



© 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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI PROYEK DESAIN

**PERANCANGAN MEDIA PROMOSI COFFEESHOP AKAL-AKALAN
KOPI SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRAND AWARENESS**



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

Oleh:
RIFDAN ADIDAN
1806421082

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2022**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 Akal-Akalan Kopi
Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.
Penulis : Rifdan Adidan
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, 15 Mei 2022

Menyetujui

Dosen Pembimbing I

Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si
NIP 520000000000000263

Dosen Pembimbing II

Rachmah Nanda Kartika, M.T.
NIP 199206242019032025

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Perancangan Media Promosi Akal-Akalan Kopi Sebagai Upaya
Meningkatkan *Brand Awareness*.

Oleh:

Rifdan Adidan
1806421082

Disahkan

Depok, 4 Agustus 2022

Penguji I



Sugeng Indriyanto
NIP 520000000000000240


Penguji II



Dina Martin, S.Sn., M.Ds.
NIP 520000000000000267

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan




Dra. Wiji Prastiwinarti, M.M
NIP 196407191997022001

© 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 mengumumkannya 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 mengumumkannya 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 Akal-Akalan Kopi Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh suatu 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 diaacu 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, 15 Juli 2022

Yang bertanda tangan



Rifdan Adidan

1806421082



ABSTRAK

Coffee shop (kedai kopi) merupakan bisnis yang mengalami pertumbuhan pada berbagai tempat, mulai dari pedesaan hingga kota-kota besar. Para remaja sangat suka menikmati kopi di kafe bersama teman, kolega, maupun pasangan. Pemilik usaha kedai kopi harus memiliki identitas dan media promosi yang menarik agar mampu meningkatkan *brand awareness*. Akal-Akalan Kopi memiliki relasi yang cukup luas di kalangan para pebisnis kedai kopi di Kota Jakarta. Akal-Akalan Kopi sering mendapat undangan untuk menghadiri *event* kopi, baik *event* internal maupun eksternal. Namun, Akal-Akalan Kopi belum memiliki media promosi yang akan digunakan untuk berpartisipasi dalam berbagai *event*. Dari permasalahan yang ada, Akal-Akalan Kopi memerlukan rancangan desain media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* mereka terutama saat berpartisipasi pada berbagai *event*. Metode yang digunakan dalam perancangan desain melalui tahapan seperti tahap penggalan informasi, tahap kreatif, tahap perbaikan, tahap pelaksanaan dan tahap produksi. Tahapan proses desain tersebut memandu perancang untuk mengumpulkan data dan menganalisis, mengembangkan sebuah ide, membuat rancangan desain hingga mengaplikasikan desain pada media pendukung yang akan digunakan Akal-Akalan Kopi saat berpartisipasi pada berbagai *event* kopi. Tujuan dari perancangan ini adalah mendapatkan desain media promosi yang sesuai dengan target audience mereka dan dapat meningkatkan *brand awareness* mereka.

Kata Kunci: Desain Media Promosi, Kedai Kopi, Kopi, *Event* Kopi

Hak Cipta :

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

ABSTRACT

Coffee shop is a business that is experiencing market growth in various places, from rural areas to big cities. Teenagers really like to enjoy coffee in cafes with friends, colleagues, or partners. Coffee shop business owners must have an attractive identity and promotional media in order to increase brand awareness. Akal-Akalan Kopi has a fairly broad relationship among coffee shop businessmen in the city of Jakarta. Akal-Akalan Kopi often receives invitations to attend coffee events, both internal and external events. However, Akal-Akalan Kopi does not yet have a promotional media that will be used to participate in various events. From the existing problems, Akal-Akalan Kopi requires a promotional media design design to increase their brand awareness, especially when participating in various events. The method used in designing the design goes through stages such as the information mining stage, the creative stage, the improvement stage, the implementation to the supporting media that will be used by Akal-Akalan stage and the production stage. These stages of the design process guide the designer to collect data and analyze, develop an idea, create a design design to apply the design Kopi when participating in various coffee events. The purpose of this design is to get a promotional media design that suits their target audience and can increase their brand awareness.

