerja sama dengan agensi kreatif, sehingga mereka memiliki gambaran dan ekspektasi tertentu terhadap kualitas layanan, komunikasi, serta hasil kerja yang diberikan.

Seberapa sering anda menggunakan jasa agensi kreatif?

Seberapa sering Anda menggunakan jasa agensi kreatif?

73 jawaban

Salin diagram



Berdasarkan hasil kuesioner dari 73 responden yang pernah menggunakan jasa agensi kreatif, 64,4% responden menyatakan menggunakan jasa tersebut sesekali saat dibutuhkan. 28,8% lainnya menggunakan secara rutin dalam periode bulanan atau tahunan, sementara 6,8% menggunakannya satu kali saja. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan jasa agensi kreatif cenderung bersifat situasional



© 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

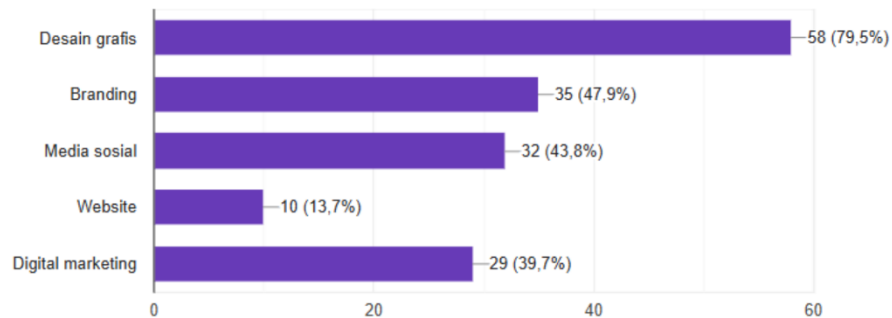
dan menyesuaikan kebutuhan bisnis, bukan menjadi layanan yang selalu digunakan secara tetap oleh sebagian besar responden.

Jasa kreatif apa yang pernah anda gunakan?

Jasa kreatif apa yang pernah Anda gunakan?

[Salin diagram](#)

73 jawaban



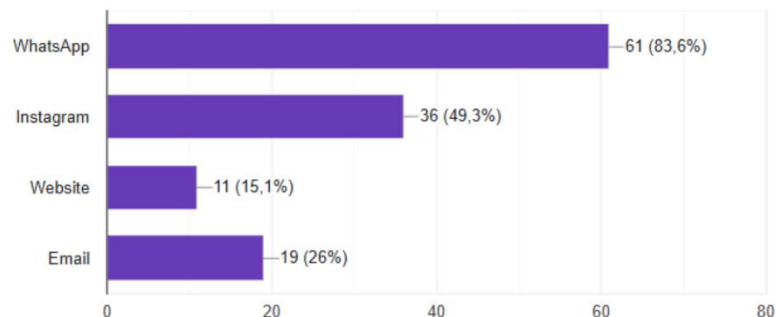
Berdasarkan hasil kuesioner dari 73 responden yang pernah menggunakan jasa agensi kreatif, layanan yang paling banyak digunakan adalah desain grafis sebanyak 79,5%, diikuti oleh branding 47,9% dan pengelolaan media sosial sebanyak 43,8%. Digital marketing juga cukup banyak digunakan sebanyak 39,7%, sementara pembuatan website menjadi layanan yang paling sedikit yaitu 13,7% dibandingkan layanan lainnya. Hasil ini menunjukkan bahwa kebutuhan utama responden berfokus pada aspek visual dan identitas brand, khususnya desain grafis sebagai fondasi komunikasi promosi, sebelum berkembang ke layanan digital yang lebih kompleks seperti website.

Media komunikasi apa yang digunakan dengan agensi kreatif

Media komunikasi apa yang digunakan dengan agensi kreatif

[Salin diagram](#)

73 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

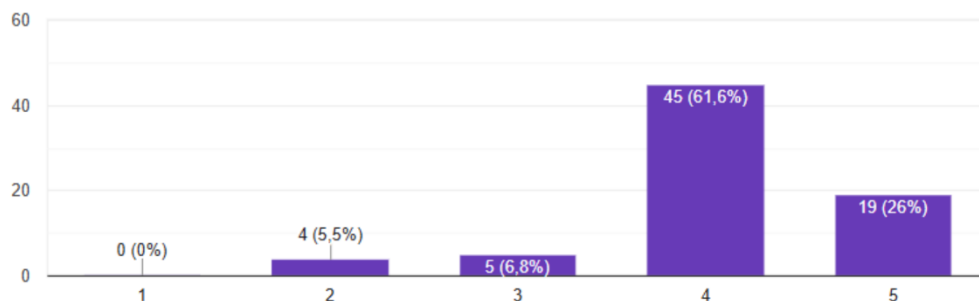
Berdasarkan hasil kuesioner dari 73 responden yang pernah menggunakan jasa agensi kreatif, media komunikasi yang paling banyak digunakan adalah WhatsApp sebanyak 83,6%, diikuti oleh Instagram sebanyak 49,3%. Email juga digunakan oleh sebagian responden sebanyak 26%, sementara website menjadi media yang paling sedikit yaitu 15,1% untuk komunikasi langsung dengan agensi. Hasil ini menunjukkan bahwa responden lebih memilih media komunikasi yang cepat, praktis, dan bersifat real-time, sehingga kemudahan akses dan responsivitas menjadi faktor penting dalam membangun interaksi antara klien dan agensi kreatif.

Apakah anda memahami layanan yang ditawarkan agensi kreatif?

Apakah Anda memahami layanan yang ditawarkan agensi kreatif?

[Salin diagram](#)

73 jawaban



Berdasarkan hasil kuesioner dari 73 responden, sebagian besar responden sebanyak 61,6% menyatakan bahwa mereka memahami layanan yang ditawarkan oleh agensi kreatif. Mayoritas memberikan penilaian pada tingkat setuju dan sangat setuju, sementara hanya 6,8% yang memberikan penilaian netral atau kurang setuju, serta tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa secara umum informasi layanan yang disampaikan oleh agensi cukup jelas dan dapat dipahami oleh klien, meskipun tetap terdapat ruang untuk meningkatkan kejelasan komunikasi agar lebih optimal.

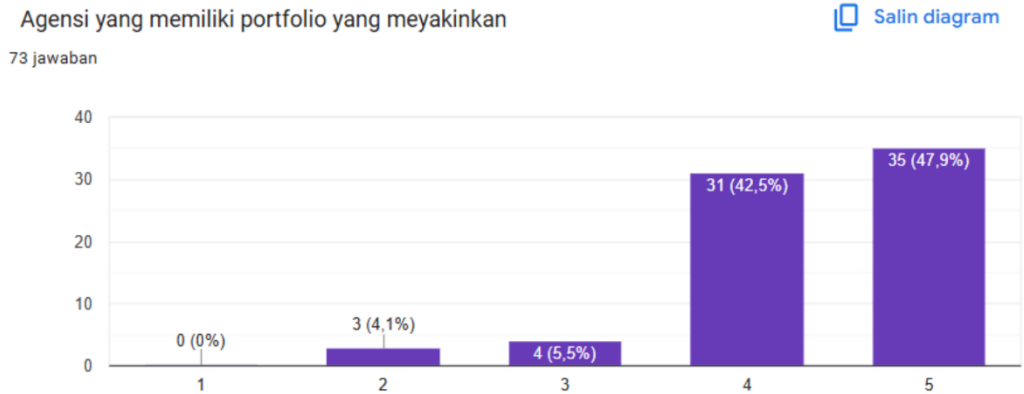


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

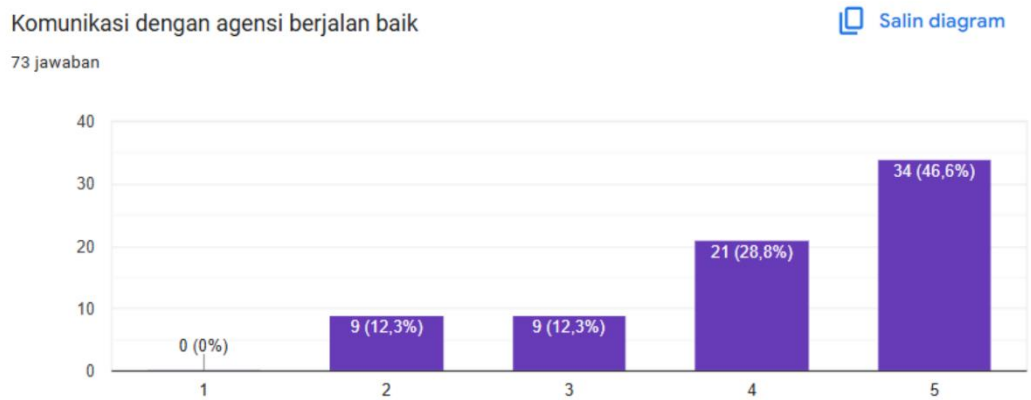
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Agensi yang memiliki portfolio yang meyakinkan



Berdasarkan hasil kuesioner dari 73 responden, mayoritas responden menyatakan 42,5% setuju dan 47,9% sangat setuju bahwa agensi yang memiliki portofolio yang meyakinkan menjadi faktor penting dalam memilih layanan. Hanya sebagian kecil responden yang memberikan penilaian 5,5% netral atau 4,1% kurang setuju, dan tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan kejelasan portofolio merupakan elemen utama dalam membangun kepercayaan serta meningkatkan keyakinan calon klien terhadap profesionalitas sebuah agensi kreatif.

Komunikasi dengan agensi berjalan baik



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 73 responden, mayoritas responden menilai bahwa komunikasi dengan agensi berjalan baik. Hal ini terlihat dari dominannya jawaban pada skala 4 sebanyak 28,8% dan 5 sebanyak 46,6%, dengan sebagian besar responden menyatakan setuju hingga sangat setuju. Sementara itu, hanya



© 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

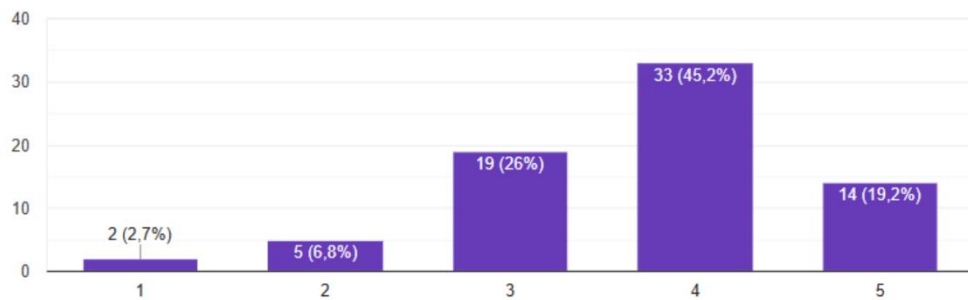
sebagian kecil yang memberikan penilaian netral sebanyak 12,3% atau kurang setuju sebanyak 12,3%, dan tidak ada responden yang menyatakan sangat tidak setuju. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas komunikasi antara klien dan agensi dinilai sudah efektif dan memuaskan oleh sebagian besar responden.

Harga sesuai dengan hasil yang didapatkan

Harga sesuai dengan hasil yang didapatkan

Salin diagram

73 jawaban



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 73 responden, sebagian besar responden menilai bahwa harga yang ditetapkan agensi sesuai dengan hasil yang diperoleh. Penilaian terbanyak berada pada skala 4 sebanyak 45,2%, diikuti skala 5 sebanyak 19,2%, yang menunjukkan tingkat persetujuan yang cukup tinggi. Meskipun terdapat sebagian responden yang memberikan nilai netral pada kala 3 sebanyak 26%, hanya sebanyak 6,8% yang menyatakan kurang setuju atau tidak setuju 2,7%. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa harga layanan agensi sebanding dengan kualitas hasil yang diberikan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

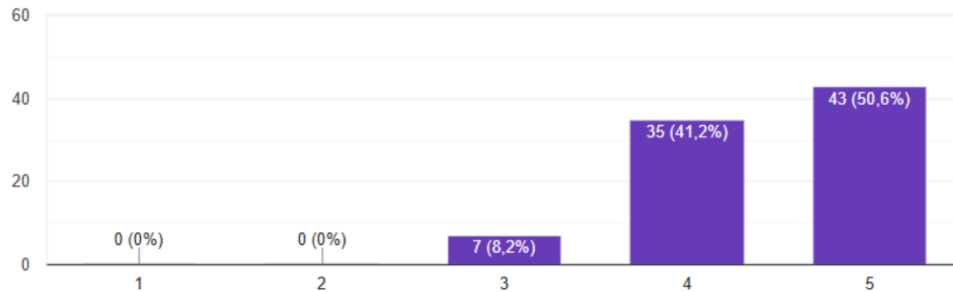
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Agensi kreatif penting untuk perkembangan UMKM

Agensi kreatif penting untuk perkembangan UMKM

[Salin diagram](#)

85 jawaban



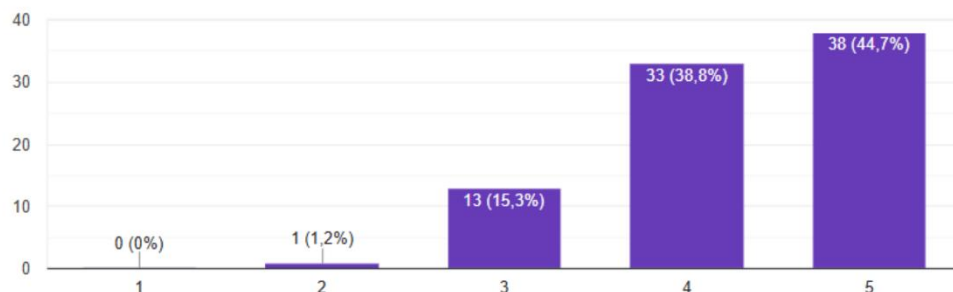
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden sebanyak 50,6% menyatakan sangat setuju bahwa agensi kreatif penting untuk perkembangan UMKM. Sebanyak 41,2% responden menjawab setuju. Sebagian kecil responden memberikan penilaian netral sebanyak 8,2%, dan tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki persepsi yang sangat positif terhadap peran agensi kreatif dalam mendukung pertumbuhan dan pengembangan UMKM.

Konsistensi brand agensi meningkatkan kepercayaan

Konsistensi brand agensi meningkatkan kepercayaan

[Salin diagram](#)

85 jawaban



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden sebanyak 44,7% menyatakan sangat setuju bahwa konsistensi brand agensi dapat meningkatkan kepercayaan. Sedangkan sebanyak 38,8% setuju dan hanya sedikit yaitu sebanyak 15,3% netral. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa



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

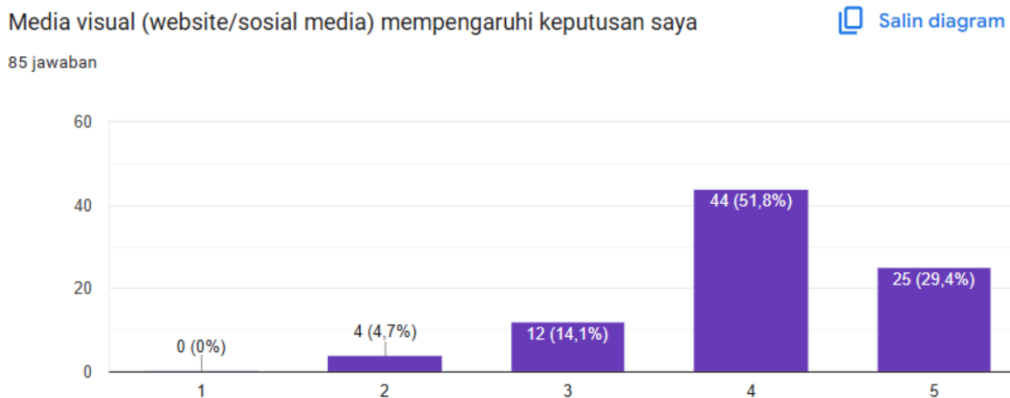
responden memiliki pandangan yang sangat positif terhadap pentingnya konsistensi brand dalam membangun dan meningkatkan kepercayaan terhadap agensi.

Saya ragu menggunakan agensi jika manfaatnya tidak jelas



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, terlihat bahwa cukup banyak responden menyatakan setuju bahwa mereka akan ragu menggunakan agensi jika manfaat yang ditawarkan tidak jelas. Hal ini ditunjukkan oleh dominasi jawaban pada skala 4 sebanyak 25,9% dan 5 sebanyak 25,9%. Namun, terdapat pula responden yang memilih skala 2 sebanyak 22,4% dan 3 sebanyak 20%, yang menunjukkan adanya variasi pendapat, serta sebagian kecil yang sangat tidak setuju pada skala 1 sebanyak 5,9%. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa kejelasan manfaat menjadi faktor penting dalam memengaruhi keyakinan dan keputusan responden untuk menggunakan jasa agensi.

Media visual (website/sosial media) mempengaruhi keputusan saya





© 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

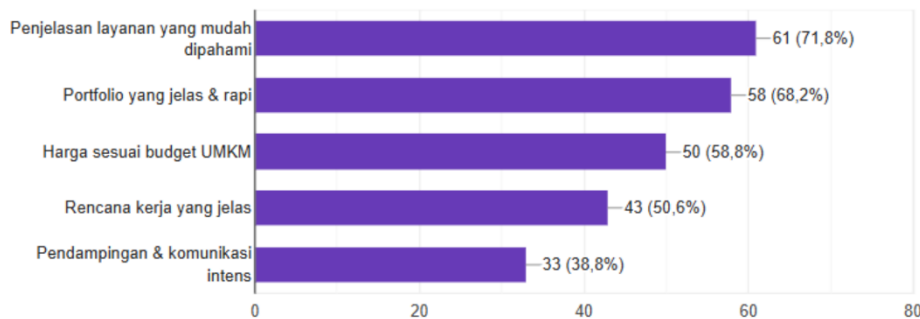
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, mayoritas responden menyatakan setuju bahwa media visual seperti website dan media sosial memengaruhi keputusan mereka. Hal ini terlihat dari dominasi jawaban pada skala 4 sebanyak 51,8% dan 5 sebanyak 29,4%. Sebagian responden memberikan penilaian netral pada skala 3 sebanyak 14,1%, dan hanya sedikit yang memilih skala 2 sebanyak 4,7%, serta tidak ada yang memilih skala 1. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa media visual memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi dan memengaruhi keputusan responden dalam memilih agensi.

Hal yang paling anda butuhkan dari agensi kreatif

Hal yang paling Anda butuhkan dari agensi kreatif

Salin diagram

85 jawaban



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, kebutuhan utama responden dari agensi kreatif adalah penjelasan layanan yang mudah dipahami sebanyak 71,8% dan portofolio yang jelas serta rapi sebanyak 68,2%, yang menjadi pilihan terbanyak. Selain itu, harga yang sesuai dengan budget UMKM sebanyak 58,8% dan rencana kerja yang jelas juga menjadi pertimbangan penting bagi sebagian besar sebanyak 50,6% responden. Sementara itu, pendampingan dan komunikasi yang intens tetap dibutuhkan, meskipun jumlahnya lebih sedikit yaitu 38,8% dibandingkan aspek lainnya. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa kejelasan informasi, transparansi, dan kesesuaian harga menjadi faktor utama yang diharapkan responden dari sebuah agensi kreatif.



Hak Cipta :

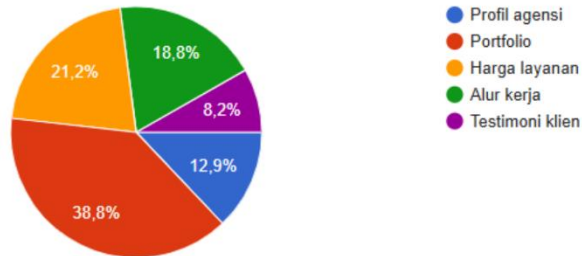
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Informasi terpenting saat pertama mengenal agensi kreatif

Informasi terpenting saat pertama mengenal agensi kreatif

85 jawaban

[Salin diagram](#)



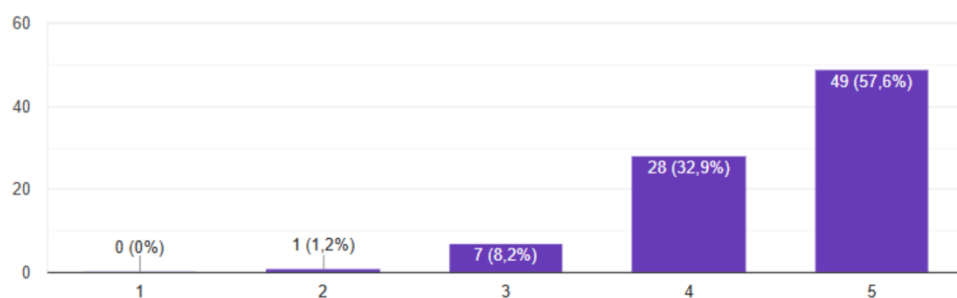
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, informasi yang paling penting saat pertama kali mengenal agensi kreatif adalah portofolio sebanyak 38,8%, yang dipilih oleh responden dalam jumlah terbesar. Hal ini menunjukkan bahwa contoh hasil kerja menjadi pertimbangan utama dalam menilai kredibilitas agensi. Selanjutnya, harga layanan sebanyak 21,2% dan alur kerja juga menjadi informasi penting yang diperhatikan responden sebanyak 18,8%. Sementara itu, profil agensi sebanyak 12,9% dan testimoni klien tetap dianggap penting sebanyak 8,2%, namun dipilih oleh jumlah responden yang lebih sedikit. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa bukti konkret hasil kerja dan transparansi informasi menjadi faktor utama dalam menarik perhatian calon klien.

Portfolio agensi

Portfolio agensi

85 jawaban

[Salin diagram](#)



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, penilaian terhadap portofolio agensi cenderung sangat positif. Mayoritas responden memberikan penilaian pada



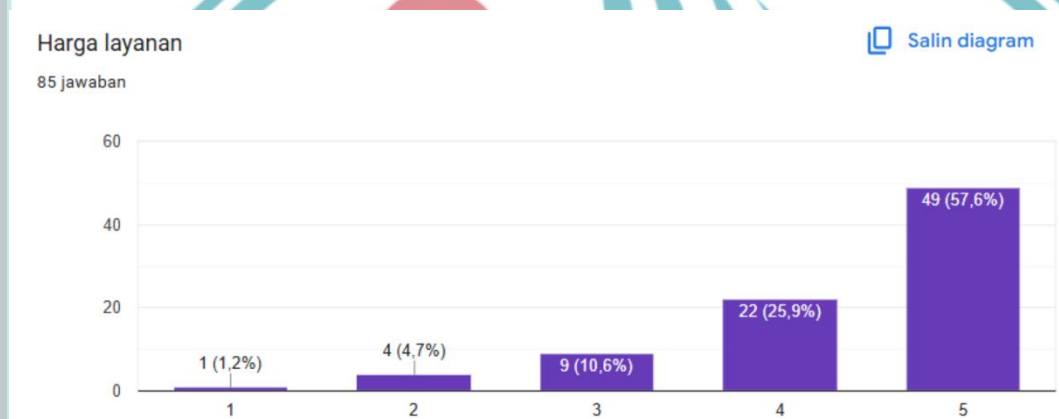
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

skala 4 dan 5, dengan jumlah terbanyak berada pada skala 5 sebanyak 57,6%, disusul skala 4 sebanyak 32,9%. Hanya sebagian kecil responden yang memberikan penilaian netral pada skala 3 sebanyak 8,2%, dan sangat sedikit yang memberikan penilaian rendah, serta tidak ada yang memilih skala 1. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa portofolio agensi dinilai baik dan mampu memberikan kesan yang meyakinkan bagi responden.

Harga layanan



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, penilaian terhadap harga layanan menunjukkan kecenderungan yang sangat positif. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 4 dan 5, dengan jumlah terbanyak berada pada skala 5 sebanyak 57,6%, disusul skala 4 sebanyak 25,9%. Sebagian kecil responden memberikan penilaian netral pada skala 3 sebanyak 10,6%, dan hanya sedikit yang memberikan penilaian rendah pada skala 1 sebanyak 1,2% dan 2 sebanyak 4,7%. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa harga layanan dinilai sudah sesuai dan memuaskan bagi sebagian besar responden.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

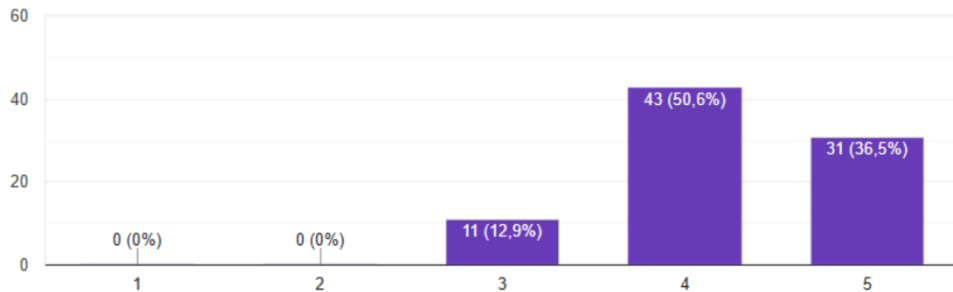
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Kepercayaan pada pemilik/tim

Kepercayaan pada pemilik/tim

85 jawaban

[Salin diagram](#)



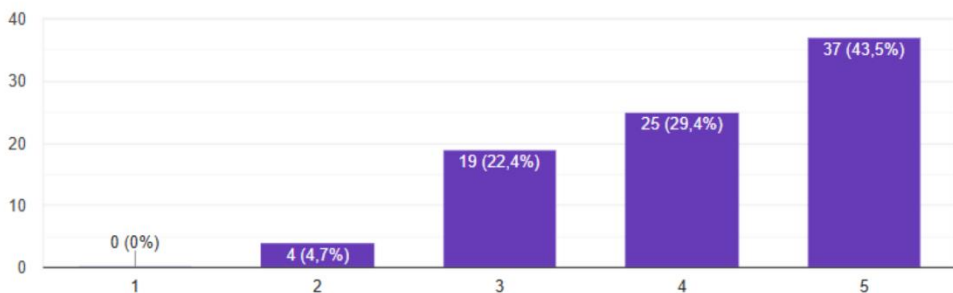
Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, tingkat kepercayaan terhadap pemilik atau tim agensi menunjukkan penilaian yang sangat positif. Mayoritas responden memberikan nilai pada skala 4 dan 5, dengan jumlah terbanyak berada pada skala 4 sebanyak 50,6%, disusul skala 5 sebanyak 36,5%. Sebagian kecil responden memberikan penilaian netral pada skala 3 sebanyak 12,9%, dan tidak ada responden yang memberikan penilaian rendah pada skala 1 maupun 2. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi terhadap pemilik atau tim agensi kreatif.

Media promosi yang profesional

Media promosi yang profesional

85 jawaban

[Salin diagram](#)



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, penilaian terhadap media promosi yang profesional menunjukkan hasil yang sangat positif. Mayoritas responden memberikan penilaian pada skala 4 dan 5, dengan jumlah terbanyak berada pada skala 5 yaitu sebanyak 43,5%, disusul skala 4 sebanyak 29,4%.



© 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

Sebagian responden memberikan penilaian netral pada skala 3 sebanyak 22,4%, dan hanya sedikit yang memberikan penilaian rendah pada skala 2 yaitu sebanyak 4,7%, serta tidak ada yang memilih skala 1. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa media promosi agensi dinilai profesional dan mampu memberikan kesan yang baik bagi responden.



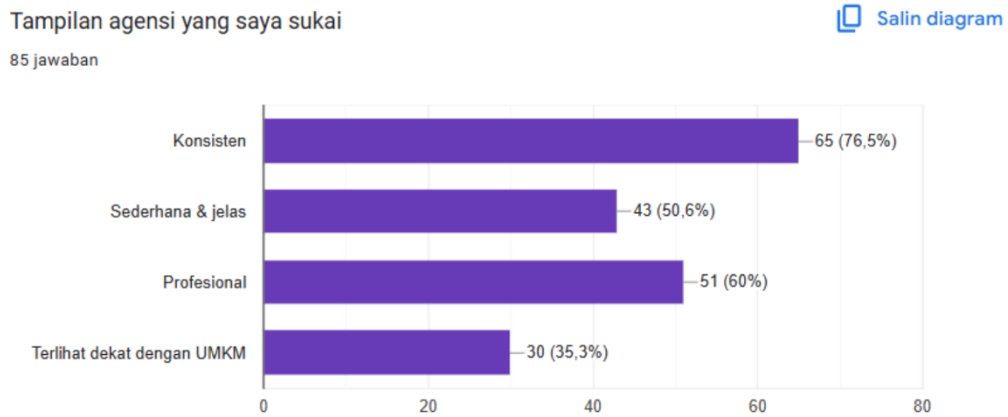


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

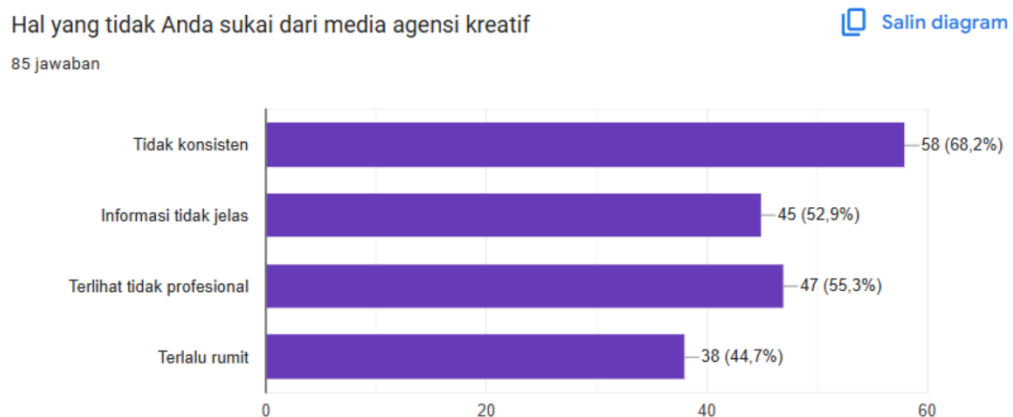
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Tampilan agensi yang saya sukai



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, tampilan agensi yang paling disukai adalah yang konsisten yaitu sebanyak 76,5%, yang dipilih oleh mayoritas responden. Selain itu, tampilan yang profesional juga menjadi pilihan utama sebanyak 60%, disusul dengan desain yang sederhana dan jelas sebanyak 50,6%. Sementara itu, aspek terlihat dekat dengan UMKM tetap dianggap penting, meskipun jumlah pemilihnya lebih sedikit dibandingkan kriteria lainnya yaitu 35,3%. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa konsistensi dan kesan profesional menjadi faktor utama dalam menciptakan tampilan agensi yang menarik bagi responden.

Hal yang tidak anda sukai dari media agensi kreatif



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, hal yang paling tidak disukai dari media agensi kreatif adalah tampilan yang tidak konsisten, yang menjadi pilihan terbanyak sebanyak 68,2%. Selain itu, responden juga menilai bahwa



Hak Cipta:

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

tampilan yang terlihat tidak profesional sebanyak 55,3% dan informasi yang tidak jelas menjadi faktor yang cukup mengganggu sebanyak 52,9%. Aspek media yang terlalu rumit juga dinilai kurang disukai sebanyak 44,7%, meskipun jumlahnya lebih rendah dibandingkan faktor lainnya. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa konsistensi, kejelasan informasi, dan kesan profesional merupakan elemen penting yang harus diperhatikan dalam media promosi agensi kreatif.

Media yang paling anda percaya untuk mengenal agensi kreatif



Berdasarkan hasil kuesioner terhadap 85 responden, media yang paling dipercaya untuk mengenal agensi kreatif adalah Instagram, yang dipilih oleh responden dalam jumlah terbesar sebanyak 40%. Selanjutnya, rekomendasi personal juga menjadi sumber yang cukup dipercaya sebanyak 32,9%. Sementara itu, WhatsApp 15,3% dan website 11,8% dipilih oleh lebih sedikit responden sebagai media yang paling mereka percaya. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, serta rekomendasi dari orang lain memiliki peran penting dalam membangun kepercayaan awal terhadap agensi kreatif.

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki oleh agensi kreatif agar lebih dipercaya oleh UMKM?

Menurut Anda, apa yang perlu diperbaiki oleh agensi kreatif agar lebih dipercaya oleh UMKM?

meningkatkan perkembangan desain yang disukai semua kalangan terutama gen z



© 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

Branding yang jelas dan konsisten, lebih bagus kalau sudah ada niche tertentu sehingga makin yakin untuk pakai agency tersebut, pricelist yang jelas

-

Meningkatkan portofolio agensi dengan lebih profesional dan terstruktur
Konsistensi

Komunikasi yang mudah dipahami antar pihak agensi dan klien

porto yang jelas aja sih, karena ada beberapa agency membesarkan nama agencynya lalu pas kita minta porto gak sesuai ama apa yang di ucap

Media komunikasi nya, agar setiap orang yang melihat bisa percaya ke agency tersebut

Proses kerja yang jelas

-

dari segi porto dan juga informasi yg diberikan

portofolio yang kuat agar bisa lebih percaya, proses cara kerja yang jelas dan komunikasi yang baik serta testimoni dari yang sudah bekerja sama dan harga yang kompetitif.

-

penjelasan yang jelas dan mudah di pahami, biaya yang murah, sebenarnya tidak apa biaya yang sedikit lebih mahal, tapi dengan kinerja yang bagus dan profesional, dan juga memiliki rencana yang baik untuk perusahaan tersebut bisa mencapai tujuannya

-

Pelaporan hasil kerja yang jelas dan mudah dibaca
UMKM ingin tahu hasil nyata dari jasa yang mereka bayar. Agensi perlu memberikan laporan sederhana tentang performa konten, engagement, traffic, atau insight lainnya dalam bahasa yang mudah dipahami.

Fleksibilitas terhadap budget UMKM

Tidak semua UMKM punya anggaran besar untuk jasa kreatif. Agensi perlu menyediakan paket yang fleksibel, bertahap, dan bisa disesuaikan dengan kemampuan usaha kecil. Jika agensi mau menyesuaikan solusi tanpa memaksakan paket mahal, saya akan merasa dihargai sebagai mitra, bukan sekadar klien.

Menggunakan bahasa sederhana, bukan istilah marketing yang rumit.

Agensi perlu lebih transparan soal harga dan layanan agar UMKM tahu apa yang didapat dari biaya yang dikeluarkan.

Hasil kerja yang realistis, bukan janji berlebihan

Banyak agensi menjanjikan hasil instan seperti "naik followers ribuan" atau "penjualan langsung melejit". Ini bikin UMKM kecewa. Agensi perlu lebih jujur soal proses, risiko, dan waktu yang dibutuhkan supaya kepercayaan terjaga

Menjelaskan sistem revisi sejak awal agar tidak terjadi miskomunikasi

Saya akan lebih percaya jika agensi mampu menjelaskan alasan di balik setiap strategi yang diusulkan, dengan bahasa sederhana dan contoh nyata. Dengan begitu, saya merasa dilibatkan dalam proses, bukan hanya menerima keputusan sepihak.

Kontrak dan kesepakatan yang jelas sejak awal
Ruang lingkup kerja, hak cipta, revisi, dan timeline harus tertulis jelas supaya tidak ada salah paham di tengah jalan.

Pendampingan setelah proyek selesai
UMKM sering bingung setelah konten, logo, atau website selesai dibuat. Agensi perlu



© 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

menyediakan sesi handover, panduan penggunaan, atau support ringan agar UMKM benar-benar bisa memanfaatkan hasil kerja, bukan hanya menerima file.

Memberikan ruang diskusi sebelum menentukan strategi UMKM sering punya pengetahuan mendalam tentang produknya sendiri. Agensi perlu mendengarkan dulu, berdiskusi, dan co-create strategi, bukan langsung menentukan konsep sepihak

Jangan ribet komunikasi, balas chat jangan lama-lama.

Bikin alur kerja yang jelas, dari awal sampai akhir, jadi klien tau step-nya ngapain aja.

Timeline realistis, jangan asal janji cepat tapi akhirnya molor.

Evaluasi hasil kerja bareng klien, bukan lepas tangan setelah project selesai.

Lebih terbuka soal proses kerja di balik layar, biar klien ngerti effort-nya.

Lebih jujur dari awal soal kemampuan timnya, jangan overclaim seolah bisa semua hal tapi pas jalan hasilnya biasa aja.

Lebih peka sama realita lapangan UMKM, bukan cuma mikir konsep dari sudut pandang agensi.

Agensi kreatif perlu lebih terbuka soal alur kerja, timeline, dan rincian biaya agar UMKM merasa aman dan tidak takut ada "biaya tersembunyi"

Banyak UMKM punya keterbatasan budget dan SDM, jadi agensi perlu menawarkan solusi yang realistis dan relevan, bukan sekadar konsep ideal ala brand besar

Lebih fokus bantu pertumbuhan bisnis klien, bukan cuma kelihatan "keren" di feed agensi.

Ngasih rekomendasi yang sesuai skala bisnis klien, bukan template agensi gede.

Sikap profesional dan etika kerja yang konsisten sangat penting agar UMKM merasa dihormati sebagai klien

Agensi kreatif perlu lebih transparan soal harga, proses kerja, dan hasil yang bisa diharapkan agar UMKM tidak merasa dirugikan

Konsistensi hasil kerja, karena sangat penting sehingga UMKM tidak merasa kualitasnya berubah-ubah

Bukti nyata lewat portofolio dan testimoni

Agensi kreatif sebaiknya menyediakan laporan perkembangan yang mudah dipahami oleh pelaku UMKM

Testimoni klien ditampilkan yang real, bukan settingan.

Komunikasi yang konsisten dan mudah dipahami

Fleksibilitas dalam paket layanan akan membantu UMKM merasa lebih dihargai dan tidak dipaksakan

Tunjukkan contoh kerja yang benar-benar sesuai dengan skala dan kebutuhan UMKM, bukan hanya brand besar

Jangan overpromise. Lebih baik target sederhana tapi tercapai, misalnya peningkatan engagement atau penjualan

Agensi sebaiknya mau ngajarin dasar dasar bukan sekadar jual jasa

Hasil dan pelayanan harus stabil dari awal sampai akhir kerja sama

Setiap UMKM punya karakter dan kebutuhan berbeda, jadi pasti ada plus minusnya

Portofolio yang relevan dan realistis yang menampilkan hasil kerja nyata agar klien merasa lebih yakin

Testimoni asli dari klien lain sangat membantu membangun rasa percaya

Tepat waktu, responsif, dan konsisten dalam kualitas layanan membangun kepercayaan jangka panjang



© 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

Transparansi harga dan layanan sejak awal, jadi saat proyek berjalan tidak ada biaya tambahan apapun

Pelaporan kinerja yang jelas dan rutin. Pihak UMKM juga perlu laporan perkembangan yang mudah dipahami agar tahu efektivitas kerja agensi

Lebih jujur dalam menyampaikan kemampuan dan batas layanan

Menyederhanakan paket layanan agar mudah dipahami UMKM

Memberikan edukasi dasar, bukan hanya menjual jasa

Menyesuaikan strategi dengan skala bisnis UMKM

Menghindari janji berlebihan yang sulit direalisasikan

Membangun hubungan jangka panjang, bukan proyek sesaat

membantu UMKM memahami strategi kreatif yang dijalankan

Komitmen pada timeline dan konsistensi kualitas kerja

Portofolio yang relevan dan konsisten

Komunikasi yang lebih aktif dan mudah dipahami, tidak terlalu teknis atau ribet

Transparansi harga dan hasil kerja, supaya UMKM tahu jelas apa yang mereka bayar dan dapatkan

Agensi bakal lebih dipercaya kalau dari awal ngobrolnya jujur. Nggak perlu janji terlalu tinggi, yang penting jelas dan masuk akal buat kondisi UMKM

Transparansi harga itu penting. UMKM lebih nyaman kalau tahu detail apa aja yang didapat, jadi nggak ada ekspektasi yang melenceng.

Komunikasi bisa lebih konsisten. Update kecil tapi rutin bikin UMKM ngerasa ditemenin, bukan cuma ditagih pas awal doing

Akan lebih oke kalau strategi disesuaikan sama skala UMKM. Nggak semua pendekatan brand besar cocok diterapin di bisnis kecil

Portofolio yang dijelasin konteks dan hasilnya bikin lebih yakin. Bukan cuma tampilan, tapi juga ceritanya

Timeline yang rapi dan jelas bantu UMKM ngatur planning. Kalau ada perubahan, dikomunikasikan dari awal

Diskusi dua arah bikin kerja sama lebih enak. UMKM pengen didengerin, bukan cuma nerima konsep jadi

Brief yang jelas dari agensi bikin kerja lebih lancar, dan hasil ke klien juga jadi lebih maksimal

Manajemen internal yang rapi biasanya kerasa sampai ke klien. Prosesnya lebih tenang, komunikasinya juga enak

Agensi yang mau sharing insight dan edukasi klien biasanya lebih dipercaya dalam jangka panjang

Transparansi harga dan layanan, agar UMKM tahu dengan jelas apa yang mereka bayar dan apa hasil yang akan didapatkan.

Komunikasi yang jujur dan konsisten, termasuk menyampaikan kemampuan dan keterbatasan agensi sejak awal.

Portofolio yang relevan dengan UMKM, bukan hanya brand besar, supaya UMKM merasa kebutuhannya dipahami.

Kontrak dan kesepakatan kerja yang jelas, termasuk timeline, revisi, dan indikator keberhasilan.

Pendekatan yang lebih edukatif, dengan membantu UMKM memahami strategi, bukan hanya menjual jasa.



© 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

Fleksibilitas paket layanan, agar bisa disesuaikan dengan budget dan skala usaha UMKM.

Komitmen terhadap hasil, misalnya melalui laporan performa dan evaluasi berkala. Responsivitas dan layanan purna jual yang baik, sehingga UMKM merasa didampingi, bukan ditinggalkan.

Reputasi dan testimoni yang mudah diverifikasi, seperti ulasan klien nyata atau studi kasus terbuka.

Pemahaman yang lebih mendalam tentang kondisi UMKM lokal, termasuk tantangan operasional dan keterbatasan sumber daya





© 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. Dokumentasi Riset

Lampiran 3 dokumentasi riset

Dokumentasi sesi wawancara dengan owner Azheli Creativo



Dokumentasi pelaksanaan testing kepada 10 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. Logbook Bimbingan TA

Lampiran 4 logbook

Nama Agenda	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-Do-Next
Bimbingan 1	September 23, 2025	Revisi judul proposal karena tidak sesuai dengan klien	Melakukan revisi judul proposal
Bimbingan 2	Oktober 1, 2025	Saat melakukan wawancara, sebaiknya hindari sikap yang terlalu kaku atau terlalu formal. Usahakan menciptakan suasana yang santai agar informan merasa nyaman, sehingga wawancara terasa seperti diskusi atau obrolan ringan.	Melakukan wawancara dengan founder dan partner Azheli Creativo
Bimbingan 3	Desember 4, 2025	Data kurang lengkap	Melengkapi data dengan cara membaca ulang transkrip wawancara
Bimbingan 4	Desember 9, 2025	Masih ada data yang kurang lengkap, typo pada judul subbab, mengurangi poin yang tidak diperlukan/ menambahkan poin yang kurang dan secara pengetikan masih kurang rapih	Melengkapi data yang kurang dengan cara membaca ulang transkrip dan mencari jurnal/ buku yang relate dengan tugas akhir saya, memperbaiki typo pada beberapa judul subbab dan sisa nya revisi pengetikan
Bimbingan 5	Desember 13, 2025	referensi logo kurang, jarak	Mencari referensi logo dari agensi



© 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

		antar spasi terlalu jauh, data empathize kurang lengkap, pengetikan, consumer insight terlalu panjang (opsional), analisis swot masih ada yang tertukar posisi nya, arahan kreatif hanya revisi minor soal pengetikan	kreatif sejenis, memperbaiki pengetikan jarak antar spasi dan typo, membaca ulang SWOT untuk menempatkan posisi yang sesuai
Bimbingan 6	Desember 17, 2025	masih ada beberapa pengetikan yang kurang rapih seperti jarak antar spasi dan belum rata tengah, bagian lampiran belum lengkap, revisi sedikit pada bagaiman hasil kuesioner terutama pada jawaban terbuka	Memperbaiki pengetikan secara keseluruhan mulai dari Prakata hingga BAB III, melengkapi informasi pada lampiran seperti lembar bimbingan TA - transkrip wawancara - hasil kuesioner - logbook, melengkapi hasil kuesioner
Bimbingan 7	Februari 2, 2026	Perbaiki kembali latar belakang dengan menggunakan struktur yang sudah diberikan	Lengkapi data-data yang masih kurang
Bimbingan 8	Mei 9, 2026	Ekplorasi mindmap & moodboard	Membuat mindmap, moodboard dan lanjut ke tahap sketsa alternatif
Bimbingan 9	Juni 2, 2026	Asistensi & revisi abstrak untuk semnas	Setelah abstrak acc lanjut membuat full paper hingga



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

			desain terpilih untuk semnas
Bimbingan 10	Juni 30, 2026	Revisi penulisan BAB IV	Lengkapi semua subbab dan data pada BAB IV





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5. Hasil Cek Turnitin

Lampiran 5 hasil cek turnitin

✓ iThenticate Page 1 of 166 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:145103075

LAPORAN TUGAS AKHIR bima.pdf

Politeknik Negeri Jakarta

Document Details

Submission ID
trn:oid::3618:145103075

Submission Date
Jul 7, 2026, 9:15 PM GMT+7

Download Date
Jul 7, 2026, 9:20 PM GMT+7

File Name
LAPORAN TUGAS AKHIR bima.pdf

File Size
6.8 MB

156 Pages

27,273 Words

173,628 Characters

✓ iThenticate Page 1 of 166 - Cover Page

Submission ID trn:oid::3618:145103075



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



Page 2 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075

6% Overall Similarity

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

Filtered from the Report

- Bibliography
- Quoted Text

Top Sources

6%	🌐 Internet sources
3%	📖 Publications
0%	👤 Submitted works (Student Papers)

Integrity Flags

0 Integrity Flags for Review

No suspicious text manipulations found.

Our system's algorithms look deeply at a document for any inconsistencies that would set it apart from a normal submission. If we notice something strange, we flag it for you to review.

A Flag is not necessarily an indicator of a problem. However, we'd recommend you focus your attention there for further review.



Page 2 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075



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

Top Sources

6% Internet sources
3% Publications
0% Submitted works (Student Papers)

Top Sources

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

1	Internet	repository.pnj.ac.id	1%
2	Internet	dspace.uui.ac.id	<1%
3	Publication	Andri Apriyana, Arifah Rosmajudi, Ivan Dicksan Hasanudin, "Pengaruh Promosi ...	<1%
4	Internet	jurnal.bsi.ac.id	<1%
5	Internet	123dok.com	<1%
6	Internet	www.scribd.com	<1%
7	Internet	www.coursehero.com	<1%
8	Internet	id.123dok.com	<1%
9	Internet	hostjournals.com	<1%
10	Internet	repository.uindatokarama.ac.id	<1%
11	Publication	Andi Ardiansyah. "Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pe...	<1%



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



Page 4 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075

12	Publication	Fathul Jannah Harahap, Mulyadi, Tasnim Lubis. "Lanskap Linguistik di Kawasan ...	<1%
13	Internet	academicjournal.yarsi.ac.id	<1%
14	Internet	feriansyah94.blogspot.com	<1%
15	Internet	penerbitadm.pubmedia.id	<1%
16	Internet	repository.uinpalopo.ac.id	<1%
17	Internet	digilib.uin-suka.ac.id	<1%
18	Internet	publikasi.dinus.ac.id	<1%
19	Internet	repository.uksw.edu	<1%
20	Internet	www.researchgate.net	<1%
21	Internet	core.ac.uk	<1%
22	Internet	eprints.upnyk.ac.id	<1%
23	Publication	Ika Safitri, Nursapia Harahap. "Analisis Branding Media Sosial dalam Meningkatkan...	<1%
24	Internet	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%
25	Internet	eprints.uny.ac.id	<1%



Page 4 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075



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

iThenticate Page 5 of 166 - Integrity Overview		
26	Internet	
ikatandinas.com		<1%
27	Internet	
repository.ipb.ac.id		<1%
28	Internet	
cmmedspa.com		<1%
29	Internet	
garuda.kemdikbud.go.id		<1%
30	Internet	
himatro.ee.unila.ac.id		<1%
31	Internet	
jurnal-id.com		<1%
32	Internet	
repositori.unsil.ac.id		<1%
33	Publication	
Videraissy Putri, Rika Widianita. "Analisis Strategi Pemasaran Digital Dalam Men..."		<1%
34	Publication	
Welmi Simanjuntak, Sri Andayani, Nova Magdalena Br Hombing. "Sistem Informa..."		<1%
35	Internet	
ejurnal.ubharajaya.ac.id		<1%
36	Internet	
repository.ub.ac.id		<1%
37	Internet	
repository.universitasbumigora.ac.id		<1%
38	Internet	
toffeedev.com		<1%
39	Publication	
Muhammad Syahrullah. "STRATEGI BRANDING SEBAGAI UPAYA OPTIMALISASI PE..."		<1%



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

iThenticate Page 6 of 166 - Integrity Overview		
40	Internet	bengawan.poltekindonusa.ac.id <1%
41	Internet	hotel-management.binus.ac.id <1%
42	Internet	johannessimatupang.wordpress.com <1%
43	Internet	jurnal.isei.or.id <1%
44	Internet	jurnal.politeknik-kebumen.ac.id <1%
45	Internet	media.neliti.com <1%
46	Internet	penginapan.net <1%
47	Internet	repository.phb.ac.id <1%
48	Internet	repository.unwim.ac.id <1%
49	Publication	Mona Bonita, Anjar Mukti Wibowo. "Pola Kepemimpinan Di Pondok Modern Babu... <1%
50	Internet	archive.org <1%
51	Internet	data.sukoharjokab.go.id <1%
52	Internet	digilib.isi.ac.id <1%
53	Internet	digilibadmin.unismuh.ac.id <1%



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

iThenticate Page 7 of 166 - Integrity Overview		
54	Internet	
ejournal.unp.ac.id		<1%
55	Internet	
imune.id		<1%
56	Internet	
journal.stieamkop.ac.id		<1%
57	Internet	
journal.uinsi.ac.id		<1%
58	Internet	
jurnal.stain-madina.ac.id		<1%
59	Internet	
jurnal.stkipgiritulungagung.ac.id		<1%
60	Internet	
nanangfirmansyahblog.wordpress.com		<1%
61	Internet	
ojs.poltesa.ac.id		<1%
62	Internet	
repository.nusamandiri.ac.id		<1%
63	Internet	
repository.stiki.ac.id		<1%
64	Internet	
repository.uin-suska.ac.id		<1%
65	Internet	
repository.unpar.ac.id		<1%
66	Internet	
scholar.archive.org		<1%
67	Internet	
www.diva-portal.org		<1%



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

iThenticate Page 8 of 166 - Integrity Overview			Submission ID trn:oid::3618:145103075		
68	Internet	www.pixelbuck.com	<1%		
69	Publication	Mussyarifatul Aziizah Ode, Syamsuddin Aziz, Muh. Akba. "Konstruksi Identitas Bu...	<1%		
70	Internet	brossnova.blogspot.com	<1%		
71	Internet	cddb.us	<1%		
72	Internet	desainruangrumahku.blogspot.com	<1%		
73	Internet	digilib.uinsby.ac.id	<1%		
74	Internet	e-journal.stkipsiliwangi.ac.id	<1%		
75	Internet	ejournal.uigm.ac.id	<1%		
76	Internet	es.scribd.com	<1%		
77	Internet	id.scribd.com	<1%		
78	Internet	journal.institutpendidikan.ac.id	<1%		
79	Internet	journal.lspr.edu	<1%		
80	Internet	jurnal.polibatam.ac.id	<1%		
81	Internet	jurnal.univpgri-palembang.ac.id	<1%		



© 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

iThenticate Page 9 of 166 - Integrity Overview			Submission ID trn:oid::3618:145103075			
82	Internet	kc.umh.ac.id	<1%			
83	Internet	lp2m.uma.ac.id	<1%			
84	Internet	publikasi.unitri.ac.id	<1%			
85	Internet	repository.radenintan.ac.id	<1%			
86	Internet	repository.uinjkt.ac.id	<1%			
87	Internet	repository.umj.ac.id	<1%			
88	Internet	sihaticantikmewangi.blogspot.com	<1%			
89	Internet	www.apakabarsidimpuan.com	<1%			
90	Publication	Adetia Novita Sari, Jawoto Nusantara, Elmira Febri Darmayanti. "Analisis Faktor-F...	<1%			
91	Publication	Arum Andary Ratri, Inno Cahyaning Tyas, Muhammad Hilmy. "Program Optimalis...	<1%			
92	Publication	Mohamad Sudi, Zulham, Serepina Tiur Maida, Titiek Surya Ningsih, Yanti Setianti....	<1%			
93	Publication	Ayu Sulistyorini .. "PENGARUH BIAYA PROMOSI TERHADAP PENINGKATAN JUMLA...	<1%			
94	Publication	MA Algifari Edward. "IMPLEMENTATION OF UI UX ON THE TOKO KUE BUNDA AL S...	<1%			
95	Publication	Rulandus Michael Agoha, William George M Louhenapessy, Francisca Riconita Sin...	<1%			



© 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



Page 10 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075

96

Publication

Usman Kamil, Burhanuddin Burhanuddin, Muhammad Ilham Wardhana Haerudd...

<1%

97

Internet

openjournal.unpam.ac.id

<1%



Page 10 of 166 - Integrity Overview

Submission ID trn:oid::3618:145103075



Hak Cipta :

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

6. Daftar Riwayat Hidup

Lampiran 6 daftar riwayat hidup



Bima Dwi Nugroho

bimadn11@gmail.com | +62 859 2602 2579

PROFILE

Mahasiswa semester akhir yang memiliki minat dan pengalaman di bidang desain grafis melalui kegiatan magang, freelance, dan berbagai proyek akademik. Terampil dalam mengembangkan desain media sosial, materi promosi, branding, dan konten visual menggunakan Adobe Photoshop dan Adobe Illustrator. Memiliki kemampuan berpikir kreatif, perhatian terhadap detail, serta mampu bekerja secara mandiri maupun dalam tim.

EDUCATION

SMK MEDIA INFORMATIKA

MultiMedia

Politeknik Negeri Jakarta

Teknik Grafika & Penerbitan - Desain Grafis

WORK EXPERIENCE

Praktik Kerja Lapangan (PKL) - PT Jaya Konsultan Indonesia

Divisi Konten Media Sosial - Tim

- Mendesain konten media sosial
- Membuat video promosi untuk kegiatan seminar
- Membuat motion graphic

Praktik Kerja Lapangan (PKL) - Japos Digital

Divisi Konten Media Sosial - Tim

- Mendesain konten media sosial
- Foto Produk
- Editing video untuk promosi produk

Freelance Desain Grafis

Divisi Konten Media Sosial - Tim (Event Fashion Muslim - Glamlocal)

- Membuat aset desain dan mengembangkan konten visual untuk media sosial

Jasa Desain Grafis

- Ilustrasi vector art
- Konten promosi produk

Contributor Mikrostock

- Vectezyy.com
- Freepik.com



© 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

WORK EXPERIENCE

Project Based Learning (UAS)

Proyek Akhir Semester - Tim

- Mengerjakan proyek desain untuk klien dengan permasalahan nyata, beberapa proyek desain yang sudah dikerjakan yaitu desain label kemasan, desain kemasan produk, desain cover & isi buku dan desain merchandise.

SKILL

- Technical skill : Graphic Design, Junior Video Editor
- Soft skill : Collaboration, Creative, Communication

