



© 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 BRAND PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
“VERKAUF”**



Oleh:
Muhamad Himawan Mulya
2206421014

**PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

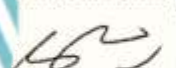
LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir	: Perancangan Brand Profile Sebagai Media Promosi Verkauf
Penulis	: Muhamad Himawan Mulya
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, 8, Juli, 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Anggi Anggarini, M
NIP

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN BRAND PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI
"VERKAUF"**

Oleh:
Muhamad Himawan Mulya
2206421014

Disahkan:
Depok, Juli 2026

Penguji I

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Penguji II

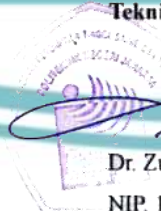
Ardyta Praviyasari, M.Ds
NIP. 198911012025062002

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 19881215201832001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN *BRAND PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI "VERKAUF

Adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Muhamad Himawan Mulya

220642101

**POLITEK
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

Abstrak

Persaingan industri fashion, khususnya produk tas, menuntut UMKM tidak hanya menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memiliki identitas merek dan media komunikasi visual yang mampu meningkatkan kepercayaan konsumen. Penelitian ini bertujuan merancang brand profile sebagai media promosi UMKM Verkauf untuk menyampaikan identitas perusahaan, nilai merek, dan keunggulan produk secara profesional. Metode yang digunakan adalah mixed methods, yaitu pendekatan kualitatif melalui observasi, wawancara, studi pustaka, analisis SWOT, dan analisis kompetitor, serta pendekatan kuantitatif melalui penyebaran kuesioner kepada 116 responden. Hasil analisis digunakan sebagai dasar penyusunan konsep visual, pengembangan alternatif desain, pembuatan prototipe, pengujian, evaluasi, hingga menghasilkan desain final. Brand profile yang dirancang mampu menyajikan profil perusahaan, identitas visual, dan informasi produk secara sistematis, informatif, serta mudah dipahami. Penerapan elemen desain komunikasi visual seperti tata letak, tipografi, warna, fotografi, ilustrasi, dan prinsip desain menghasilkan tampilan yang modern, konsisten, dan sesuai dengan karakter UMKM Verkauf. Selain itu, media pendukung yang memiliki identitas visual seragam mampu meningkatkan brand awareness, membangun citra profesional, memperkuat kredibilitas perusahaan, serta mendukung kegiatan promosi. Dengan demikian, perancangan brand profile sebagai media promosi UMKM Verkauf berhasil memenuhi tujuan penelitian dan layak digunakan sebagai media komunikasi visual yang efektif.

Kata Kunci: Brand Profile, Media Promosi, Branding, UMKM, Desain Komunikasi Visual.



Hak Cipta :

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

Abstract

Competition within the fashion industry—specifically regarding bag products—requires MSMEs not only to produce high-quality goods but also to establish a brand identity and visual communication tools that foster consumer trust. This study aims to design a brand profile as a promotional tool for the MSME "Verkauf" to professionally convey its corporate identity, brand values, and product strengths. A mixed-methods approach was employed, combining qualitative methods—such as observation, interviews, literature review, SWOT analysis, and competitor analysis—with a quantitative approach involving a questionnaire distributed to 116 respondents. The analysis results served as the foundation for formulating the visual concept, developing design alternatives, creating prototypes, conducting testing and evaluation, and ultimately producing the final design. The resulting brand profile presents the company profile, visual identity, and product information in a systematic, informative, and accessible manner. The application of visual communication design elements—including layout, typography, color, photography, illustration, and design principles—yields a modern, consistent aesthetic that aligns with the character of the MSME Verkauf. Furthermore, the use of supporting media featuring a unified visual identity enhances brand awareness, establishes a professional image, strengthens corporate credibility, and bolsters promotional efforts. Thus, the design of this brand profile as a promotional tool for the MSME Verkauf successfully meets the study's objectives and serves as an effective visual communication medium.

Keywords: Brand Profile, Promotional Media, Branding, MSMEs, Visual Communication Design.



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Penyusunan Tugas Akhir ini bertujuan untuk merancang media company profile yang mampu menyampaikan identitas, nilai, serta keunggulan perusahaan secara visual dan komunikatif, sehingga dapat berfungsi sebagai media promosi yang efektif dan profesional. Penulis menyadari bahwa dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan dari berbagai pihak.

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing Materi dan Teknik Politeknik Negeri Jakarta
5. Ibu Ita selaku Pemilik Brand Bisnis Tas Verkauf

Berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan kontribusi akademis maupun praktis dalam perancangan brand profile sebagai sarana media promosi perusahaan yang efektif. Dalam kesempatan ini, saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada dosen pembimbing, dosen penguji, seluruh dosen dan pemilik brand verkauf, serta rekan-rekan yang telah memberikan dukungan, arahan, dan motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini.