Keywords: Promotional Media Design, Coffee Shop, Coffee, Coffee Event

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



PRAKATA

Segala puji serta syukur atas kehadiran Allah Swt., yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Proposal Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Desain Media Promosi Akal-Akalan Kopi Sebagai Upaya Meningkatkan *Brand Awareness*.” Tidak lupa juga saya ucapkan banyak terimakasih kepada orang tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan selama saya melaksanakan penyusunan hingga menyelesaikan proposal ini.

Dalam kesempatan ini, penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu selama masa pelaksanaan praktik kerja lapangan maupun dalam penyusunan laporan, di antaranya:

1. Bapak Dr.sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing, HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dra. Wiwi Prastiwinarti, S.Si, M.M selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Anggi Anggarini M.Ds selaku ketua Program studi Desain Grafis dan dosen pembimbing dari jurusan dalam menyelesaikan laporan penulisan ini.
4. Bapak Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Rachmah Nanda Kartika, M.T selaku Dosen Pembimbing II
5. Seluruh Dosen Pengampu mata kuliah semester 8 program studi desain grafis yang telah memberikan ilmu pengetahuan selama perkuliahan
6. Raka, Fauzi, Fazrin, Fahrezi, Yudha, Aship, dan keluarga Akal-Akalan Kopi lainnya yang banyak menemani, menginspirasi, dan bercerita
7. Ahmad Irvan Rolisman yang sudah menjadi pendengar yang baik di berbagai kondisi.
8. Nazala Putri Raditia yang sudah membantu dan mendukung saya dalam melewati keraguan dan ketidakpercayaan pada diri saya sendiri
9. Kicen, padang, Naila Raisya yang baik hatinya, Nida, dan teman-teman Politeknik Negeri Jakarta lainnya yang sudah membantu saya dalam penulisan Laporan Tugas Akhir Ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Saya menyadari bahwa penyusunan laporan tugas akhir ini masih terdapat banyak kekurangan, karena itu saya memohon maaf bila ada kesalahan dan mengharapkan saran serta kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata, saya berharap laporan ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Depok, 15 Juli 2022

Rifdan Adidan





DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	i
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah.....	3
1.3. Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4. Tujuan dan Manfaat Perancangan.....	3
1.5. Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN TEORI	6
2.1. Promosi.....	6
2.2. Pembauran Marketing.....	6
2.3. Strategi Promosi.....	6
2.4. Media Promosi.....	7
2.5. Desain Grafis dalam Media Promosi	9
2.6. Elemen Desain Grafis	10
2.7. Layout	14
2.8. Prinsip Desain Grafis	16
2.9. Teori Gestalt	19
2.10. Brand Awareness	21
BAB III METODE PERANCANGAN.....	21

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.1.	Metode Riset Desain	21
3.2.	Teknik Pengumpulan Data.....	22
3.3.	Data dan Fakta	24
3.4.	Analisis Data dan Fakta	32
3.5.	Creative Brief.....	35
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....		39
4.1.	Konsep Visual.....	39
4.2.	Proses Desain	45
4.3.	Media Pendukung	57
4.4.	Pertimbangan Produksi	62
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1.	Simpulan	64
5.2.	Saran	65
DAFTAR PUSTAKA		66
LAMPIRAN		67

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Media Promosi Cetak	8
Gambar 2.2 Contoh Media Elektronik	8
Gambar 2.3 Jenis Jenis Huruf	10
Gambar 2.4 Font Bakso Sapi	11
Gambar 2.5 Warna Pink	12
Gambar 2.6 Warna Cokelat	13
Gambar 2.7 Manuscript Grid	14
Gambar 2.8 Column Grid	15
Gambar 2.9 Modular Grid	15
Gambar 2.10 Prinsip Kesatuan	16
Gambar 2.11 Prinsip Keseimbangan	17
Gambar 2.12 Prinsip Proporsi	17
Gambar 2.13 Prinsip Irama	18
Gambar 2.14 Prinsip Dominasi	18
Gambar 2.15 Contoh Penerapan Teori Gestalt	19
Gambar 3.1 Logo Akal-Akalan Kopi	25
Gambar 3.2 Produk Akal-Akalan Kopi	26
Gambar 3.3 Logo Noza Kopi	27
Gambar 3.4 Produk Persamaan Kopi	28
Gambar 4.1 Mindmap Konsep Visual	40
Gambar 4.2 Moodboard Konsep Visual	42
Gambar 4.3 Moodboard Struktur Media Promosi Utama	43
Gambar 4.4 Moodboard Perilaku Konsumen	44
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 1	46
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif 2	47
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 2 Terbuka	47
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 3	48
Gambar 4.9 Sketsa Alternatif 4	49
Gambar 4.10 Sketsa Alternatif 5	49

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.11 Desain Komprehensif.....	50
Gambar 4.12 Sketsa Halus Terlipat	51
Gambar 4.13 Sisi A Brosur	52
Gambar 4.14 Sisi B Brosur	54
Gambar 4.15 Proses Testing	56
Gambar 4.16 Proses Testing	56
Gambar 4.17 Proses Testing	57
Gambar 4.18 Proses Testing	57
Gambar 4.19 Mock Up.....	58
Gambar 4.20 Mock Up.....	58
Gambar 4.21 Mock Up.....	59
Gambar 4.22 Media Pendukung.....	59
Gambar 4.23 Media Pendukung.....	60
Gambar 4.24 Media Pendukung.....	60
Gambar 4.25 Media Pendukung.....	61
Gambar 4.26 Media Pendukung.....	61

Hak Cipta :

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

Tabel 3.1 Analisa SWOT Akal-Akalan Kopi	33
Tabel 3.1 <i>Creativc Brief</i>	35





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Dospem 1.....	66
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Dospem 2.....	68
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....	68
Lampiran 4 Kuesioner Konsumen	71
Lampiran 5 Kuesioner Pengunjung Event	73
Lampiran 6 Hasil Cek Plagiarisme	81
Lampiran 7 Dokumentasi.....	82





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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Coffee shop (kedai kopi) merupakan bisnis yang mengalami pertumbuhan pada diberbagai tempat, mulai dari pedesaan hingga kota-kota besar. Para remaja sangat suka menikmati kopi di kafe bersama teman, kolega, maupun pasangan. Kedai kopi sudah banyak berdiri terutama di Kota Jakarta, sehingga para remaja memiliki banyak pilihan kedai kopi untuk dikunjungi. Pemilik usaha kedai kopi harus memiliki identitas dan media promosi yang menarik agar mampu meningkatkan *brand awareness*.

Akal-Akalan merupakan kedai kopi yang sudah berdiri sejak 27 Juli 2020. Akal-Akalan Kopi beroperasi setiap hari Selasa hingga hari Minggu pukul 14.00 WIB hingga 01.00 WIB Sejak berdiri hingga sekarang, Akal-Akalan Kopi sudah melakukan perpindahan outlet sebanyak 3 kali, mulai dari depan rumah, angkringan di daerah Sawangan, hingga ruko. Semenjak beroperasi pada ruko yang sekarang mereka tempati, Akal-Akalan Kopi mengalami penurunan penjualan dibandingkan sewaktu mereka berlokasi di Sawangan. Ruko yang sekarang ditempati Akal-Akalan Kopi bertempat di Jl. Asoka Raya No.56, RW.1, Sukabumi Utara, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 11540.

Akal-Akalan Kopi memiliki relasi yang cukup luas di kalangan para pebisnis kedai kopi di Kota Jakarta. Hal tersebut diperoleh Akal-Akalan Kopi karena salah satu pemiliknya merupakan barista di salah satu *brand* kopi ternama di Indonesia. Akal-Akalan Kopi sering mendapat undangan untuk menghadiri *event* kopi, baik *event* internal maupun eksternal. *Event* internal kopi merupakan acara yang diselenggarakan oleh sebuah kedai kopi dengan mengundang masyarakat umum serta kedai kopi lain untuk hadir di kedai kopi yang mengadakan acara tersebut. *Event* eksternal merupakan acara yang diselenggarakan *event organizer* maupun pencinta kopi dengan mengundang

para pebisnis kedai kopi untuk membuka *booth* di acara tersebut, serta mengundang masyarakat umum dan pecinta kopi untuk hadir dan merasakan berbagai kopi yang disuguhkan oleh para pebisnis kopi dari berbagai *brand*. Menghadiri berbagai *event* kopi merupakan salah satu cara Akal-Akalan Kopi dalam memperluas relasi serta meningkatkan *brand awareness* Akal-Akalan Kopi di kalangan pecinta kopi maupun pebisnis kedai kopi lainnya.

Selama menghadiri undangan *event* internal kopi, Akal-Akalan Kopi hanya membawa stiker logo Akal-Akalan Kopi untuk dibagikan kepada para pengunjung. Desain *booth* yang akan digunakan Akal-Akalan Kopi di acara eksternal pun hanya sebuah gerobak kayu dan banner bertuliskan Akal-Akalan Kopi, dan tidak terdapat banner yang menunjukkan keunggulan, info, maupun promo Akal-Akalan Kopi.

Promosi yang dilakukan Akal-Akalan Kopi pada media sosialnya pun hanya mengandalkan lingkup pergaulan dan pertemanan saja. Unggahan yang terdapat pada Instagram Akal-Akalan kopi belum memperhatikan AIDA (*attention, interest, desire, action*). Media promosi yang sudah ada di kedai Akal-Akalan Kopi hanya berupa sebuah banner berukuran 30cm x 200 cm yang dipasang di pagar ruko mereka. Para konsumen pun berpendapat bahwa media promosi tersebut belum efektif untuk menimbulkan *brand awareness*.

Oleh karena itu, hingga saat ini konsumen dan pelanggan Akal-Akalan Kopi masih sedikit dan hanya berasal dari kalangan teman dari para pendiri Akal-Akalan Kopi. Sedikitnya jumlah konsumen Hal ini dikarenakan tingkat kesadaran masyarakat akan adanya usaha kedai kopi Akalan-Akalan Kopi masih sebatas melalui mulut ke mulut menurut penjelasan Raka salah satu pendiri dari Akal-Akalan Kopi. Jika kesadaran terhadap merek (*brand awareness*) sudah tertanam di pikiran masyarakat maka dengan mudah sebuah nama usaha akan muncul ketika konsumen mencari apa yang mereka cari atau butuhkan (Gerinda Agnes, 2022). Dalam kasus ini diharapkan nama Akal-Akalan Kopi akan muncul ke pikiran calon konsumen apabila mereka sedang mencari kedai kopi.

Hak Cipta :

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

Promosi memiliki peran yang penting dalam menyiarkan merek produk dan tempat dengan konsumen untuk membentuk kesadaran merek (Gerinda Agnes, 2022). Promosi dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan membuat media promosi yang disesuaikan dengan sasaran contohnya melalui media sosial, radio lokal, banner, booklet, atau jenis media cetak lainnya menurut Kotler dalam jurnal Perancangan Media Promosi Waroeng Makan Kalkoen Sebagai Upaya meningkatkan *brand recognition* tahun 2018.

Untuk meningkatkan kesadaran merek masyarakat terhadap brand Akal-Akalan Kopi, perancangan media promosi dapat dilakukan salah satunya media promosi Akal-Akalan Kopi saat menghadiri berbagai *event* kopi.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, maka rumusan masalah dari penulisan tugas akhir ini adalah bagaimana merancang media promosi untuk meningkatkan *brand awareness* Akal-Akalan Kopi?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan tugas akhir ini adalah:

1. Proses perancangan desain media promosi Akal-Akalan Kopi.
2. Penerapan teori dan elemen grafis pada desain media promosi Akal-Akalan Kopi.
3. Penerapan desain media promosi Akal-Akalan Kopi pada saat menghadiri acara kopi.

1.4. Tujuan dan Manfaat Perancangan

Tujuan penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Menjelaskan proses perancangan desain media promosi Akal-Akalan Kopi.



Hak Cipta :

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

2. Menjelaskan penerapan elemen desain grafis dalam perancangan desain media promosi Akal-Akalan Kopi.
3. Menjelaskan penerapan desain media promosi Akal-Akalan Kopi pada media daring maupun cetak.

Adapun manfaat dari penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Dapat membantu Akal-Akalan Kopi dalam menentukan acuan perancangan desain media promosi selanjutnya.
2. Hasil perancangan media promosi ini diharapkan dapat membantu Akal-Akalan Kopi dalam meningkatkan *brand awareness* mereka.

1.5. Sistematika Penulisan

Berikut adalah sistematika penyusunan tugas akhir:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang dari perancangan media promosi Akal-Akalan Kopi sebagai upaya meningkatkan *brand awareness*, lalu dilanjutkan dengan rumusan masalah, tujuan dan manfaat perancangan, serta sistematika penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini membahas landasan teori yang digunakan sebagai landasan dari perancangan desain media promosi Akal-Akalan Kopi.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas metode penelitian yang digunakan dalam penulisan tugas akhir, yaitu metode kuantitatif dan metode pengumpulan data yang digunakan adalah dengan kuesioner yang diperkuat dengan analisis data serta arahan kreatif yang didapatkan dari klien.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini membahas tentang proses pembuatan media promosi Akal-Akalan Kopi yang akan diterbitkan di berbagai acara kopi, mulai dari pembuatan *mindmap* hingga *final artwork*. Selain proses pembuatan desain, bab ini juga menjelaskan tentang penerapan bergai teori dalam pembuatan desain promosi Akal-Akalan Kopi.

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan tentang rangkuman dari penulisan tugas akhir ini, mulai dari latar belakang permasalahan Akal-Akalan Kopi, hingga hasil dari pembuatan media promosi untuk berbagai acara yang akan dihadiri oleh Akal-Akalan Kopi dengan tujuan meningkatkan *brand awareness* mereka.



Hak Cipta :

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

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Akal-Akalan Kopi merupakan bisnis kedai kopi yang sedang berupaya meningkatkan *brand awareness* mereka. Salah satu upaya yang mereka lakukan adalah dengan berpartisipasi di berbagai acara atau *event* kopi. Upaya ini dilakukan karena Akal-Akalan Kopi sering mendapat undangan dari berbagai acara kopi, mulai dari festival hingga acara internal yang diselenggarakan oleh kedai kopi lain. Namun, Akal-Akalan Kopi belum memiliki media promosi yang akan mereka gunakan untuk meningkatkan *brand awareness* mereka pada berbagai acara kopi. Untuk mendapatkan keputusan dalam pemilihan media promosi serta gaya visual apa yang akan digunakan dalam perancangan, dibutuhkan sebuah data. Data yang dibutuhkan diperoleh dari wawancara, observasi, dan menyebarkan kuesioner. Hasil analisa dari data yang diperoleh, menunjukkan bahwa media promosi yang tepat untuk diterbitkan pada berbagai acara kopi adalah sebuah brosur yang berisikan informasi serta dapat dibawa dan disimpan. Gaya visual yang diperoleh dari hasil analisa data berupa desain yang kompleks dan *colorful*. Setelah mendapatkan data tentang gaya visual yang akan digunakan, langkah selanjutnya adalah merancang visual dari brosur yang dimulai dari pembuatan *mindmap*, penyusunan *moodboard*, hingga pembuatan sketsa alternatif. Dari 5 sketsa alternatif yang dibuat, terpilih lah sebuah sketsa alternatif yang memiliki potongan brosur yang berbeda pada setiap lembarnya. Bentuk potongan dari alternatif tersebut terdiri dari bentuk menyerupai botol, *stopwatch*, dan siluet logo Akal-Akalan Kopi. Setiap bentuk potongan tersebut memberikan pesan masing-masing, yaitu botol merupakan kemasan minuman, *stopwatch* memberikan pesan akan keunggulan Akal-Akalan Kopi yang menyajikan produk dengan waktu yang lebih cepat

dibandingkan kompetitornya, siluet logo Akal-Akalan Kopi yang merupakan identitas visual dari Akal-Akalan Kopi.

5.2. Saran

Dari penelitian yang sudah dilakukan, berikut adalah saran yang diharapkan dapat membantu dan menyempurnakan perancangan selanjutnya:

1. Terdapat kendala dalam mendapatkan data kuesioner, karena tidak semua pengunjung bersedia untuk mengisi kuesioner, sehingga *consumer insight* yang didapat hanya mengandalkan dari beberapa pengunjung yang bersedia mengisi kuesioner. Penulis menyarankan untuk meminta bantuan pengelola kedai kopi maupun panitia acara dalam menyebarkan kuesioner agar pengunjung lebih merasa aman dan percaya untuk mengisi kuesioner.



Hak Cipta :

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

Jurnal

- Iswandi, H. (2021). Peran dan Pengaruh Tampilan Desain pada Periklanan. Besaung: Jurnal Seni Desain dan Budaya.
- Askaria, A. (2019). Teori Gestalt Dalam Mendesain UI
- Pradana, W.S. dan Nova Kristiana (2021). Prinsip Gestalt pada Label Kemasan Air Minum ADES
- Perdana, P.H. (2018). Perancangan Media Promosi Waroeng Makan Kalkoen Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition
- Aulia Putri, Regina (2019). Perancangan Promosi Produk Cololite Promotion Design Of Cololite Products. Universitas Telkom, Desain Komunikasi Visual
- Faradilla, Gerinda Agnes Tri (2022). Perancangan Media Promosi Khawin Dekorasi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness. Universitas Dinamika
- Febriyan, Firman (2018). Pengaruh Pemasaran Media Sosial Terhadap Brand Awareness Pada Produk Internasional. Universitas Brawijaya

Buku

- Anggarini, Anggi (2019). Layout Desain Publikasi: Eksplorasi Teks dan Gambar. Depok: Penerbit PNJ Press
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2017). Pemasaran Strategik. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Putra, R. W. (2021). Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Indrayana, A. (2021). Desain Elementer II: Prinsip-prinsip Tata Rupa Desain Grafis. BP ISI Yogyakarta, Yogyakarta.
- Sitorus, Onny Fitriana dan Novelia Utami (2017). Buku Ajar Strategi Promosi Pemasaran. Jakarta: Penerbit UHAMKA

Hak Cipta :

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



LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Dosen 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA Rifdan Adidan
NAMA PEMBIMBING Drs. Sujendro Hery Nugroho, M.Si
JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Media Promosi Akal-Akalan Kopi
Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness.

KETERANGAN:

1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan tugas Akhir sebelum s.dang

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI
1	13 Mei 2022	Perbaiki latar belakang dan rumusan masalah	Memperbaiki latar belakang
2	16 Mei 2022	Cek segmentasi pasar, kaitkan AIDA dengan klien	Memastikan segmentasi pasar
3	8 Juli 2022	Pertajam dan perbaiki latar belakang	Menjelaskan adanya perubahan strategi promosi hasil evaluasi dari sempro
4	9 Juli 2022	Penjelasan perubahan diterima, lanjutkan dan fokus	Melanjutkan pekerjaan
5			
6			
7			
8			

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

2. Lembar Bimbingan Dosen 2

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA	Rifdan Adidan
NAMA PEMBIMBING	Rachmah Nanda Kartika, M.T.
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Media Promosi Akal-Akalan Kopi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness.

KETERANGAN:

1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa
2. Lembar bimbingan ini ditulisi oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sobelum sidang

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI
1	15 Juli 2022	Perbaiki paragraf yang berantakan dan beri nomor halaman sesuai ketentuan	Merapihkan paragraf dan memberi nomor halaman sesuai ketentuan
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			

3. Transkrip Wawancara

Rifdan : Halo Rak, jadi gua mau nanya seputar *event* kopi dan Akal-Akalan Kopi nih.

Raka : Iyaa dan, silahkan.

Rifdan : Kedai kopi atau *coffe shop* yang pemilik atau baristanya lu kenal kira kira ada berapa rak?

Raka : Kurang lebih 20 *brand* sih dan.

Rifdan : *Brand* gede atau kecil tuh?



© 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

- Raka : Kalo *brand* kecil, selain kenal baristanya gua kenal juga sama pemiliknya dan. Kalo *brand* yang gede atau terkenal gitu, gua kenalnya sama pengelola atau baristanya aja.
- Rifdan : Barista, pemilik kedai kopi, atau pecinta kopi itu ada komunitasnya ga si Rak?
- Raka : Ada dan, di Facebook namanya Barista Indonesia.
- Rifdan : Akal-Akalan pernah dapet undangan *event* kopi ga Rak?
- Raka : Pernah dan.
- Rifdan : Acara apa aja tuh Rak?
- Raka : Acara internal, silaturahmi, grand opening, soft opening, sampe festival.
- