



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT FUN RUN* SEBAGAI *BRAND ACTIVATION* UNTUK GIRLI COFFEE



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

Oleh:
ARINA NUR HIDAYAH
2206421007

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Media Promosi *Event fun run* Sebagai
Brand Activation Untuk Girli Coffee

Penulis : Arina Nur Hidayah

Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan

Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 07 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

Ardyta Praviasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT FUN RUN* SEBAGAI
BRAND ACTIVATION UNTUK GIRLI COFFEE**

Oleh:
Arina Nur Hidayah
2206421007

Disahkan:
Depok, 14 Juli 2025

Penguji I


Anggi Anggraini, M.Ds
NIP 198503162010122002

Penguji II


Annisaa Syifa Aqlina, M.Ds
NIP 199805142025062012

Kepala Program Studi


Dwi Agnes Natalia Bangun, M.DS
NIP 198812152018032001

**Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan**


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



© 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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN MEDIA PROMOSI *EVENT FUN RUN* SEBAGAI *BRAND ACTIVATION* UNTUK GIRLI COFFEE

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, 07 Juli 2026
Yang menyatakan,



Arina Nur Hidayah
2206421007



Hak Cipta :

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

Persaingan bisnis *coffee shop* yang semakin kompetitif menuntut pelaku usaha untuk memiliki strategi promosi yang efektif dalam meningkatkan *brand awareness* dan menarik minat konsumen. Girli Coffee sebagai *coffee shop* yang mengusung konsep “ngopi di alam” berencana menyelenggarakan *Event fun run* sebagai media promosi, namun belum memiliki media promosi yang terintegrasi dan mampu menyampaikan informasi acara secara optimal kepada target audiens. Perancangan ini bertujuan menghasilkan media promosi *Event fun run* Girli Coffee yang menarik, informatif, dan sesuai dengan karakteristik target audiens serta identitas visual brand. Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah mixed method dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, kuesioner, dan studi literatur. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan pendekatan *Design Thinking* yang terdiri dari tahap *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype* dan test untuk menghasilkan solusi desain yang sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil perancangan menunjukkan bahwa media promosi yang dirancang mampu merepresentasikan konsep “ngopi di alam” dan aktivitas *fun run* melalui penggunaan elemen visual, tipografi, warna, serta *layout* yang sesuai dengan karakter target audiens. Media promosi yang dihasilkan meliputi poster, media sosial, *banner*, *backdrop*, *merchandise*, dan berbagai *event collateral* pendukung lainnya. Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, media promosi *Event fun run* Girli Coffee dapat mendukung penyebaran informasi acara secara efektif berdasarkan hasil testing yang menunjukkan bahwa media promosi yang dirancang memiliki tingkat keterbacaan dan kejelasan informasi yang baik, sehingga mampu mendukung penyebaran informasi acara secara efektif serta meningkatkan *brand awareness* Girli Coffee di kalangan target audiens.

Kata kunci: *media promosi, Fun run, Design Thinking, event collateral.*



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

The increasingly competitive coffee shop industry requires business owners to implement effective promotional strategies to enhance brand awareness and attract potential customers. Girli Coffee, a coffee shop that embraces the concept of “coffee in nature,” plans to organize a Fun Run event as a promotional medium. However, it currently lacks integrated promotional media capable of effectively delivering event information to its target audience. This project aims to design promotional media for the Girli Coffee Fun Run event that is visually appealing, informative, and aligned with the characteristics of the target audience as well as the brand’s visual identity. This study employed a mixed-method approach, with data collected through interviews, observations, questionnaires, and literature reviews. The collected data were analyzed using the Design Thinking approach, which consists of the Empathize, Define, Ideate, Prototype, and Test stages, to develop design solutions that meet user needs. The results indicate that the designed promotional media successfully represent the concept of “coffee in nature” and the spirit of a fun run through the application of appropriate visual elements, typography, color schemes, and layout tailored to the target audience. The promotional media produced include posters, social media content, banners, backdrops, merchandise, and various supporting event collateral. Based on the testing results, the promotional media demonstrated good readability and information clarity, enabling effective communication of event information while enhancing Girli Coffee’s brand awareness among its target audience.

Keywords: *promotional media, Fun run, Design Thinking, event collateral.*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan Media Promosi *Event fun run* untuk Girli Coffee” dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa, penulis mengucapkan terima kasih kepada kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan baik secara moral maupun material sehingga Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, serta bimbingan, sehingga pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ardyta Praviyasari, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan arahan dan bimbingan selama proses penyusunan Tugas Akhir.
5. Adito Wibisono selaku *Owner* Girli Coffee yang telah bersedia menjadi klien dan memberikan informasi serta dalam proses perancangan media promosi.
6. Teruntuk kedua orang tua penulis, ayah dan mamah walaupun terimakasih pun tidak cukup atas segala upaya dan jerih payah kalian untuk menghidupi penulis selama 22 tahun, memberikan kehidupan dan pendidikan yang layak



Hak Cipta :

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

untuk penulis, kuucapkan terima kasih atas segala kasih sayang doa-doa dan pengorbanan yang tiada pernah henti. Terima kasih telah menjadi sumber semangat dan alasan bagi penulis untuk terus berjuang hingga mampu menyelesaikan tugas akhir ini.

7. Teruntuk saudara kandung penulis yaitu Kak Nisa, Aa Reza, Adik Haliza, dan suami dari kakak penulis Mas Eko, terima kasih banyak karena tidak lelah mendengar keluh kesah penulis, terima kasih karena telah memberikan doa-doa, semangat serta dukungan kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teruntuk sahabat seperjuangan penulis, Aryani, Hapsari, Haura, Nicholas, Faishal, dan Ziddan, penulis ucapkan terima kasih karena mendengar keluh kesah penulis selama mengerjakan tugas akhir ini dan selalu memberikan dukungan kepada penulis, bertemu dan menjadi sahabat kalian adalah hal yang tidak pernah penulis sangka dan sangat bersyukur karena memiliki kalian. Berharap kalian sukses dan tetap menjadi sahabat penulis sampai sukses nanti.
9. Teruntuk teman SMK Nafilati yang selalu memberikan semangat serta motivasi kepada penulis dan selalu berjanji untuk bisa berjuang dan lulus bareng. Penulis ucapkan terima kasih banyak dan satu kalimat yang bisa penulis ucapkan "*We did it, naf!*"
10. Terakhir, kepada diri penulis sendiri, Arina Nur Hidayah. Terima kasih karena telah bertahan, berjuang, dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih telah melalui segala rasa lelah, ragu, takut, dan air mata yang mungkin tidak pernah diketahui oleh siapa pun, tetapi tetap memilih untuk bangkit dan melanjutkan langkah. Terima kasih karena tidak pernah menyerah. *You made it, Na!*

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan dan belum sepenuhnya sempurna, baik dari segi isi, sistematika penulisan, maupun



© 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

kedalaman pembahasan. Hal tersebut tidak terlepas dari keterbatasan waktu, data, serta kemampuan penulis dalam mengolah dan menganalisis permasalahan yang diangkat. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan karya ini di masa yang akan datang.

Akhir kata, penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis dalam pengembangan ilmu desain komunikasi visual, maupun secara praktis bagi Girli Coffee dalam meningkatkan efektivitas media promosi melalui *event fun run* yang diselenggarakan.

Depok, 14 April 2026

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Arina Nur Hidayah
2206421007



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.4.1 Tujuan	4
1.4.2 Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Promosi	6
2.2 Media Promosi	7



© 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

2.2.1 Jenis Media Promosi	7
2.3 <i>Event</i>	12
2.3.1 <i>Event collateral</i>	13
2.4 Desain Grafis.....	14
2.5 Prinsip Desain Grafis	14
2.6 <i>Layout</i>	16
2.6.1 Jenis <i>Layout</i>	17
2.7 Tipografi.....	19
2.8 Warna	21
2.8.1 Kombinasi Warna.....	22
2.9 Fotografi.....	25
2.10 Teori <i>Design Thinking</i>	26
BAB III METODE PERANCANGAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Data dan analisis	32
3.2.1 Profil Klien.....	33
3.2.2 <i>Product knowledge</i>	35
3.2.3 <i>Target Audience</i>	36
3.2.4 Kompetitor	37
3.2.5 <i>Consumer insight</i>	41
3.2.6 <i>Positioning</i>	43
3.2.7 Analisis SWOT	45
3.3 Arah Kreatif.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	51
4.1 Konsep Visual	51
4.1.1 Mindmap	51
4.1.2 <i>Moodboard</i>	53



© 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

4.2 Proses Desain	53
4.2.1 Sketsa Manual	54
4.2.2 Desain Komprehensif.....	58
4.2.3 Desain Terpilih.....	62
4.2.4 <i>Testing</i>	72
4.2.5 <i>Final Art Work</i>	73
4.2.6 Penjelasan Media	74
4.3 Pertimbangan Produksi	77
BAB V KESIMPULAN	82
5.1 Simpulan	82
5.2 Saran.....	83
DAFTAR REFERENSI	85
LAMPIRAN	89

**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 Poster.....	8
Gambar 2. 2 <i>Banner</i>	9
Gambar 2. 3 <i>Flyer</i>	9
Gambar 2. 4 <i>Merchandise</i>	10
Gambar 2. 5 Media Sosial.....	11
Gambar 2. 6 Website.....	12
Gambar 2. 7 Picture Window <i>Layout</i>	17
Gambar 2. 8 Silhoutte <i>Layout</i>	18
Gambar 2. 9 <i>Type Specimen Layout</i>	19
Gambar 2. 10 <i>Font Serif</i>	20
Gambar 2. 11 <i>Font sans serif</i>	20
Gambar 2. 12 <i>Font Dekoratif</i>	21
Gambar 2. 13 Roda Warna.....	21
Gambar 2. 14 Warna Komplementer	22
Gambar 2. 15 Warna Triadic.....	23
Gambar 2. 16 Warna Split Complementary	23
Gambar 2. 17 Warna <i>Tetradic</i>	24
Gambar 2. 18 Warna <i>Analog</i>	24
Gambar 2. 19 Warna Analog	25
Gambar 2. 20 fotografi dan illutrasi dalam desain	26
Gambar 2. 21 <i>Design Thinking</i>	27
Gambar 3. 1 Logo Girli Coffee	33
Gambar 3. 2 Suasana Girli Coffee	34
Gambar 3. 3 Produk Girli Coffee	35
Gambar 3. 4 Logo Humairan Coffee	38
Gambar 3. 5 Logo Tsuin	39



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 3. 6 Logo Lorong Temu	40
Gambar 3. 7 Matrix <i>Positioning</i>	44
Gambar 4. 1 <i>Mindmap</i>	52
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i>	53
Gambar 4. 3 Sketsa 1	54
Gambar 4. 4 Sketsa 2	55
Gambar 4. 5 Sketsa 3	56
Gambar 4. 6 Sketsa 4	57
Gambar 4. 7 Sketsa 5	58
Gambar 4. 8 Desain Komprehensif 1	59
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 2	60
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif 3	61
Gambar 4. 11 Desain Terpilih.....	62
Gambar 4. 12 Warna Desain Poster	63
Gambar 4. 13 <i>Font</i> Desain Poster	64
Gambar 4. 14 Fotografi Desain Poster.....	65
Gambar 4. 15 <i>Mockup</i> Poster.....	67
Gambar 4. 16 <i>Hierarki Visual</i>	68
Gambar 4. 17 Penekanan.....	68
Gambar 4. 18 Keseimbangan	69
Gambar 4. 19 Kontras	70
Gambar 4. 20 Kesatuan.....	70
Gambar 4. 21 <i>Repetisi</i>	71
Gambar 4. 22 <i>Testing</i>	72
Gambar 4. 23 <i>Mockup Banner</i>	75
Gambar 4. 24 <i>Mockup Totebag</i>	75
Gambar 4. 25 <i>Mockup Baju</i>	76
Gambar 4. 26 <i>Mockup Sticker</i>	76



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 27 *Mockup* Feeds dan Story Instagram 77





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 <i>Target Audience</i>	37
Tabel 3. 2 <i>Consumer Insight</i>	41
Tabel 3. 3 Matrix SWOT	45
Tabel 3. 4 Arahan Creatif.....	47
Table 4. 1 <i>Key Visual</i>	52
Table 4. 2 Estimasi Biaya Produksi	81





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Owner
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara *Event Organizer*
- Lampiran 3 Dokumentasi wawancara Owner dan *Event Organizer*
- Lampiran 4 Survei Kuesioner *Consumer Insight*
- Lampiran 5 Transkrip Wawancara
- Lampiran 6 Dokumentasi Testing
- Lampiran 7 Logbook Bimbingan
- Lampiran 8 Hasil Turnitin
- Lampiran 9 *Curriculum Vitae* (CV)

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Konsumsi kopi di Indonesia menunjukkan tren peningkatan yang signifikan setiap tahunnya, dengan rata-rata pertumbuhan sebesar 8,22%. Peningkatan tersebut berbanding lurus dengan pertumbuhan jumlah kedai kopi di Indonesia yang juga terus mengalami perkembangan, sehingga mencerminkan tingginya minat masyarakat terhadap konsumsi kopi serta berkembangnya industri *food and beverage*, khususnya sektor *coffee shop* (Judawinata, 2022). Salah satu strategi dalam memperkuat citra merek adalah melalui *food and beverage* berbasis *event*. (Magenda *et al.*, 2023) menyatakan bahwa strategi ini mampu meningkatkan *brand awareness* melalui pengalaman langsung dan keterlibatan emosional konsumen. Hal ini juga didukung oleh penelitian Suryana (2022) dalam *Event marketing Strategy in Increasing brand awareness* yang menyebutkan bahwa *event marketing* merupakan sarana komunikasi pemasaran yang efektif dalam memperkenalkan serta memperkuat posisi *brand* di benak konsumen.

Seiring dengan meningkatnya tren gaya hidup sehat di kalangan generasi muda, aktivitas olahraga rekreasi seperti *fun run* menjadi semakin populer. Penelitian Agus Pujiyanto *et al* (2024) dalam *The Influence of Sponsorship on Marketing Development Fun run in Central Java* menunjukkan bahwa *event fun run* berpengaruh positif terhadap pengembangan pemasaran serta peningkatan partisipasi masyarakat, dan dapat menjadi media efektif dalam meningkatkan visibilitas *brand* melalui dukungan komunitas dan sponsorship.

Girli Coffee sebagai *coffee shop* dengan konsep “ngopi di alam” memiliki potensi menggabungkan tren *lifestyle coffee* dan gaya hidup sehat melalui *event fun run*. Konsep ini sejalan dengan strategi *food and beverage* dalam menciptakan pengalaman bagi konsumen. Melalui *event* tersebut, Girli Coffee dapat meningkatkan *brand awareness*, memperkuat *brand identity*, serta membangun



© 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

loyalitas pelanggan. Namun, meskipun *event fun run* pernah diselenggarakan, kegiatan tersebut belum didukung oleh perancangan media promosi yang optimal. Hal ini berdampak pada kurang maksimalnya penyampaian informasi kepada target audiens, terbatasnya jangkauan promosi, serta rendahnya potensi partisipasi peserta dan *exposure brand* secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan perancangan media promosi yang efektif dan terarah untuk mendukung penyelenggaraan *event* serta meningkatkan daya tarik dan keterlibatan audiens terhadap Girli Coffee. Kebutuhan desain visual juga menjadi salah satu aspek penting dalam mendukung kegiatan promosi yang digunakan sebagai sarana menarik perhatian dan penyampaian informasi kepada audiens (Lestari *et al.*, 2024).

Berdasarkan penelitian terdahulu dengan judul “*Perancangan Media Promosi Secangkir Rindu Café Melalui Instagram*” (Firmansyah *et al.*, 2025), media promosi berperan penting dalam meningkatkan daya saing *coffee shop* di tengah persaingan yang tinggi. Selain itu, penelitian “*Perancangan Media Promosi Freehand Coffee*” (Roghibah & Ro’is Abidin, 2023) menunjukkan bahwa penggunaan media promosi visual seperti poster dan media sosial mampu meningkatkan daya tarik serta jangkauan promosi, khususnya pada kalangan generasi muda. Oleh karena itu, kebaruan pada perancangan ini terletak pada pengembangan media promosi yang mendukung sebuah *event* gaya hidup sehat dengan memanfaatkan keunggulan lokasi alam di kaki Gunung Salak. Selain itu, media promosi yang dirancang tidak hanya bertujuan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun pengalaman, memperkuat identitas *brand* “ngopi di alam”, serta menciptakan keterlibatan audiens melalui konsep *free event*. Dengan demikian, perancangan ini menyempurnakan penelitian sebelumnya yang masih berfokus pada promosi produk atau *coffee shop* secara umum, menjadi media promosi yang lebih terintegrasi dengan aktivitas *event*, pengalaman konsumen, dan meningkatkan *brand awareness*.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan desain media promosi *Event Fun run* untuk Girli Coffee?
2. Bagaimana penerapan prinsip dan elemen desain komunikasi visual dalam perancangan media promosi *Event Fun run* untuk Girli Coffee?
3. Bagaimana perancangan dan pengaplikasian media turunan (*event collateral*) yang relevan dan terintegrasi guna mendukung efektivitas promosi *Event Fun run* Girli Coffee?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah dijabarkan, ditentukan ruang lingkup pembahasan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir sebagai berikut:

1. Proses perancangan media promosi untuk Girli Coffee.
2. Implementasi prinsip dan elemen desain grafis dalam perancangan media promosi untuk Girli Coffee.
3. Implementasi media turunan seperti *flyer*, *banner*, desain feeds Instagram, dan *package merchandise (event collateral)* sebagai pendukung strategi promosi Girli Coffee.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini terdapat tujuan dan manfaat sebagai berikut:



Hak Cipta :

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

1.4.1 Tujuan

1. Menjelaskan proses perancangan desain media promosi *Event Fun run* untuk Girli Coffee.
2. Menjelaskan penerapan prinsip dan elemen desain komunikasi visual dalam perancangan media promosi *Event Fun run* untuk Girli Coffee.
3. Menghasilkan dan mengaplikasikan media turunan (*event collateral*) yang relevan dan terintegrasi untuk mendukung efektivitas promosi *Event Fun run* Girli Coffee.

1.4.2 Manfaat

1. Manfaat Teoritis

Perancangan ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai proses perancangan media promosi berbasis *event* dalam industri *food and beverage*. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa desain grafis dalam merancang media promosi *event* yang efektif, terintegrasi, dan sesuai dengan identitas merek.

2. Manfaat Praktis

Perancangan ini diharapkan dapat membantu Girli Coffee dalam menyediakan media promosi yang efektif dan menarik untuk mendukung pelaksanaan *Event fun run*. Melalui perancangan media promosi yang terkonsep dan konsisten, diharapkan dapat meningkatkan *brand awareness*, memperluas jangkauan pasar, serta memperkuat identitas visual Girli Coffee.



Hak Cipta :

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

1.5 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan latar belakang mengenai perkembangan industri *coffee shop* serta pentingnya strategi melalui perancangan media promosi *event*. Selanjutnya diuraikan rumusan masalah yang menjadi dasar perancangan media promosi *Event fun run* untuk Girli Coffee. Bab ini juga menjelaskan ruang lingkup pembahasan yang membatasi fokus perancangan, tujuan yang ingin dicapai melalui perancangan media promosi *event*, serta manfaat yang diharapkan baik secara teoritis maupun praktis dari penyusunan Tugas Akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan kajian teoritis yang menjadi dasar penyusunan Tugas Akhir. Teori yang digunakan meliputi teori desain grafis dan teori pendukung lainnya terkait perancangan media promosi untuk acara.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian dan pengumpulan data untuk mendapatkan informasi yang akurat mengenai *Event fun run* Girli Coffee. Selain itu, dijelaskan profil perusahaan, hasil riset, analisis data, serta arahan kreatif dalam perancangan media promosi untuk *Event fun run* Girli Coffee.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan tahapan proses desain, mulai dari penerapan konsep visual, proses pengerjaan desain, hingga media pendukung yang digunakan dalam perancangan media promosi untuk *Event fun run* Girli Coffee.

BAB V PENUTUP

Bab ini menjelaskan simpulan dan saran terkait proses perancangan media promosi untuk *Event fun run* Girli Coffee berdasarkan Laporan Tugas Akhir yang telah disusun.

Hak Cipta :

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

KESIMPULAN

5.1 Simpulan

Pada perancangan media promosi *event fun run* untuk girli coffee, memperoleh kesimpulan sesuai dengan tujuan perancangan yaitu:

1. Proses perancangan media promosi *Event fun run* Girli Coffee dilakukan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahapan *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *testing*. Pada tahap *Empathize* dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, kuesioner, dan studi literatur. Data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT sebagai dasar penyusunan *creative brief*, *mind map*, *moodboard*, sketsa alternatif, desain komprehensif, hingga digitalisasi desain terpilih. Proses ini menghasilkan konsep visual yang sesuai dengan karakter Girli Coffee serta kebutuhan target audiens dalam mendukung promosi *Event fun run*.
2. Penerapan elemen dan prinsip Desain Komunikasi Visual diwujudkan melalui penggunaan elemen visual yang selaras dengan identitas Girli Coffee, seperti warna hijau (#102e1c), kuning (#deb027), dan putih (#ffffff) yang merepresentasikan suasana alam, semangat, dan kebersihan; tipografi bergaya *modern* dengan tingkat keterbacaan yang baik; fotografi berbasis *Artificial Intelligence* (AI); serta menggunakan *layout Type Specimen Layout* yang membangun hierarki informasi secara jelas. Selain itu, penerapan prinsip desain pada media utama yaitu poster seperti penekanan (*emphasis*), keseimbangan (*balance*), kontras (*contrast*), kesatuan (*unity*), serta irama (*rhythm*) diterapkan untuk menghasilkan media promosi yang komunikatif, menarik, dan mampu menyampaikan informasi secara efektif 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

3. Perancangan media turunan (*event collateral*) menghasilkan media utama berupa poster yang kemudian diaplikasikan secara konsisten ke berbagai media pendukung, yaitu *banner*, *flyer*, *Tote Bag*, *T-Shirt*, *Sticker pack*, dan konten Instagram. Seluruh media dirancang menggunakan identitas visual yang seragam sehingga mampu membangun konsistensi komunikasi visual, meningkatkan *brand awareness*, memperkuat citra Girli Coffee sebagai *coffee shop* dengan konsep "ngopi di alam", serta mendukung efektivitas promosi *Event fun run*. Berdasarkan hasil *testing*, media yang dirancang dinilai telah mampu menyampaikan informasi dengan jelas, menarik perhatian target audiens, dan layak digunakan sebagai media promosi *event fun run* Girli Coffee.

5.2 Saran

Terdapat saran untuk perancangan media promosi *event fun run* yang bertujuan untuk perancangan dan penelitian selanjutnya dapat dapat lebih baik:

1. Girli Coffee disarankan untuk mempertahankan konsistensi identitas visual pada setiap media promosi dengan tetap mengacu pada *key visual* dan arahan kreatif yang telah dirancang. Konsistensi dalam penggunaan warna, tipografi, *layout*, dan elemen grafis akan memperkuat identitas *Event fun run* serta memudahkan target audiens mengenali *brand* Girli Coffee.
2. Pada penyelenggaraan *event* berikutnya, Girli Coffee disarankan untuk terus mengembangkan media *event collateral* yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan promosi, tanpa menghilangkan konsep visual yang telah ditetapkan. Selain itu, setiap media pendukung perlu dirancang sesuai fungsinya agar penyampaian informasi lebih efektif serta mampu meningkatkan *brand awareness* dan memperkuat citra Girli Coffee di kalangan target audiens.
3. Bagi pembaca atau peneliti selanjutnya, disarankan untuk menggunakan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami oleh target audiens saat proses *testing*

melalui wawancara, mengingat tidak semua responden memiliki pemahaman terhadap istilah-istilah dalam bidang desain.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Afifah Zahra Lestari, & Rohmaniyah. (2024). Tipografi Buku: Desain Unik Gramedia World Burlan Palembang yang Memikat Pelanggan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Dan Penerapan Ilmu Pengetahuan*, 5(2), 64–69. <https://doi.org/10.25299/jmpip.2024.19571>
- Agus Pujiyanto, Edi Purwanto, Amin Pujiati, & Sucihatiningsih Dian Wisika Prajanti. (2024). The Influence of Sponsorship on Marketing Development *Fun run* in Central Java. *Journal of Physical Education Health and Sport*, 11(2), 65–70. <https://doi.org/10.15294/jpehs.v11i2.17687>
- Alfiatu Solikah, Widyasmoro, H., Jamroji, B., & Khodijah, S. (2024). Strategi Penggunaan *Flyer* Di Media Sosial Sebagai Sarana Untuk Menarik Minat Baca Masyarakat. *Al-Muaddib: Jurnal Kajian Ilmu Kependidikan*, 3(2), 238–250. <https://doi.org/10.46773/muaddib.v3i2.943>
- Amanah, S. (2024). Peranan Strategi Promosi Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan. *Jurnal Lentera : Kajian Keagamaan, Keilmuan Dan Teknologi*, 13(1), 47–55. <https://ejournal.kopertais4.or.id/mataraman/index.php/lentera/article/view/931>
- Ara Putri Sakita, & Dewi Comala Sari. (2024). Pengaruh Fasilitas dan Design *Layout* terhadap Keputusan Penggunaan Jasa *Event* pada Muda Art Project *Event Organizer*. *Jurnal Riset Manajemen*, 2(1), 425–432. <https://doi.org/10.54066/jurma.v2i1.1685>
- Dewi, A. P., & Valentina, A. (2026). *Perancangan Komunikasi Visual Event collateral Berbasis Tema pada Perusahaan yang Bergerak di Industri Golf*. 26(1), 56–66.
- Firmansyah, T., Ditto, A., & Ananta, A. (2025). *Jurnal Penelitian Nusantara Perancangan Media Promosi brand T- shirt Galanthus Nivalis Menulis :*



Hak Cipta :

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

Jurnal Penelitian Nusantara. 1, 46–52.

Fitriana, M. C., Supron, S., Hidayat, I., Nofiana, T., Sukandar, R. S., Sinaga, L., & Damayanti, I. (2025). Optimalisasi Pemasaran UMKM Melalui Pembuatan Media Promosi *Banner* di Desa Jawilan. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Bangsa*, 3(6), 3036–3042. <https://doi.org/10.59837/jpmba.v3i6.2909>

Gading Mas Algamar; Firman mutaqin. (2024). *Jurnal Dasarupa Vol 05 No 03, 2023, Universitas Nusa Putra.pdf*.

Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>

Judawinata, M. (2022). Business Development Strategy Of *Coffee shop*. *Jurnal Universitas Padjadjaran*, 1, 200–220. <https://www.bing.com/ck/a?!&&p=ca5bc5f9bc5095153711f44b62eb7504e967131e091cff410bf96c807898eb46JmltdHM9MTc1ODg0NDgwMA&ptn=3&ver=2&hsh=4&fclid=36459422-e20a-671e-332c-8152e34f66c2&psq=STRATEGI+PENGEMBANGAN+BISNIS+COFFEE+SHOP+UNPAD&u=a1aHR0cHM6Ly9qdXJuYWwud>

Lestari, J., Octaviani, V., & Sari, S. (2024). Canva Sebagai Media Desain Untuk Promosi Content Creator. *Professional: Jurnal Komunikasi Dan Administrasi Publik*, 11(1), 177–186. <https://doi.org/10.37676/professional.v11i1.5715>

Magenda, P. L. K. M., Kusumaningrum, R., & Abidin, Z. (2023). Strategi Experiental Marketing *Event* Dalam Meningkatkan *brand* Awereness (Studi Deskriptif Kualitatif Pada *Event* In Store Produk Acaraki Golden Sparkling di AEON JGC). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 7(1), 96–110. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v7i1.28480>

Pratama, R. J., & Yasa, I. N. M. (2020). Sasak : Desain Visual dan Komunikasi Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Tentang Stres. *Journal*



Hak Cipta :

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

UniversitasBumigora, 02(2), 59–66.

Putra, R. C. (2024). Analisa Kelayakan AR Artbook sebagai Media Promosi Destinasi Pariwisata dan Kebudayaan di Kota Singkawang. *ArtComm : Jurnal Komunikasi Dan Desain*, 7(1), 10–22. <https://doi.org/10.37278/artcomm.v7i1.814>

Raffy, M. A. T., Rahmi, M., & Ansori, A. (2025). Strategi Perencanaan *Event* Sebagai Upaya Meningkatkan Partisipasi dan Kepuasan Peserta. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(3), 240–250. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i3.1790>

Rifka Alkhilyatul Ma'rifat, I Made Suraharta, I. I. J. (2024). *Design Thinking UI/UX Teori dan Praktik* (Vol. 2).

Roghibah, E. I., & Ro'is Abidin, M. (2023). Perancangan Media Promosi Secangkir Rindu Cafe Melalui Instagram. *Jurnal Barik*, 5(1), 110–117.

Sanjaya, R. B., & Wahyudi, G. R. (2025). Rancang Bangun Sistem Informasi Lowongan Magang Untuk Efisiensi Pencarian Lowongan Magang. *Jurnal Informatika Dan Teknik Elektro Terapan*, 13(2), 550–562. <https://doi.org/10.23960/jitet.v13i2.6261>

Setiyo Adi Nugroho, Daniel Rudjiono, & Febrian Rahmadhika. (2021). Perancangan Identitas Perusahaan Dalam Bentukstationery Desain Di Rumah Kreasi Grafika. *Pixel :Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(1), 48–57. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i1.456>

Suryana, P. (2022). *Event marketing* Strategy in Increasing *brand awareness*. *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen Indonesia*, 1(01), 35–42. <https://doi.org/10.58471/jeami.v1i01.529>

Usamah, M. L., & Satriadi. (2021). Eksistensi Poster Sebagai Media Cetak di Era Digital. *Universitas Negeri Makassar.(Diakses 12 September* <https://citramandiri.id/ingin->



© 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

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

Wedhana, A. P., Dewi, A. K., & Putra, G. B. S. (2023). Perancangan *Merchandise* Bertemakan Tari Leko Untuk Zaloukh Apparel. *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 4(01), 123–131. <https://doi.org/10.59997/amarasi.v4i01.1962>

Wulandari, Listya, A., & Hadiprawiro, Y. (2023). Konsep Dan *Layout* Buku Foto Lullaby. *Desain*, 10(2), 385–399.





LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara Owner

Nama Klien : Adito Wibisono selaku Owner Girli Coffee
Tanggal Wawancara : 3 April 2026
Lokasi : Jl. KH. Zainul Arifin No. 20, Jakarta Barat, DKI Jakarta 11140
Durasi: 8 menit 58 detik
Q: Boleh gak sih mas ceritain background singkat tentang girli coffee? A: Jadi girli coffee itu asal muasal nya sebenarnya dari orang tua, orang tua punya tanah di daerah Bogor, kebetulan daerah, eh tanahnya itu sedikit, sedikit apa namanya, sedikit pelosok ya terus kita juga bingung mau dibikin apa gitu. Sehingga kita kepikiran, sebenarnya emang mau mengarah ke bisnis, tapi waktu itu bingung bisnis apa, akhirnya F&B dan pas dicari pun F&B, apa ya kira-kira yang cocok di dalam desa, karna emang bener-bener masuk ke gang-gang, terus perumahan-perumahan yang kayak di perkampungan gitu dan kepikiran waktu itu. Eee coffee shop karena waktu itu coffee shop lagi menjamur banget. Terus kita juga punya, apa namanya, eee view gunung ya jadi sangat, sangat apa namanya, kayak enak aja gitu, minum kopi sambil liat view, jadi ngambil ini sih, ngambil kesempatannya aja. Q; Oke, karna girli coffee udah ada nih, kurang lebih 4 tahun. Gimana sih feedback atau testimoni dari konsumen tentang produk yang dijual girli coffee ataupun tempatnya gitu mas? A: eemm, so far sih mereka happy ya, senang gitu walaupun terkadang ya.. Namanya F&B di malam minggu dan minggu malam tuh pasti rame sehingga pasti ada banyak yang miss atau yang pending, tapi yaa so far sih untuk makanan nya mereka senang, ambience nya juga mereka oke gitu dan apa karna kita basicnya coffee shop yang temanya keluarga, karna kita ada playground dan kolem juga sehingga ya emang yang dateng ke situ rata-rata, eee keluarga sih bapak, ibu, sama anak. Jadi mereka enjoy sih so far.

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Q: Buat target konsumen girli coffee itu sebenarnya siapa aja mas? Terus kebanyakan juga pembelinya selama setahun terakhir itu milikin profil yang kyk apa sih?

A: Seperti yang aku bilang tadi, sebenarnya targetnya adalah keluarga ya, walaupun sebenarnya coffee shop tu identik dengan remaja, mahasiswa ngerjain tugas, kayak gitu-gitu, tapi eee, karna di girli itu, karna di Bogor, eh karna girli itu di Bogor, di Bogor itu banyak banget coffee shop yang sudah remaja banget gitu, jadi kita cari tema yang baru, terus target pasar yang baru, akhirnya kita ya ambil apa namanya, tema keluarga itu.

Q: Oke, untuk Girli coffee sendiri apakah ada pesaingnya kak? Terus gimana sih kondisi pasar dan pertumbuhan girli coffee sendiri?

A: Oke, jadi kalo ngomongin masalah pesaing, sebenarnya di Bogor itu banyak banget coffee shop, eee karna aku gatau juga kenapa, tapi orang Bogor itu seneng bgt ngopi. Itu yang pertama, yang kedua kamu bisa jalan sekitar 1 kilo, 2 kilo pasti ketemu coffee shop kalo di Bogor, sehingga pesaing kami tuh banyak banget. Kemarin juga cerita temen pernah bilang, bahwa kalo buka coffee shop di Bogor itu udah masuk red zone karena emang saingannya susah, harus punya suatu hal yang beda dari coffee shop yang lain dan kopinya juga harus bagus gitu, karna emang basicnya orang-orang Bogor itu sangat apa namanya, sangat melekat sama kopi gitu.

Q: Nah mas, aku boleh tau gak, kenapa sih Girli coffee ini ingin mengadakan event lari?

A: Oke, jadi selain warga Bogor itu seneng banget kopi dan mengopi, mereka juga seneng banget olahraga yaitu lari. Jadi kalo misalkan kamu sering, coba kalo kamu minggu ke Bogor, itu pasti Kebun Raya Bogor ramai dengan orang lari dan rata-rata coffee shop yang ada di Bogor itu kerjasama sama komunitas lari, eee akan lebih seru dan asyik kalo misalkan Girli juga ikut partisipasi untuk mengadakan apa namanya, lari bersama juga. Mungkin ada tambahan berbedanya yaitu kita lari nya di kampung, karna rata-rata orang yang lari di Bogor tuh yang collab sama coffee shop, mereka larinya di kota gitu aja sih.



© 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

Q: Ohh oke, nah karna Girli coffee ini ngadain lari nih mas, apakah girli coffee tuh sangat membutuhkan media promosi gitu?

A: Butuh banget sih, karena kita pingin banyak partisipan, jadi kita butuh juga media yang bisa ngeblast ke orang-orang bahwa kita juga punya event lari gitu, dan kita juga punya identik, eee punya karakteristik yang baru yaitu larinya di perkampungan gitu.

Q: Untuk target pesertanya sendiri itu berapa? Dan kira-kira trus gimana sih personality nya?

A: Kalo target pasar ya, karena kita tuh sebelumnya udah pernah bikin, waktu itu pesertanya 60, kita targetnya semoga bisa sampe 100 itu aja.

Q: Ohh oke, dan kira-kira mau diadain dimana tuh mas, maksudnya event larinya?

A: Karna kita Girli coffee tuh adanya di daerah BNR ya, BNR itu kayak sebuah perumahan, eee perumahan gitulah dengan jalannya, kayak semacam BSD gitu lah, nah itu kita ngadain lari nya disitu sih.

Q: Untuk event larinya sendiri itu berbayar gak sih mas? Atau kayak calon peserta tuh akan dapet apa aja gitu?

A: Eeee kalo berbayar itu engga kita free, dari pihak karna kita sama-sama pihak lari juga, komunitas itu juga berharap kalo kita itu free, kita tidak mengenakan biaya. Kita cuma berharap exposure coffee shop kita sama ya, kalo misal mereka mau beli kopi kita dan segala macam kan itu menjadi keuntungan juga buat kami. Terus yang mereka dapatkan, kebetulan komunitas lari kita yang kita ajak kerjasama pun juga punya sponsor, jadi setiap acara dari komunitas itu, dia suka dikasih sebuah produk dari sponsor tersebut, jadi kita to be honest tidak menyumbang produk tapi dari komunitasnya gitu sih.

Q: Terus apa sih mas pembedanya event lari yang diadakan oleh Girli dari event lari yang mungkin beberapa coffee shop udah pernah ngadain gitu?

A: yaaa mungkin itu sih yang aku bilang, karena Girli coffee itu adanya di daerah kampung gitu ya, di kaki gunung salak, jadi kita membawa suasana baru. Selama ini kan orang larinya yaudah di kota aja gitu, ketemu mobil, ketemu trotoar,



© 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

apalagi kita benar-bener jalan di perkampungan gitu yang wicis itu lebih fresh, lebih suasana baru, mungkin orang lebih enak dan lebih enjoy aja gitu sih.

Q: Berarti event ini menggunakan sponsor gitu ya? Atau invite sebuah media gitu gak mas?

A: Eee kalo sponsor apa namanya, sebuah brand sport atau apa namanya, kayak kecantikan atau face wash, yang aku bilang tadi dari pihak komunitasnya tapi kalo dari media paling cuma dari media kami, dari Girli coffee sendiri dan komunitas itu sih.

Q: Untuk desainnya nih mas, ada gak ya pesan yang ingin disampaikan dari desainnya atau media promosi seperti apa yang mas inginkan?

A: Sebenarnya apa aja sih, kalo sih inginnya poster ya tapi apa aja sih.

Q: Mungkin kayak merchandise, banner, gitu-gitu?

A: Merchandise, banner boleh banget sih, sebenarnya emang kita berniat buat merchandise. Waktu itu kita ingin buat keychain, terus pin, sama satu lagi tumbler ya setau ku, terus kalo apa tadi satu lagi, banner udah ada beberapa titik sih kita taro tapi hanya untuk girlinya doang, untuk event nya gak ada.

Q: Terus harapannya apa mas dibikin desain media promosi ini?"

A: Berharap sih gimana caranya bisa eye catching pertama, yang kedua bisa menarik pasar-pasar anak muda karna emang rata-rata yang lari emang anak muda juga, terus mungkin yang lebih gen z, itu aja sih dan ada identik dengan girli coffee nya dan sportnya lari itu sih.



Lampiran 2 Transkrip Wawancara *Event Organizer*

Nama Klien : Rachel selaku *Event Organizer*

Tanggal Wawancara : 3 April 2026

Lokasi : Tempat masing-masing

Link: <https://meet.google.com/soe-qhky-jmb>

Durasi: 9 menit 10 detik

Q: Boleh gak sih kak diceritain pengalaman kakak dalam menyelenggarakan *Event*?

A: jadi sebelumnya aku pernah ikut dalam beberapa penyelenggaraan *event*, mulai dari *event* komunitas sampai *event* yang sifatnya dia klien besar gitu sih kak.

Q: Ini menurut Kak Rachel, apa aja sih tahapan penting dalam merancang sebuah *event* agar *event*nya tuh berjalan dengan sukses?

A: Nah, tahapan pentingnya yang pastinya di awalnya persiapannya tuh harus matang banget sih kak. Dari segi tujuan *event*nya, terus intinya KPI-KPI dari *event*nya itu harus terpenuhinya caranya gimana. Ya, salah satunya dengan pematangan media promosi itu juga sangat penting. Jadi menurut aku perancangan di tahapan pre-*event* kali ya, menurut aku itu sangat penting karena itu yang nanti akan kelihatan tuh saat *event*, apakah strategi dari segi marketingnya, dari segi strategi, dari segi kesiapan timnya itu apakah mereka udah di-brief atau enggak itu kelihatan banget ketika nanti di *event* berjalan gitu sih kalau menurut aku.

Q: Oke, faktor apa sih kak yang paling menentukan keberhasilan sebuah *event*?

A: Kalau menurut aku faktornya ya tadi ya salah satunya yang aku bilang kesiapan tim dan detail. Nah, orientasi pada detail sih kalau menurut aku, jadi memang harus super detail, atensinya harus gede banget, harus selalu cek apa aja yang kurang dan nggak pernah boleh puas sih kak dengan apa yang udah ada. Jadi selalu benar-benar harus aware nih sama *event* kita walaupun kita ngerasanya kayaknya udah pas deh, tapi ternyata hari H ada aja yang miss gitu.

Q: Oke. Nah, menurut kakak nih sebagai EO gitu, seberapa penting sih peran media promosi dalam keberhasilan sebuah *event*?

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: Media promosi menurut aku sangat besar sih karena kita nggak pernah tahu ya pertama orang tuh tahu *event* kita dari mana. Jadi khususnya untuk *event* yang sifatnya mungkin *community* based gitu ya, jadi mungkin gimana orang-orang tuh perlu tahu. Nih, perlu sosialisasi kalau *event* ini tuh tentang apa, terus acaranya mungkin dimana, lokasinya dimana, mungkin isi *event*nya itu apa, temanya apa, dapat apa aja itu memang penting banget harus tertulis di media promosinya gitu. Kalau nggak ada media promosi aku rasa percuma *event* itu diselenggarakan karena orang juga nggak akan tahu sih adanya *event* itu gitu. Jadi itu sangat penting sih menurut aku.

Q: Nah, sebelumnya kakak sendiri punya nggak sih pengalaman, pengalaman *event* untuk *event fun run*?

A: Pernah sih beberapa kali.

Q: menurut kakak media promosi apa sih yang paling efektif untuk *event fun run*?

A: Kalau menurut aku media promosi kalau yang saat ini ya, yang aku perhatiin sih kalau nggak di digital, media promosinya oke juga via digital sih kak, paling digital. Itu tapi bisa yang berbentuk desain grafis gitu loh, desain grafis poster gitu sih kak. Karena mereka lebih, dalam poster itu kan memuat banyak informasikan, jadi mereka bisa lebih aware, misalnya kayak Vandran harganya berapa, terus ini *Fun run* apa, jadi banyak informasi yang termuat dalam media promosi poster itu sih bisa digital sih gitu.

Q: Nah, menurut kakak nih, apakah desain visual kayak poster, terus *flyer*, *banner*, *merchandise* nya gitu, itu tuh kayak mempengaruhi minat peserta nggak sih kak?

A: Menurut aku sih sangat mempengaruhi ya karena banyak yang ikut, kita nggak bisa remehin orang terkait selera visual mereka kan, karena kadang ada yang ikut, incase contohnya ikut *event* Vandran ya karena salah satunya pengen merchnya, karena merchnya mungkin bagi mereka terasa eksklusif. Karena mereka sudah menyelesaikan *Fun run* itu gitu. Ada juga kalau menurut aku visual kayak poster, *banner* itu lebih ke translate untuk visu, sorry, translate untuk informasinya gitu ya. Jadi kalau ada yang misalnya *bannernya* kurang atau apa, pasti pesertanya akan lebih bingung untuk arahnya mungkin atau gimana gitu sih kalau menurut aku. Jadi penting.

Q: Nah ini nih kak, untuk terakhir sih pertanyaan dari aku. Ada nggak sih saran dari kakak terkait perancangan media promosi *event fun run* ini biar lebih efektif dan menarik gitu?



© 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

A: Kalau menurut aku perancangan media promosinya agar lebih menarik, pastinya penggunaan. Jangan sampai media visualnya itu tidak menggambarkan *event* yang sedang digarap ya. Maksudnya contohnya *event* Vantran ini mungkin menyasar audiens yang lebih muda tapi style media promosi atau poster atau visualnya malah lebih ke orang tua gitu. Jadinya mungkin kan nggak sampai pesan dan dealnya dan mungkin nanti target audiens dan marketnya nggak nyampe. Karena mungkin beberapa kali aku sering melihat. Pengulangan, aku nggak bisa kesalahan. Cuma menurut aku sayang aja kalau nggak dimaksimalin. Karena jadinya yang pesertanya jadi nggak sesuai targetnya gitu. Dan itu jadi kurang maksimal juga, nggak bisa bohong gitu. Dan mungkin penataan atau *layouting* informasi di poster itu sangat penting ya. Jadi jangan sampai salah *layout*. Jangan sampai mungkin yang informasi-informasi. Yang penting itu jadi nggak terbaca karena *layouting*nya kurang gitu. Menurut aku *layouting* itu sangat penting kalau dalam hal media promosi. Karena itu kan orang akan lihat itu mungkin hanya semenit, under semenit gitu. Under 30 detik bahkan. Jadi sebisa mungkin media promosi itu harus menarik. Terus sesuai dengan target audiensnya, style designnya, style visualnya. Dan yang pasti informasinya jangan sampai nggak terbaca atau nggak terhighlight gitu sih Kak.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

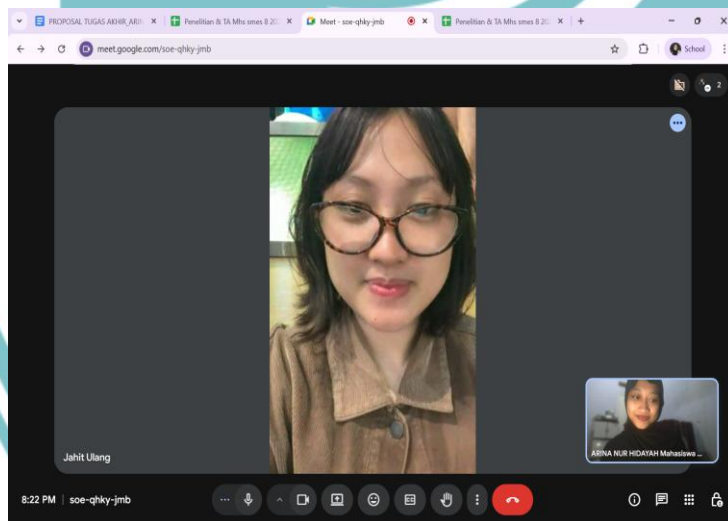


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara Owner dan *Event Organizer*

Hak Cipta :

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

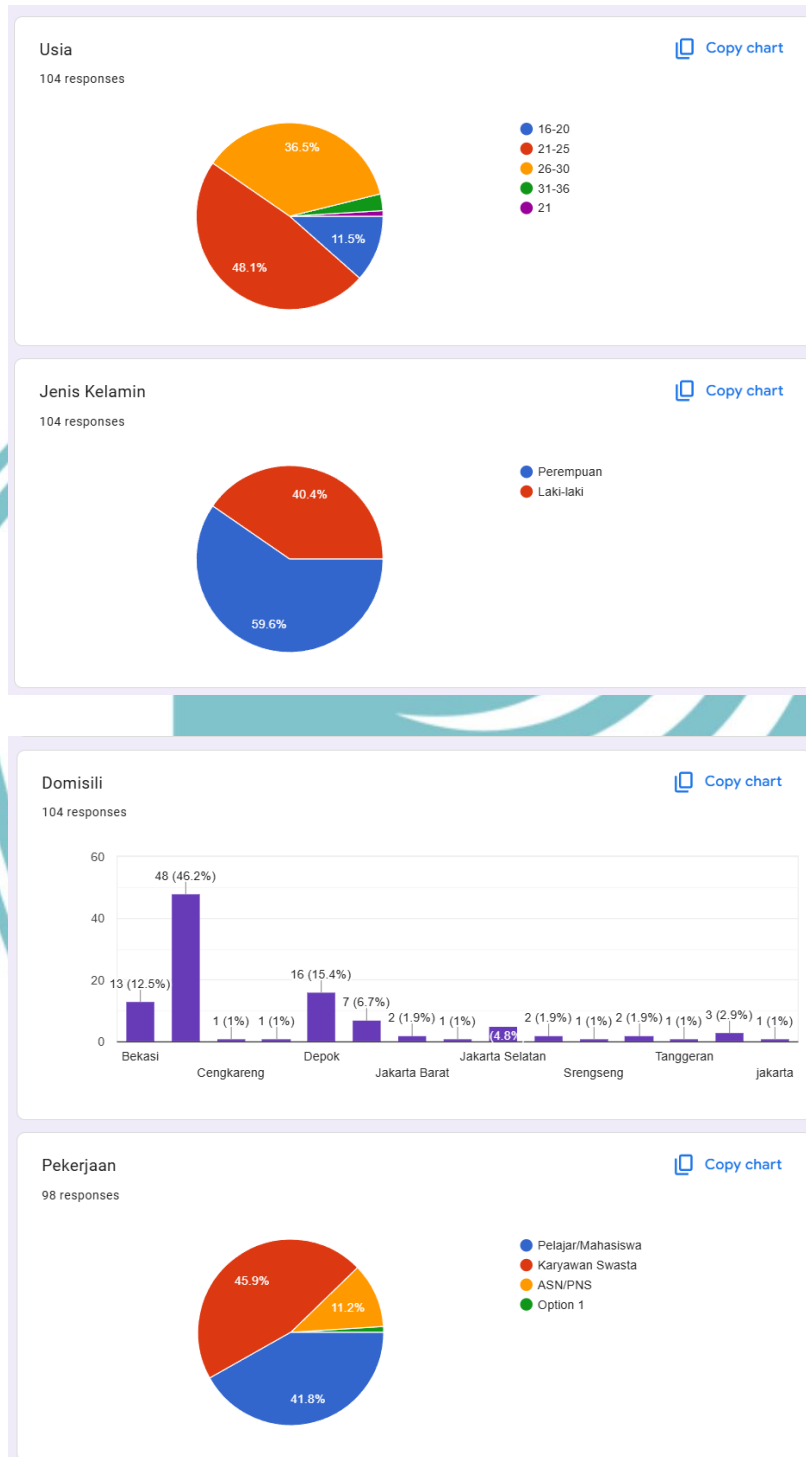




Lampiran 4 Survei Kuesioner *Consumer Insight*

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

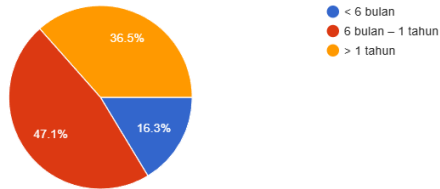
Hak Cipta :

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

Sudah berapa lama Anda mengetahui Girli Coffee?

[Copy chart](#)

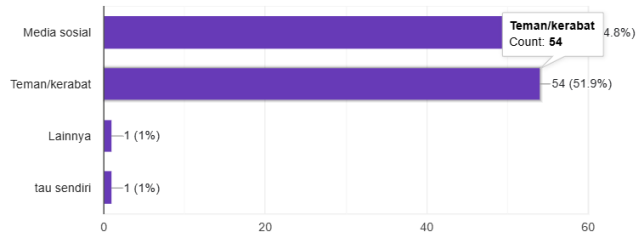
104 responses



Dari mana Anda mengetahui Girli Coffee?

[Copy chart](#)

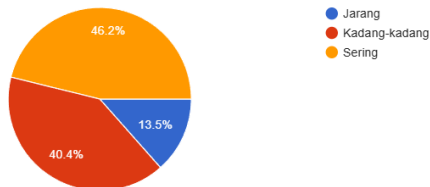
104 responses



Seberapa sering Anda mengunjungi Girli Coffee?

[Copy chart](#)

104 responses

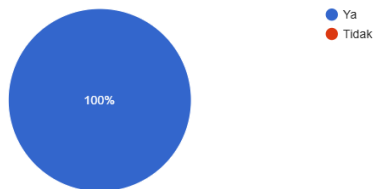


Harap jawab pertanyaan di bawah ini sesuai dengan persepsi kamu dan apa yang sebenarnya kamu inginkan

Apakah Anda menyukai kegiatan mengikuti event?

[Copy chart](#)

104 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

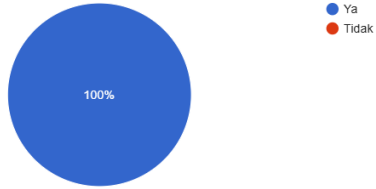
Hak Cipta :

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

Apakah Anda tertarik mengikuti event olahraga seperti fun run?

[Copy chart](#)

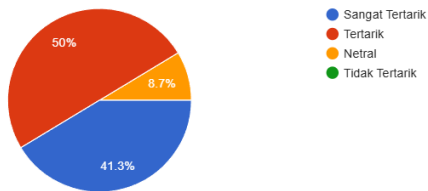
104 responses



Jika Girli Coffee menyelenggarakan event fun run, apakah Anda tertarik untuk mengikutinya?

[Copy chart](#)

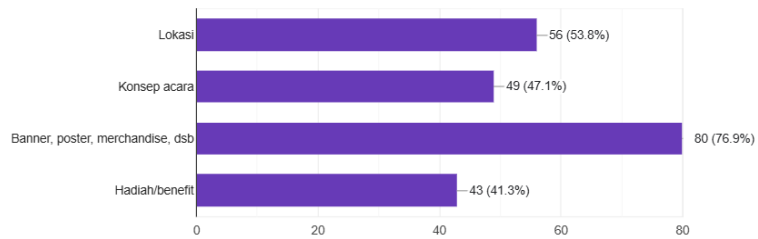
104 responses



Apa faktor utama yang membuat Anda tertarik mengikuti event fun run?

[Copy chart](#)

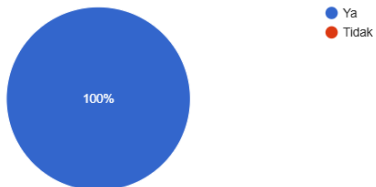
104 responses



Apakah media promosi (Banner, poster, merchandise, dsb) mempengaruhi keputusan Anda dalam mengikuti event?

[Copy chart](#)

104 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

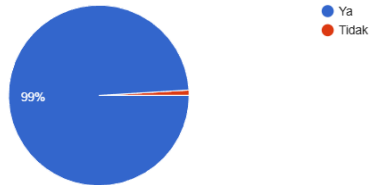
Hak Cipta :

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

Apakah desain media promosi (Banner, poster, merchandise, dsb) yang menarik dapat mempengaruhi minat Anda untuk mengikuti event?

[Copy chart](#)

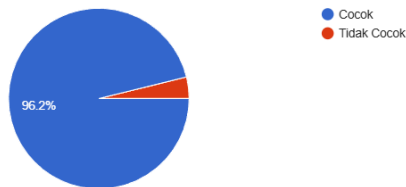
104 responses



Menurut Anda, apakah konsep desain yang fun dan cerah cocok untuk event lari?

[Copy chart](#)

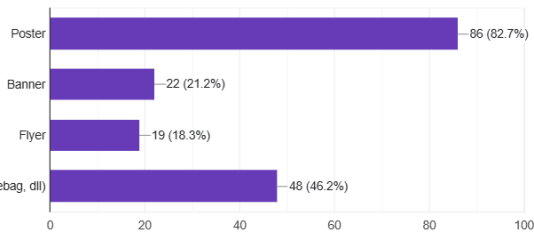
104 responses



Media promosi apa yang paling menarik perhatian Anda?

[Copy chart](#)

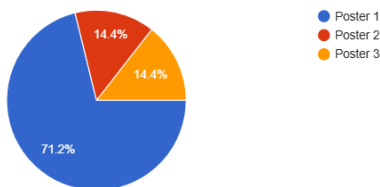
104 responses



Pilihlah poster yang anda sukai

[Copy chart](#)

104 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- Lebih kreatif aja
- Uk font nya pas ga besar ga kecil jadi gampang dilihat informasinya
- Ada pilihan "run & walk", jadi lebih fleksibel buat semua orang.
- Lebih jelas tujuan pesannya
- Kesan eventnya jadi terasa seru dan kompetitif.
- Kesan posternya lebih cocok buat event olahraga yang serius tapi tetap fun, jadi lebih meyakinkan
- Karena ada pilihan kategori (1K, 5K, 10K), jadi lebih fleksibel sesuai kemampuan
- Desainnya menarik menimbulkan perasaan untuk mengikuti eventnya
- Lebih rapi dan tertata

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- terasa lebih personal dan dinamis dibandingkan poster dengan banyak elemen yang bertumpuk.
- Warna merahnya kayak "boost energy"
- Warna yang digunakan menarik perhatian.
- Mampu menarik minat untuk mengetahui lebih lanjut.
- Karena desainnya simple tapi jelas terkait konsep maupun penjelasan mengenai waktu acara
- Desainnya rapi dan enak dilihat.
- Penggunaan warna merah dominan sangat efektif untuk menarik perhatian secara instan. Warna merah juga identik dengan semangat, kecepatan, dan adrenalin, yang sangat sesuai dengan tema acara lari (fun run).
- Warna ungu dan pink di poster 3 bikin tampilannya lebih beda dan lebih cocok untuk event charity atau campaign

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- Tata letaknya rapi dan enak dilihat.
- Karena mudah untuk dipahami dan warna menarik
- Menarik dan cocok untuk konsep fun
- Poster ini tidak bertele-tele.
- Warna posternya cerah dan menarik
- Informasi yang disampaikan jelas dan ringkas.
- Memberikan informasi yang bermanfaat.
- Lebih berwarna dan informasinya lebih lengkap
- Gambar pada poster sangat mendukung tema kegiatan lari dengan sangat baik



© 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

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Simple tpi informasinya tetep jelas

Simple ga banyak warna dan informasinya jga jelas

Menurut saya, penempatan kategori juara (1st, 2nd, 3rd) di bagian bawah dengan ikon piala memberikan motivasi visual yang kuat bagi calon peserta untuk mendaftar. Sehingga dapat menarik banyak peserta untuk mendaftar

Lebih colorful

Tulisan pada poster mudah dibaca.

Kata "RUN" ditulis dengan ukuran sangat besar dan vertikal, sehingga audiens langsung tahu apa inti dari acara tersebut hanya dalam satu detik pandangan pertama.

Gambarnya jelas dan mudah dipahami.

Tidak memiliki desain yang terlalu ramai jadi info terkait event bisa nampak jelas

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Desainnya modern, sesuai sama tren event lari sekarang.

Warna ungu pink nya unik dan beda dari poster lain.

Warna yang digunakan dalam desain posterya bekesinambungan dengan event yang diadakan

Desainnya kelihatan clean dan profesional.

Simple dan mudah dipahami

Simpel dan mudah dipahami isinya

Pilih poster 1 karena tulisan "RUN" yang dibuat besar vertikal itu paling menonjol dan langsung jadi pusat perhatian, beda dari poster lain

Dari tiga pilihan, poster 1 paling gampang diingat karena desain tulisan utamanya unik.

Desainnya terlihat lebih profesional dan bersih.

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Warnanya lebih cerah dan cocok untuk semua kalangan

Suka designnya simple

karena informasi tanggal (15 March 2028) sangat mudah dibaca oleh peserta

Warnanya cerah dan informasinya jelas

Posternya menarik perhatian karena warnanya cerah.

Mudah diingat setelah dilihat.

Karena desainnya bold dan kelihatan maskulin.

Desainnya kelihatan lebih clean, elemen yang dipakai nggak terlalu banyak jadi lebih enak dilihat

Designnya ngga ribet



© 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

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- Desainnya kelihatan lebih clean, elemen yang dipakai nggak terlalu banyak jadi lebih enak dilihat
- Designnya nggak ribet
- Informasi pentingnya kelihatan cepat tanpa harus mikir lama.
- Poster 3 terlihat lebih menarik karena konsepnya seperti poster plus brosur, jadi kesannya lebih lengkap
- style nya modern tapi mudah dipahami
- Tema kegiatan sosial pada poster memberikan kesan positif
- Informasi di posternya cukup lengkap dan detail.
- Pesannya singkat tapi langsung ke inti.
- Poster 2 punya nuansa yang lebih santai karena ada unsur run & walk, jadi cocok kalau target acaranya bukan cuma pelari

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- Isinya bermanfaat bagi orang yang melihatnya.
- Penempatan teks dan gambar di poster 1 menurutku paling rapi, jadi nggak terkesan penuh
- lebih enak
- Informasi yang diberikan kelihatan rapih dan jelas ada isi informasinya.
- Simple, cerah, dan pesannya to the point
- Poster tersebut mudah diingat.
- Desain poster terlihat menarik dengan warna yang mencolok sehingga mudah menarik perhatian
- Kombinasi warna dan gambar terlihat cocok.
- Informasi yang disampaikan penting.

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

- Dari segi warnanya lebih menarik
- Kombinasi warna merah dan putih membuat poster terlihat energik dan dinamis
- karena perpaduan warna biru tua dan hijau toska memberikan kesan modern, profesional, dan energik yang sangat cocok untuk tema kesehatan dan kebugaran.
- Vibanya bikin semangat olahraga, kelihatan energik.
- Menggunakan gambar yang mendukung isi pesan.
- Kesan healthy lifestyle-nya kuat
- Poster memberikan kesan informatif sekaligus menarik perhatian
- Posternya lebih hidup aja dri segi warna dan font
- Desainnya simpel tapi kelihatan energik dan sporty.



© 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

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Gambar orang larinya bikin kelihatan sporty dan aktif.

Poster memberikan informasi waktu dan tempat secara jelas

Desainnya menarik dan mudah dipahami.

Keliatan kayak event yang fun tapi tetap serius

Posternya kreatif dan tidak membosankan

Warna merahnya menyala

Informasinya lebih jelas

Font nya lebih nyaman untuk dibaca

[View 4 more responses in Sheets](#)

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Terlihat kreatif dan berbeda dari yang lain.

Tata letak informasi di bagian kanan bawah disusun secara vertikal dengan font yang bersih, sehingga detail seperti tanggal dan kontak pendaftaran sangat mudah dilihat

Desainnya simpel tapi tetap keren.

Hadiahnya langsung ditampilkan di bagian bawah dengan susunan juara 1, 2, 3, jadi terasa lebih menarik buat orang yang lihat

Warnanya lebih cerah dan hidup

Lucu pemilihan warnanya

Penggunaan ikon dan grafis membantu memperjelas isi poster

Pembagian antara area gambar di bagian atas dan area teks di bagian bawah memberikan keseimbangan visual yang baik, membuat desain tidak terlihat penuh atau membingungkan.

Alasan memilih poster tersebut

104 responses

Tulisan "5K Run & Walk" sangat menonjol sehingga langsung menunjukkan tema acara

Visual kaki pelari bikin kerasa suasana lombanya

Warna merahnya menyala dan sangat menarik mata

Pesan yang disampaikan relevan dengan kebutuhan.

Pemilihan warna untuk desainnya menarik perhatian saya. Selain itu detail informasinya sangat jelas.

Perpaduan warna merah dan kuningnya terasa lebih berani dan bikin poster kelihatan lebih kuat dibanding yang lain.

Poster menggunakan kombinasi warna, gambar, dan tata letak yang menarik

Gambar orang larinya bikin kelihatan sporty dan aktif.

Poster memberikan informasi waktu dan tempat secara jelas



Lampiran 5 Transkrip Wawancara Testing

Wawancara 1	
Nama: andri Umur: 24 Pekerjaan: server	
1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini? Untuk pertama liat poster ini, cukup menarik, estetik juga, bagus	
2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini? Umm event lari, dari judulnya	
3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa? Kalo menurut aku udah cukup sih	
4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami? Sudah cukup mudah dibaca sih ini	
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee? Udahh, ini kan konsepnya kan alam ijo, kan girli pinggir kali jd udah identik banget sama girli, ijo ada kuning juga	
6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan? Sudah, lumayan	
7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca? Paling untuk yang dibawah bisa diperbesar lagi, dibikin agak lebih besar supaya keterbacaannya lebih jelas kali ya kak, karna kan yang suka kesini gak anak muda doang, ada ibu-ibu dan bapak-bapak	
8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”? Iyaa sudah sih kak	
9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (<i>totebag</i> , kaos, <i>banner</i> , dan <i>sticker</i>) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa? Udah sih, cukup lumayan girli banget gitu, ijo, kuning, udah pas dengan girli coffee	
10. Dari media turunan yang dibuat (<i>totebag</i> , kaos, <i>banner</i> , dan <i>sticker</i>), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee? Ini sih baju, desainnya tampak depan dan belakangnya bagus	

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Udah banget sih kak

Wawancara 2

Nama: ian

Umur: 24

Pekerjaan: content creator

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Kesan pertama aku untuk event ini yang paling ku highlight nya fun run with us nya sih gede bgt, mungkin untuk poster lari udah cukup oke
2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
“RUN US” tulisannya pop up bgt sih
3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
Untuk ini sih mudah dipahami sih, saya juga lumayan suka baca jadi mudah di pahami
4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Untuk yang sulit dipahami so far gak ada, buat saya udah oke banget
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Nah untuk konsep sih udah masuk, untuk warna udah masuk dan sesuai
6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?
Untuk visual ini sih, sudah tersampaikan sih
7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?
Untuk saya udah enak banget dibaca nya, proposionalnya udah mantep bgt sih ini
8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Untuk posternya udah sesuai, ada pohon-pohonnya juga, suka saya
9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
So far sih udah ya, udah cakep sih. Ini udah oke sih, tulisannya jelas, ada taglinenya juga



© 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

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?

Menurut saya sih Totebag ya karna orang-orang bawa tas, dikarenakan kita biasanya bawa barang tambahan ya, jadi totebag udah paling oke bisa dibawa kemana-mana

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?

Bisa, mampu asal dibagiin gratis sih orang-orang pada mau ya

Wawancara 3

Nama: angel

Umur: 25

Pekerjaan: barista

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?

Bagus ish, gede banget yah, fotonya juga lumayan besar, kesan larinya juga dapet banget

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?

Lari karena dari visualnya dan dari tulisan run nya juga gede banget

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?

Lumayan sih, kyknya larinya di alam-alam ya, bagus

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?

Bagus sih

5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?

Kyknya masuk ya, girli tuh kan ijo kuning, masuk, apalagi ini ada shadow-shadow walaupun tulisannya putih

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?

Sesuai banget

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?

Sudah menarik banget sih kak

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?

Udah sih kak dari warna trus sama pohon-pohon gitu



© 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

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?

Dari poster sih pasti, poster sama stiker sih kak, karna orang-orang suka nempelin gitu dimana-mana, di motor di helm jadi kyk ngiklan di jalan gitu

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?

Posternya iya, stickernya mungkin bisa digedein lagi kali ya

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?

Udah banget sih, bagus banget kerenn

Wawancara 4

Nama: iki

Umur: 20

Pekerjaan: barista

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?

Menarik sih kak, menarik untuk dicoba, yg suka jogging apalagi

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?

Informasi event lari, silaturahmi dan memper amai coffeeshopnya

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?

Udah kak, apalagi lokasi nya udh ada di google map, dan waktunya juga cocok lari pagi

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?

Gak ada sih kak, udah sangat jelas

5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?

Udah pas banget ini, ijo- ijoarmy gitu

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?

Udah dong kak, udah pakai baju lari, bareng-bareng juga

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?

Udah ini, gede sih ini gak kekecilan juga, aman bisa dibaca sama orang-orang



© 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

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Udah kak, apalagi ada pepohonan, jalanan, adem gitu
9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Bagus sih kaka, cocok juga buat event, udah satu kesatuan
10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?
Dari baju sih kak paling
11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Udah, apalagi Bogor lagi suka untuk jogging

Wawancara 5

Nama: tristan

Umur: 23

Pekerjaan: pegawai swasta

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Bagus, kreatif juga, kemungkinan bakal banyak yang mengikuti event ini
2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
“RUN 5K WITH US”
3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
Sudah jelas, bagus
4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Sudah jelas
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Sudah, cocok sih, bagus, sudah sesuai
6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?
Bagus, udah bagus
7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?



© 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

Menarik kak tapi buat informasinya di gedein dikit sih kak menurut saya, biar lebih gampang dibaca lagi

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Sudah sih, ada alam-alam gitu, cocok

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Menyatuh sih

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?
Kaosnya dan totebag sih kak

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Sudah kak

Wawancara 6

Nama: vina
Umur: 21
Pekerjaan: mahasiswa

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Kan ini fun run gitu ya, menurut aku akan seru sih, bakal rame juga karna kan bogor tuh khasnya sama jogging gitu jadi bakal rame sih

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
“RUN 5K WITH US” judulnya

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
Sudah mudah dipahami

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Udah sih, udah mudah dipahami dari tanggal udah jelas

5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Sudah, dari warna sama latar orang larinya

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?
sudah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?
Menarik sih kak dan ukurannya juga pas
8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Sudah dari warna sama latar belakangnya
9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Sudah kak
10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?
Kaosnya sih kak
11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Sudah kak dari sticker terutama pada suka

Wawancara 7

Nama: rio
Umur: 23
Pekerjaan: pegawai swasta

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Ini kan yang kedua ya, menurut saya bagus sih, karna jadi orang-orang bisa tau disini ada girli, karna kan disini baru
2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
Informasinya yang pertama diliat judul eventnya
3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
Ya karna orang bisa langsung tau kalo ini event lari, jadi sangat mudah dipahami
4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
lumayan
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Udah sih menurut saya cocok banget, karna kan girli coffee keliatan ijo banget dan desainnya rapih menurut 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

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?

Udah

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?
mudah di baca banget

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Udah, menurut saya ini udah cocok banget

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Menurut saya udah sih karna nyambung banget kan

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?
Sticker sama totebag, karna banyak yang mau, kalo sticker kan bisa dipasang dimana aja

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Menurut saya udah sih, karna banyak yang tertarik juga

Wawancara 8

Nama: aldi

Umur: 21

Pekerjaan: mahasiswa

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Untuk poster ini, menurut saya menarik sih

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
Seperti running 5k with us

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
mudah dipahami kak

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Untuk poster ini cukup jelas untuk semuanya

5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Sangat sesuai untuk warna ya, ijo, kuning, putih sangat sesuai

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?

Udah berhasil ini kak

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?

Untuk huruf cocok dan bagus tapi bisa digedein dikit kak biar bacanya lebih enak lagi

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?

Sangat menunjukkan gitu kalo girli tuh suasana alam

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?

Udah cocok banget

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?

Untuk media poster cocok, selain poster itu sticker bagus untuk di tempel

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?

Sejauh ini bagus, bisa meningkatkan daya tarik

Wawancara 9

Nama: arya

Umur: 19

Pekerjaan: pegawai swasta

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?

Keren sih kak

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?

Yang pertama kali saya liat dari “RUN 5K WITH US”

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?

Mudah sih kak, mudah dipahami

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?

Sudah mudah dipahami sih 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

5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Udah sesuai banget kak, ijo tuh girli banget

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?
Udah berhasil ini kak

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?
Udah menarik banget dan mudah di baca

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Udah sih kak karena kan itu ada pohon-pohon gitu ya

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Udah sih kak, udah cocok banget

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee?
Baju sih, orang pakai jadi tau

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Menurut saya udah kak

Wawancara 10

Nama: farhan
Umur: 26

Pekerjaan: cfo (*Chief Financial Officer*) salah satu perusahaan

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini?
Sangat bagus, umm sebenarnya kan jarang ya lari-lari yang kerjasama sama coffeeshop, jadi sangat bagus sih

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini?
Tentunya pasti tentang lari nya dan info lainnya, dari sih judulnya di run nya itu.

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?
Sebenarnya sudah cukup mudah dipahami, running us sudah cukup

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Sangat mudah dibaca



© 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. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?

Ohiya ini sudah sangat sesuai sih dengan konsep girli, disini kan nuansa nya forrest jadi hijau, backgroundnya juga udh menggambarkan

6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?

Ohiya udah, udah pasti.

7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?

Untuk di posternya udah cukup sih, udah cukup menarik

8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?

Ini udah sangat sesuai sih sama girli coffee

9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?

Secara ga langsung udah sesuai banget lah sama media turunannya ini

10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?

Totebag sama baju sihh karena masih bisa dipakai setelah event lari ini

11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?

Dari segi color grading dan warna nya udah cukup eye catching, orang-orang langsung liat “ini apa ya?”

Wawancara 11

Nama: Ardito

Umur: 27

Pekerjaan: Owner

1. Apa kesan pertama ketika melihat poster Event Fun Run Girli Coffee ini? Keren banget sihh, bener-bener vibesnya fun run banget

2. Informasi apa yang pertama kali Anda perhatikan dari poster ini? Judul pastinya, karna yae mang keliatan gede dan pop up banget

3. Apakah informasi mengenai event (nama acara, konsep kegiatan, waktu, lokasi, atau ajakan mengikuti event) sudah mudah dipahami? Mengapa?

Dari gua si cukup banget yaa, informasinya juga lengkap dan mudah dipahami sih pastinya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4. Apakah susunan informasi dalam poster sudah mudah dibaca? Bagian mana yang menurut kakak paling mudah atau sulit dipahami?
Mudah sih dan gak ada yang bikin sulit dipahami
5. Bagaimana pendapat Anda mengenai pemilihan warna pada poster ini? sudah sesuai dengan konsep Fun Run dan identitas Girli Coffee?
Udah sesuai banget sih, bener-bener girli banget ada ijo, kuning, putih
6. Menurut Anda, apakah penggunaan gambar/visual pelari sudah berhasil menggambarkan suasana event yang ingin disampaikan?
Udah menggambarkan banget sihh
7. Bagaimana pendapat Anda mengenai penggunaan jenis dan ukuran huruf pada poster ini? Apakah sudah menarik dan mudah dibaca?
Bagus banget sih, keterbacaannya juga jelas
8. Apakah poster ini sudah menunjukkan konsep Girli Coffee sebagai coffee shop dengan suasana alam atau “ngopi di alam”?
Udah dan so far gue suka banget sih
9. Menurut kakak, apakah desain visual pada media turunan (totebag, kaos, banner, dan sticker) sudah memiliki kesatuan dengan desain poster Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Udah sih, selaras banget media turunannya
10. Dari media turunan yang dibuat (totebag, kaos, banner, dan sticker), media mana yang menurut kakak paling efektif untuk mendukung promosi dan membangun identitas Event Fun Run Girli Coffee? Mengapa?
Suka banget sama totebag dan baju sih, kayak keren aja gitu
11. Apakah penerapan desain pada media turunan tersebut sudah mampu meningkatkan daya tarik event?
Menurut gue iya sih karna kan media turunannya udah kayak promosi berjalan aja gitu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Dokumentasi Testing

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 7 Logbook Bimbingan

TUGAS AKHIR ARINA NUR HIDAYAH

No. Bimbingan	Bab	Isi Bimbingan	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan
ke-1		Menyusun outline dari outline			
Bimbingan ke-2	bab 1	Bimbingan Bab 1 Latar Belakang	Done	March 6, 2026	masukkan penelitian terdahulunya dan masukkan juga urgensinya
Bimbingan ke-3	bab 1	Bimbingan Bab 1	Done	April 1, 2026	sudah oke bisa lanjut ke bab 2
Bimbingan ke-4	bab 2	Bimbingan Bab 2 dan Asistensi pertanyaan Kuesioner	Done	April 7, 2026	sudah oke, buat pertanyaan dan cari satu event organizer supaya penelitian lebih kuat
Bimbingan ke-5	bab 2 dan bab 3	Bimbingan Asistensi Pertanyaan Wawancara Owner dan EO	Done	April 9, 2026	pertanyaannya dibedakan untuk owner dan eo
Bimbingan ke-6	bab 3	Bimbingan 3 on progress	Done	April 10, 2026	asistensi hasil dari wawancara dan mulai mengolah data hasil wawancara
Bimbingan ke-7	bab 3	Bimbingan Membahas Bab 3	Done	April 13, 2026	untuk product knowledge nya itu membahas apa yang mau di rancang
Bimbingan ke-8	bab 1, bab 2, dan bab 3	Bimbingan Bab 1 sampai 3 dan Ppt	Done	April 14, 2026	penulisan laporan coba diperbaiki dan dirapikan
Bimbingan ke-9	bab 3	Asistensi revisi sempro	Done	May 9, 2026	perbaiki dari lembar hasil sempro
Bimbingan ke-10	bab 3	melakukan perbaikan dari hasil sidang sempro	Done	May 25, 2026	sumber-sumber dari gambar dimasukkan link nya, ubah judulnya mau ke media promosi atau media branding
Bimbingan ke-11	bab 4	membuat mindmap dan moodboard untuk menentukan key visual	Done	May 26, 2026	mindmap sudah oke, tetapi untuk moodboardnya coba dibuat yang bisa lebih terlihat fun
Bimbingan ke-12	bab 4	revisi moodboard	Done	May 28, 2026	sudah oke bisa lanjut ke sketsa
Bimbingan ke-13	Semnas	abstrak semnas	Done	June 30, 2026	sudah aman, tapi kata kunci dihapus desain thinkingnya karena tidak sampai testing
Bimbingan ke-14	bab 4	menentukan 3 sketsa alternatif terpilih untuk desain komprehensif	Done	May 31, 2026	dipilih sketsa 1, 2, dan 4, karena lebih terlihat baik
Bimbingan ke-15	bab 4	asistensi digitalisasi untuk desain komprehensif	Done	June 2, 2026	coba untuk tulisannya lebih besar lagi dan disesuaikan
Bimbingan ke-16	bab 4	asistensi untuk menentukan desain terpilih	Done	June 5, 2026	desain pertama terpilih karena sesuai dengan creative brief dan tulisan "US" nya kurang keterbacaannya
Bimbingan ke-17	bab 4	Asistensi pertanyaan wawancara untuk testing	Done	June 10, 2026	sudah oke untuk pertanyaannya dan bisa langsung testing
Bimbingan ke-18	bab 4	asistensi terkait media turunan	Done	June 15, 2026	sudah oke untuk media turunannya
Bimbingan ke-19	Semnas	penulisan artikel semnas	Done	June 22, 2026	hapus nama pembimbing di ucapan terimakasih, lalu setelahnya sudah bisa submit
Bimbingan ke-20	bab 4	Perbaikan pada hasil testing	Done	June 30, 2026	di revisi bagian yang informasi eventnya sesuai dari masukan pada saat testing
Bimbingan ke-21	bab 4	perbaikan pada pertimbangan produksi dan asistensi bab 4	Done	July 3, 2026	tambahkan jumlah hasil dari produksi nya
Bimbingan ke-22	bab 4 dan bab 5	bimbingan keseluruhan bab 4-5	Done	July 5, 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 8 Hasil Turnitin



Similarity Report ID: oid:3618:144744311

12% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 11% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id	3%
	Internet	
2	anyflip.com	<1%
	Internet	
3	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
4	ejournal.cvddabeeayla.com	<1%
	Internet	
5	budayakita.id	<1%
	Internet	
6	journal.pubmedia.id	<1%
	Internet	
7	coursehero.com	<1%
	Internet	
8	jurnalunibi.unibi.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 9 Curriculum Vitae (CV)



ARINA NUR HIDAYAH

- 0857-8184-9905
- arinanrhdy12@gmail.com
- South Jakarta
- https://bit.ly/Portofolio_ArinaNurHidayah

ABOUT ME

A motivated final-year Graphic Design student with a strong interest in visual communication and branding. Skilled in creating visually appealing and functional designs while keeping up with the latest design trends. Eager to apply creative skills, gain professional experience, and contribute to impactful design projects.

EDUCATION

Politeknik Negeri Jakarta - Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, Kampus
Universitas Indonesia Depok 16425 **Aug 2022 - Present**
Graphic Design

- Achieved a cumulative GPA of 3.81, reflecting a consistent academic performance and a deep passion for the field of graphic design.
- Actively involved as a teaching assistant in research initiatives, contributing to the creation of academic materials and the development of scholarly publications.

SMK Negeri 2 Jakarta - Jl. Batu 3, Kota Jakarta Pusat **Jul 2019 - Jun 2022**
Multimedia

- Developed and served as part of the production team for a short film project, created for both academic purposes and competition.
- Selected as a finalist in the Adobe Certified Professional Championship, showcasing expertise in internationally recognized design and multimedia software.

WORK EXPERIENCE

PT Agro Natural Technology - Ruko The Prominence, Kota Tangerang, **Apr 2026 - Present**
Banten
Digital Marketing

- Designed and produced visual marketing materials for various social media platforms, including Instagram, TikTok, Facebook, and YouTube.
- Created creative designs for both digital and print marketing materials.
- Produced video content from concept development, filming, and editing to final publication across multiple social media platforms.
- Managed social media accounts by publishing content, writing engaging captions, and maintaining consistent brand identity and communication across all platforms.

PT Gagas Energi Indonesia - Jl. K.H. Zainul Arifin No. 20 Jakarta Barat **Aug 2025 - Apr 2026**
Graphic Designer Intern Corporate Communication & Stakeholder Management

- Produced various corporate design materials, including social media content, Instagram Reels, and visual assets for the company website.
- Supported corporate communication activities by drafting press releases and creating designs for national and company event greetings.
- Assisted event documentation through photography and videography to support internal and external communication needs.



© 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

PT Perusahaan Gas Negara - Jl. K.H. Zainul Arifin No. 20 Jakarta Barat
Graphic Designer Intern *Corporate Communication Division (Brand Management)*

Feb 2025 - Aug 2025

- Designed internal email blasts to enhance employee engagement.
- Produced a wide range of design materials—including backdrops, banners, flyers, and WhatsApp broadcasts—to support corporate communication needs using Adobe Illustrator, Photoshop, and InDesign.
- Assisted in visualizing communication strategies, ensuring that the company's messages were delivered clearly and effectively through compelling visuals.
- Developed website design layouts to strengthen the company's digital presence.
- Supported event documentation through photography and videography for internal and external company activities.
- Created Instagram content plans to improve audience engagement and brand consistency across social media platforms.

Bakmie Naki - Jl. Anggrek Cakra No. 21F 5 Kebon Jeruk
Freelancer Graphic Designer

Feb 2025 - Apr 2025

- Created Instagram feed and story designs to strengthen brand identity and increase customer engagement.
- Designed eye-catching promotional banners to support the restaurant's marketing initiatives.
- Developed informative and visually appealing menu layouts to enhance the customer experience using Adobe Illustrator.

VOLUNTEERING EXPERIENCES

BIGBOSS (Big Bakti Sosial)- Desa Ciasihan, Kab. Bogor

Apr 2024 - Aug 2024

Creative Design Staff

- Designed Instagram feed content to increase the appeal and engagement of the social program.
- Created consistent and professional Instagram highlight templates to present key information using Adobe Illustrator.
- Developed official and functional committee ID cards for event operations.
- Designed proposals for sponsorship and partnership purposes.
- Created appreciation certificates for participants and committee members to recognize their contributions.

TGP Artision - Jl. Prof. DR. G. A. Siwabessy, Kampus Universitas
Indonesia Depok 16425

Jun 2023 - Aug 2023

Creative Design Staff

- Designed Instagram feed content to enhance event branding and documentation.
- Created informative and visually appealing committee ID cards using Adobe Illustrator to support clear identification.
- Developed professional-looking committee certificates to formalize official event documentation.

SKILLS & CERTIFICATIONS

- **Soft Skills:** Teamwork, Creativity, Communication, Time Management, Problem Solving, Analytical Thinking
- **Design Tools:** Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Adobe After Effect, Canva, CapCut
- **Languages:** Indonesian (Native), English (Intermediate)
- **Certifications:** BNSP Professional Certification in Multimedia Services and BNSP Professional Certification in Video Editing