Depok, 19 Desember 2025

Muhamad Himawan Mulya

NIM: 2206421014



Hak Cipta :

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

Daftar Isi

PRAKATA.....	3
Daftar Isi.....	4
Daftar Gambar.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
1.1 Latar belakang.....	3
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan.....	6
1.4 Tujuan dan Manfaat Brand Profile.....	6
1.5 Sistematika Penulisan.....	7
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	9
2.1 Promosi.....	9
2.1 Media Promosi.....	9
2.2 Brand Profile.....	10
2.3 Desain Brand Profile.....	11
2.4 Desain Grafis Brand Profile.....	11
2.5 Elemen Desain Grafis.....	12
2.6 Prinsip Desain.....	14
BAB III METODE PERANCANGAN.....	17
3.1 Metode Penelitian.....	17
3.2 Metode Data dan Analisis.....	18
3.2.1 Profile Klien.....	19
3.2.2 Product Knowledge.....	20
3.2.3 Kompetitor.....	21
3.2.4 Consumer Insight.....	24
3.2.5 Swot.....	27
3.3 Arahkan Kreatif.....	30
3.3.1 Creative Brief.....	30
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	33
4.1 Konsep Visual.....	33
4.1.1 Mindmap.....	34
4.1.2 Moodboard.....	35
4.2 Proses Desain.....	35
4.2.1 Desain Komprehensif.....	38
4.2.2 Desain Terpilih.....	44
4.2.3 Prototype.....	47
4.2.4 Prototype Cetak.....	57
4.2.5 Testing.....	58



© 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

4.2.6 Evaluasi.....	59
4.2.7 Desain Final.....	62
4.2.8 Media Pendukung.....	63

BAB V PENUTUP..... 66

5.1 Kesimpulan.....	66
5.2 Saran.....	67

Daftar Referensi..... 67

Lampiran.....	69
---------------	----





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Daftar Gambar

Gambar 3.2.1 Profile Klien	21
Gambar 3.2.2 Gambar Product	22
Gambar 3.2.3 Logo Evroa	23
Gambar 3.2.3 Logo Esgotado	24
Gambar 3.2.3 Logo Exsport	35
Gambar 4.1.1 Mindmap	36
Gambar 4.1.2 Moodboard	37
Gambar 4.2.1 Sketsa Manual desain alternatif 1	39
Gambar 4.2.2 Sketsa Manual desain alternatif 1	39
Gambar 4.2.3 Sketsa Manual desain alternatif 2	40
Gambar 4.2.4 Sketsa Digital desain alternatif 2	41
Gambar 4.2.5 Sketsa Manual desain alternatif 3	42
Gambar 4.2.6 Sketsa Digital desain alternatif 3	43
Gambar 4.2.7 Sketsa Manual desain alternatif 1	45
Gambar 4.2.8 Sketsa digital desain alternatif 1	46
Gambar 4.2.9 Digitalisasi Cover dan Isi	50
Gambar 4.2.10 Warna abu abu & Coklat	51
Gambar 4.2.11 Jenis Font Adobe Caslon Pro	52
Gambar 4.2.12 Jenis Font Montserrat	53
Gambar 4.2.13 Ticket	54
Gambar 4.2.14 Polaroid	55
Gambar 4.2.15 Column Grid	56
Gambar 4.2.16 Prototype Cetak	57
Gambar 4.2.17 Testing Brand Profile	60
Gambar 4.2.18 Mockup Brand Profile	63
Gambar 4.2.19 Business Card	64
Gambar 4.2.20 Thank You Card	65
Gambar 4.2.21 Feed Instagram	72



Hak Cipta :

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

Menurut data Badan Pusat Statistik (BPS) 2024, 72,78% penduduk Indonesia sudah mengakses internet. Peningkatan aktivitas digital ini membuat masyarakat lebih sering mencari informasi dan membandingkan produk sebelum membeli. Akibatnya, konsumen menjadi lebih selektif saat memilih produk fashion, termasuk tas, sehingga identitas visual merek menjadi faktor krusial untuk menarik perhatian dan membangun kepercayaan. Tantangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah saat ini tidak hanya pada produksi, tetapi juga pada kemampuan membangun identitas brand yang kuat dan berkelanjutan (Nirmala, 2025). Konsumen tidak lagi hanya melihat harga murah atau mahal, tetapi juga menilai kualitas produk, pengalaman, dan kepercayaan terhadap brand. Kualitas produk dan citra merek memainkan peran sentral dalam strategi promosi suatu brand (Alvi, 2024). Dalam kondisi ini, brand profile membantu UMKM memperkuat promosi, memperluas jaringan, dan meningkatkan kredibilitas usaha. Brand profile memiliki peranan penting dalam persaingan usaha (Hamzah & Suhardi, 2019). Oleh karena itu, persaingan tidak hanya pada produk, tetapi pada kekuatan citra brand sehingga brand profile menjadi media penting untuk meningkatkan daya saing usaha.

Banyak pelaku usaha belum memiliki brand profile yang mampu menyajikan identitas merek, informasi produk, dan nilai usaha secara terstruktur serta profesional. Kondisi tersebut menyebabkan informasi mengenai brand belum tersampaikan secara optimal, terutama ketika mengikuti bazar, pameran, maupun proses pendaftaran sebagai peserta suatu event. Brand profile berperan sebagai media yang memuat identitas visual,



Hak Cipta :

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

profil usaha, serta informasi produk secara sistematis sehingga dapat menjaga konsistensi komunikasi merek sekaligus mendukung perluasan pasar dan kerjasama dengan mitra bisnis (Al Shabbaz, Hidayati, 2024). Selain itu, penggunaan elemen visual seperti warna, tipografi, logo, dan tata letak yang konsisten mampu memperkuat komunikasi visual, meningkatkan citra merek, serta mempermudah konsumen dalam mengenali dan mengingat suatu brand (Usman, 2025; Prawita, Swasty, & Aditia, 2017). Oleh karena itu, perancangan brand profile menjadi salah satu media komunikasi yang penting untuk menyampaikan identitas usaha dan keunggulan produk secara ringkas, jelas, dan profesional kepada penyelenggara, mitra bisnis, maupun konsumen.

Desain brand profile memiliki peran strategis dalam menyampaikan pesan secara efektif dan membangun kesan profesional di mata audiens. Elemen-elemen desain seperti tata letak, pemilihan warna, tipografi, dan penggunaan gambar berkualitas tinggi tidak hanya berfungsi untuk menarik perhatian, desain grafis dapat menciptakan pengalaman interaktif yang lebih menarik bagi konsumen, (Walisyah, 2019) dan juga membantu memperjelas informasi yang disajikan sehingga mempermudah pembaca dalam memahami identitas dan nilai brand profile secara detail.

Verkauf merupakan UMKM asal Bandung yang memproduksi tas premium dan fungsional dengan menekankan kualitas produk, serta desain yang menyesuaikan kebutuhan aktivitas sehari-hari. Kualitas produknya telah terbukti melalui keikutsertaan dalam berbagai event nasional sebagai bentuk pengakuan terhadap standar produknya Namun Verkauf masih menghadapi kendala utama pada aspek komunikasi brand. Informasi mengenai identitas, nilai brand, proses produksi, serta keunggulan produk belum tersaji dalam media yang terstruktur, konsisten, dan profesional. Hal ini menyebabkan potensi brand belum sepenuhnya tersampaikan kepada calon mitra bisnis, distributor, maupun klien.



Hak Cipta :

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

Sebagian brand profile masih hanya berisi informasi perusahaan. Padahal saat ini brand profile harus mampu membangun kesan, kepercayaan, dan identitas brand secara cepat melalui visual yang jelas dan ringkas. Karena itu, perancangan brand profile perlu tidak hanya informatif, tetapi juga komunikatif dan memperkuat citra brand.

Persaingan usaha saat ini tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk, tetapi juga kekuatan citra brand. Verkauf telah memiliki kualitas produk yang baik, namun belum memiliki media komunikasi brand yang terstruktur. Oleh karena itu, diperlukan perancangan brand profile agar identitas dan keunggulan brand dapat tersampaikan dengan jelas serta meningkatkan kredibilitas dan daya saing usaha

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan Masalah Penelitian Umkm verkauf

- 1) Bagaimana proses perancangan brand profile Verkauf yang sistematis dan terstruktur sehingga mampu merepresentasikan identitas, proses produksi, serta keunggulan brand sebagai penyedia tas berkualitas?
- 2) Bagaimana penerapan teori desain grafis dalam perancangan brand profile sebagai media promosi dapat meningkatkan kepercayaan mitra bisnis dan konsumen serta memperkuat daya saing UMKM Verkauf?
- 3) Bagaimana merancang pendukung seperti business card, feed instagram, kartu ucapan, untuk brand profile UMKM Verkauf. membangun citra merek yang konsisten dan kuat, meningkatkan persepsi kualitas produk atau layanan, serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap UMKM Verkauf



Hak Cipta :

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

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan

- 1) Proses pembuatan brand profile Verkauf mulai dari pengumpulan data, perancangan konsep, hingga finalisasi desain yang mencerminkan identitas dan nilai brand.
- 2) Penerapan teori desain grafis seperti tipografi, warna, dan tata letak untuk menghasilkan media company profile yang menarik dan komunikatif.
- 3) Integrasi desain company profile dengan media pendukung digital (media sosial, website) agar branding Verkauf konsisten dan efektif dalam menarik perhatian B2B

1.4 Tujuan dan Manfaat Brand Profile

Tujuan dan Manfaat Perancangan brand profile

1.4.1 Tujuan Brand Profile

- 1) Merancang proses perancangan brand profile Verkauf yang sistematis dan terstruktur sehingga mampu merepresentasikan identitas, proses produksi, serta keunggulan brand sebagai penyedia tas berkualitas
- 2) Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan brand profile sebagai media promosi dapat meningkatkan kepercayaan mitra bisnis dan konsumen serta memperkuat daya saing UMKM Verkauf
- 3) Merancang pendukung seperti business card, feed instagram, kartu ucapan, untuk brand profile UMKM Verkauf. membangun citra merek yang konsisten dan kuat, meningkatkan persepsi kualitas produk atau layanan, serta menumbuhkan kepercayaan publik terhadap UMKM Verkauf



Hak Cipta :

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

1.4.2 Manfaat Brand Profile

- 1) Menjadi panduan informasi resmi yang merangkum identitas, proses produksi, dan keunggulan produk secara jelas sehingga mempermudah penyampaian informasi tanpa penjelasan berulang.
- 2) Membentuk persepsi kualitas dan kredibilitas melalui penyajian informasi yang sistematis sehingga meningkatkan keyakinan konsumen, distributor, dan calon mitra terhadap brand verkauf.
- 3) Berfungsi sebagai media presentasi dan promosi profesional yang mendukung kegiatan pemasaran, pameran, negosiasi kerja sama, serta perluasan jaringan pasar.

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur penyusunan laporan Penelitian ini disusun sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Menjelaskan latar belakang usaha Verkauf dan kebutuhan desain company profile yang profesional untuk memperkuat branding dan daya saing di pasar tas yang kompetitif. Menguraikan rumusan masalah yang akan dijawab dalam pembuatan company profile, ruang lingkup serta batasan penelitian, dan tujuan serta manfaat yang diharapkan dari pembuatan company profile tersebut.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas teori dan konsep yang menjadi dasar pembuatan company profile dan branding, seperti branding, desain grafis (tipografi, warna, tata letak), komunikasi pemasaran, serta strategi pemasaran digital. Bagian ini memberikan landasan ilmiah dan referensi yang relevan untuk mendukung perancangan company profile Verkauf.



Hak Cipta :

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

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan pendekatan dan metode yang digunakan dalam pengumpulan data (misalnya wawancara, observasi, studi literatur), proses perancangan konsep desain company profile, serta teknik yang diterapkan dalam pembuatan dan finalisasi desain. Bagian ini memberikan gambaran sistematis tentang langkah-langkah pelaksanaan penelitian dan pengembangan company profile.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Memaparkan hasil penelitian dan proses perancangan brand profile Verkauf sebagai media promosi. Pembahasan mencakup analisis data yang dikumpulkan, pengembangan konsep kreatif dan konsep visual, serta penyusunan mindmap dan moodboard. Selain itu dibahas pemilihan tipografi dan warna, langkah-langkah proses perancangan desain, serta implementasi desain pada media brand profile. Bab ini juga menjelaskan proses produksi dan menampilkan hasil akhir media yang telah dirancang beserta analisisnya

BAB V PENUTUP

Menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari penelitian serta perancangan brand profile Verkauf. Kesimpulan mencakup pencapaian tujuan penelitian dan penilaian efektivitas media yang dirancang dalam mendukung promosi serta memperkuat identitas merek. Bab ini ditutup dengan saran yang dapat dijadikan acuan pengembangan lebih lanjut, baik untuk pihak Verkauf maupun untuk penelitian selanjutnya



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan proses perancangan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa perancangan brand profile sebagai media promosi UMKM VERKAUF telah berhasil memenuhi tujuan penelitian. Brand profile yang dirancang mampu menjadi media komunikasi visual yang efektif dalam menyampaikan identitas perusahaan, informasi produk, serta nilai-nilai perusahaan secara profesional. Adapun kesimpulan yang diperoleh adalah sebagai berikut.

1. Perancangan brand profile UMKM Verkauf berhasil menghasilkan media komunikasi visual yang terstruktur, informatif, dan profesional dalam menyampaikan identitas perusahaan, nilai brand, serta informasi produk, sehingga tujuan perancangan sebagai media komunikasi perusahaan telah tercapai.
2. Penerapan prinsip branding dan desain komunikasi visual menghasilkan tampilan yang konsisten, menarik, dan mudah dipahami, sehingga mampu membangun citra profesional, meningkatkan kredibilitas perusahaan, memperkuat kepercayaan konsumen, serta mempertegas positioning UMKM Verkauf di pasar.
3. Brand profile yang dirancang dapat dimanfaatkan sebagai media promosi dan presentasi perusahaan pada berbagai kegiatan pemasaran, seperti pameran, bazar, dan kerja sama bisnis, sehingga mendukung penyampaian informasi yang lebih efektif, meningkatkan brand awareness, serta memperluas peluang pengembangan pasar UMKM Verkauf.



Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Berdasarkan perancangan yang telah dilakukan, penulis menyarankan agar brand profile yang dibuat digunakan secara konsisten sebagai media promosi dalam berbagai kegiatan, seperti pameran, bazar, presentasi bisnis, dan kerja sama dengan mitra. Pemanfaatan berkelanjutan ini diharapkan memperkuat identitas visual serta meningkatkan kepercayaan publik terhadap UMKM Verkauf. Isi dan tampilan brand profile juga perlu diperbarui secara berkala jika terjadi perkembangan usaha, penambahan produk, atau perubahan identitas visual, agar informasi yang disajikan tetap relevan dan mencerminkan kondisi perusahaan. Untuk pengembangan selanjutnya, brand profile dapat dikembangkan ke format digital interaktif sehingga lebih mudah diakses melalui berbagai media digital. Penelitian lanjutan diharapkan mengevaluasi efektivitas penggunaan brand profile terhadap peningkatan citra merek, brand awareness, dan kepercayaan konsumen dengan pendekatan penelitian yang lebih mendalam, sehingga manfaat media yang dirancang dapat diukur secara lebih komprehensif.

**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

- Alkodri. *IMPLEMENTASI DESAIN GRAFIS UNTUK MEDIA PROMOSI UMKM DI PANGKALPINANG*, vol. 5.
- Gunawan, Oscar Ade. “Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi PT Bhineka Advertising.” vol. 1, pp. 62-69, <https://journal-stiayappimakassar.ac.id/index.php/srj/article/view/785>.
- Hamzah & Suhardi, (2019). Tingkat Literasi Keuangan dan Financial Technology pada Pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Kabupaten Kuningan. *Journal Unpak*, 5.
- Nirmala. *Pengaruh Brand Image UMKM (Naila Cookies) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Guna Meningkatkan Produk*, vol. 4, pp. 1656-1665, <https://ejournal.nusantaraglobal.ac.id/index.php/sentri/article/view/4407>.
- Salsabila. “PEMBUATAN MEDIA PROMOSI E-BOOKLET COMPANY PROFILE DENGAN MENGGUNAKAN CANVA PRO UNTUK MENINGKATKAN MINAT BELI PADA UMKM RADHA SCARF DI BANDUNG.” 2022, p. 8.
- Swasty, W., Putri, M. K., Koesoemadinata, M. I., & Gunawan, A. N. (2021). The Effect of Packaging Color Scheme on Perceptions, Product Preferences, Product Trial, and Purchase Intention. *Journal of Management and Entrepreneurship Petra University*, 28-30.
- vol. Vol. 18, 2024. *PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA UMKM BOLTAPIET KOTA MALANG*, <https://jurnal.polinema.ac.id/index.php/adbis/article/view/5664>.
- Walisyah, T. (2019). Bentuk-Bentuk Komunikasi Visual Dalam Periklanan. *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 6(1), 33.



Hak Cipta :

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

Shabbaz. DESAIN BRAND PROFILE BOOK BOBBATIME DALAM MEMPERKUAT IDENTITAS DAN PERLUASAN PASAR, vol. 02. Accessed 2024.

R. Kuncoro Wulan. “DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN.” Jurnal Seni dan Pendidikan Seni, vol. 7, <https://journal.uny.ac.id/index.php/imaji/article/view/6633>. Accessed 2025.

Usman. “Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain Grafis Dalam Membangun Identitas Merek.” vol. 1. Accessed 2025.

Prawita. “MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN MENENGAH.” vol. 16, pp. 27-42, <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/1895>. Accessed 29 4 2017.

Putra. “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian.” 2024-04-01, pp. 433-444.

Sari. “PENGALAMAN DAN KEPERCAYAAN MEREK DALAM MEMBANGUN LOYALITAS PADA PERLENGKAPAN LUAR RUANG EIGER DENGAN KECINTAAN MEREK SEBAGAI MEDIASI.” 2023-03-26, p. 268.

Shabbaz. DESAIN BRAND PROFILE BOOK BOBBATIME DALAM MEMPERKUAT IDENTITAS DAN PERLUASAN PASAR, vol. 02. Accessed 2024.



© 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

R. Kuncoro Wulan. “DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA
UNGKAP PERIKLANAN.” Jurnal Seni dan Pendidikan Seni,
vol. 7,

<https://journal.uny.ac.id/index.php/imaji/article/view/6633>.

Accessed 2025.

Usman. “Komunikasi Visual Dalam Branding: Peran Desain
Grafis Dalam Membangun Identitas Merek.” vol. 1. Accessed
2025.

Prawita. “MEMBANGUN IDENTITAS VISUAL UNTUK
MEDIA PROMOSI USAHA MIKRO KECIL DAN
MENENGAH.” vol. 16, pp. 27-

42, <http://journals.itb.ac.id/index.php/sostek/article/view/1895>.

Accessed 29 4 2017.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

LAMPIRAN 1

TRANSKRIP WAWANCARA & OBSERVASI



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

Transkrip Wawancara :

No	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban
1	Apakah desain cover Brand Profile Verkauf terlihat menarik?	Ya = 5 responden. Cover dinilai modern, menarik, dan mampu memberikan kesan pertama yang baik.
2	Apakah tampilan visual Brand Profile memberikan kesan profesional dan premium?	Ya = 4 responden. Sebanyak 1 responden menyarankan penambahan variasi visual agar lebih dinamis.
3	Apakah kombinasi warna yang digunakan sudah sesuai dengan identitas merek Verkauf?	Ya = 5 responden. Kombinasi warna dinilai konsisten dan mencerminkan karakter merek.
4	Apakah tata letak (layout) pada setiap halaman terlihat rapi dan nyaman untuk dibaca?	Ya = 5 responden. Layout dinilai terstruktur, seimbang, dan mudah diikuti.
5	Apakah penggunaan tipografi pada Brand	Ya = 5 responden. Jenis dan ukuran huruf dinilai jelas serta nyaman 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

	Profile mudah dibaca dan dipahami?	
6	Apakah foto produk dan elemen visual yang ditampilkan mampu menarik perhatian audiens?	Ya = 4 responden. Sebanyak 1 responden menyarankan penambahan variasi foto produk.
7	Apakah informasi yang disajikan dalam Brand Profile mudah dipahami dan tersusun secara sistematis?	Ya = 5 responden. Informasi dinilai lengkap, jelas, dan tersusun secara runtut.
8	Apakah kualitas hasil cetak, baik dari segi kertas maupun finishing, sudah memuaskan?	Ya = 5 responden. Kualitas cetak dinilai baik dengan hasil yang rapi dan profesional.
9	Apakah Brand Profile Verkauf efektif digunakan sebagai media promosi dan pengenalan merek?	Ya = 5 responden. Responden menilai Brand Profile mampu memperkenalkan identitas dan produk Verkauf dengan baik.
10	Apakah secara keseluruhan Anda merasa puas terhadap desain Brand Profile Verkauf?	Ya = 5 responden. Secara keseluruhan responden merasa puas terhadap desain, isi, dan kualitas Brand Profile Verkauf.

Hasil Kuesioner :



© 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

Google Form

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfWlforWaD2ILTvQCTsMgQrg2C5BEDL2qM5nwyabRPJ40t_2A/viewform?usp=sharing&ouid=114226249766356204934



LAMPIRAN 2

HASIL KUESIONER



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



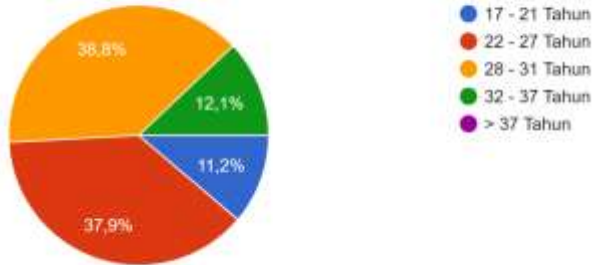


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

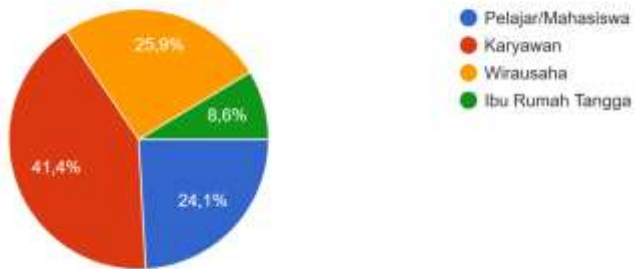
Hak Cipta :

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

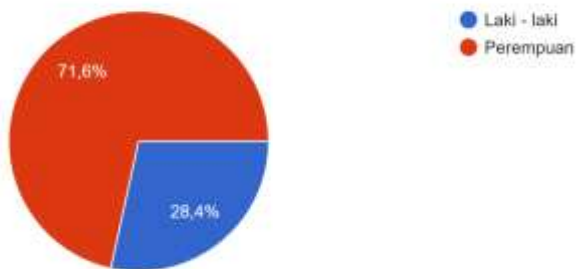
Usia
116 jawaban



Status
116 jawaban



Jenis Kelamin
116 jawaban





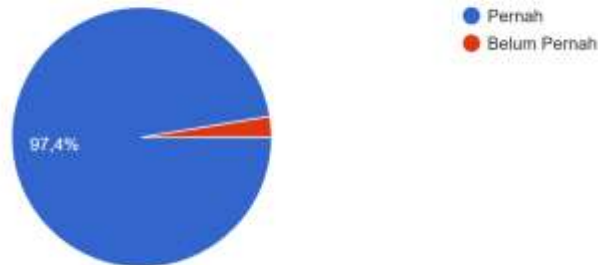
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

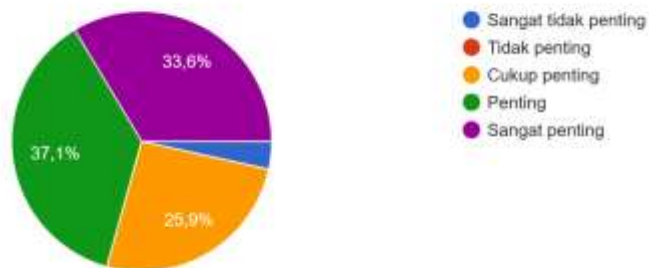
Apakah Anda pernah membaca atau melihat brand profile sebuah perusahaan sebelumnya

116 jawaban



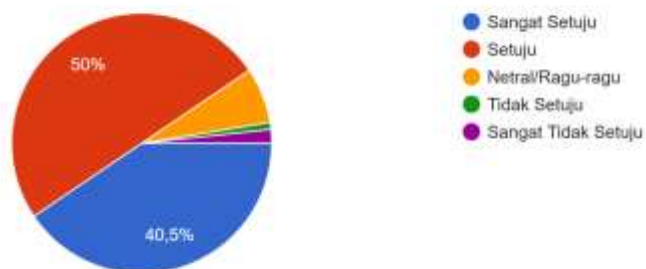
Menurut Anda, seberapa penting brand profile sebagai media promosi perusahaan?

116 jawaban



Brand profile dapat membantu meningkatkan kepercayaan terhadap perusahaan.

116 jawaban





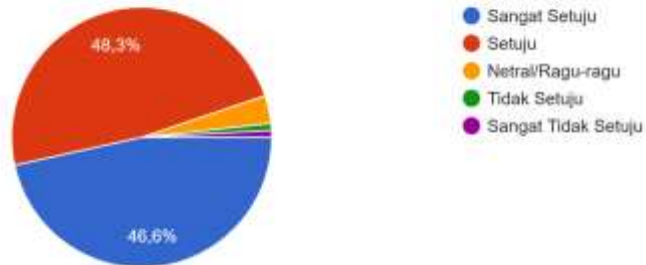
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

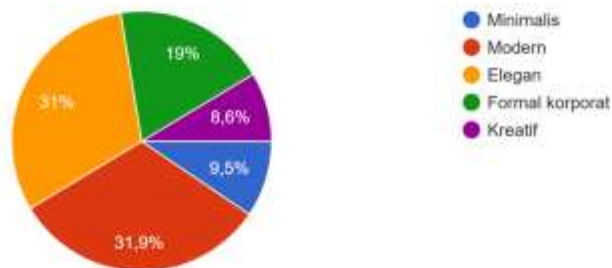
Brand profile yang menarik meningkatkan minat untuk mengenal produk/jasa sebuah perusahaan.

116 jawaban



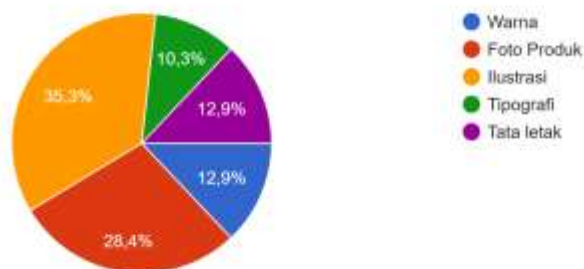
Gaya desain brand profile yang paling Anda sukai

116 jawaban



Elemen visual yang paling menarik perhatian dalam brand profile

116 jawaban



LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI & TESTING



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Dokumentasi Riset :



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 4

LOGBOOK BIMBINGAN TUGAS AKHIR



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Logbook Bimbingan TA :

No. Item	Titik Perseksi	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Done	February 13, 2026	jelaskan latar belakang fenomena pendaharperilaku pasar rumusan masalah dan tujuan membuat surat lapel	
Bimbingan ke-2	Bab 2 Landasan Perancangan	Analisis SWOT	Done	February 13, 2026	Revisi Metode Penelitian dan jurnal	
Bimbingan ke-3	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT	Done	February 27, 2026	strategi branding makin kurang di analisis nanti	
Bimbingan ke-4	Bab 3 Metode Perancangan	Creative Brief	Done	March 31, 2026	Revisi Tabel creative brief	
Bimbingan ke-5	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain		Done	July 2, 2026	Revisi Mindmap	
Bimbingan ke-6	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain		Done	April 9, 2026	Revisi Moodboard	
Bimbingan ke-7	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain		Done	June 11, 2026	Revisi Sketsa	
Bimbingan ke-8	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain		Done	June 24, 2026	Revisi digital & Cetak	
Bimbingan ke-9	Bab 5 Hasil dan Pembahasan desain	Penulisan Bab 2	Done	June 26, 2026	Revisi Testing & Kesimpulan dan saran	
Bimbingan ke-10	Laporan	New page	Done	July 8, 2026	Revisi Penulisan Laporan	

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN 5

HASIL CEK TURNITIN



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Hasil Cek Turnitin :



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144665339

PAPER NAME

DG 8A_Muhamad Himawan Mulya_PERA
NCANGAN BRAND PROFILE SEBAGAI M
EDIA PROMOSI "VERKAUF" _1.pdf

WORD COUNT

6622 Words

CHARACTER COUNT

43496 Characters

PAGE COUNT

46 Pages

FILE SIZE

649.5KB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 4:09 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2026 4:11 PM GMT+7

● 9% Overall Similarity

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

- 8% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

LAMPIRAN 6

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Daftar Riwayat Hidup :



Muhamad Himawan Mulya

Phone: 0889 7306 1832

Email: himawanmulya0@gmail.com

SUMMARY

Saya, Muhamad Himawan Mulya lulusan Multimedia dan sedang menempuh Pendidikan Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta yang penuh semangat dan siap untuk mempelajari hal baru. Dengan latar belakang pendidikan dalam Desain Grafis dan , saya telah Mempelajari dan Memahami tentang ilmu Desain dan keterampilan praktis yang diperlukan untuk berkembang di dunia kerja.

WORK EXPERIENCE

Praktik Kerja Lapangan I MultiMedia I PT. Diamond Land Feb 2021 - Mei 2021

- Membantu Membuat Desain Promosi Seperti. Flyer, Poster, X Banner
- Mengedit Video Promosi Untuk Iklan Digital, Tiktok

Project Based Learning I Graphic Desain I Politeknik Negeri Jakarta May 2022 - Jan 2025

- Desain Label Kemasan Umkm (Neng Kribo)
- Desain Box Perhiasan Umkm (Deisha Keisha Jewelry)
- Desain Cover Buku Brand Profile Umkm (Wayda By Ida)

Praktik Kerja Lapangan I Graphic Desain I PT. Pejaten Kencana Utama Abadi Feb 2025 - Juni 2025

- Merancang dan Mengembangkan Desain Feed Instagram untuk Brand Properti (Apple 3, D'marco, Gucii 1, D'crown)
- Mengedit Video Promosi Properti untuk Konten Iklan TikTok (Dave Apartment, Apartkost Puri Kemang, Apple 3)

Freelance Graphic Design I PT. Kholifah Grup Okt 2025 - Jan 2026

- Mengerjakan SPK desain dari admin sesuai kebutuhan dan brief klien
- Berkommunikasi langsung dengan customer untuk konsultasi konsep desain
- Membuat desain sesuai permintaan dan revisi dari customer

EDUCATION

SMK CITRANEGARA I Jurusan Multimedia Feb 2019 - Feb 2022

Saya Mempelajari dalam mengelola berbagai aspek kamera dan komputer seperti pembuatan ilustrasi dan Teknik Fotografi

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA I Jurusan Desain Grafis May 2022 - Present

Saya Mempelajari Mendalam untuk memiliki kemampuan dalam mengelola berbagai aspek Desain Grafis Seperti Ilustrasi, Fotografi, dan Mempelajari Teknik Cetak Media Offline

KEMAMPUAN & KEAHLIAN

- **Desain Grafis:** Adobe Illustrator, Photoshop, Canva
- **Video Editing:** Adobe Premiere Pro, CapCut
- **Fotografi & Retouching:** Kamera DSLR, Adobe Lightroom
- **Konten Sosial Media:** Desain feed Instagram, storytelling visual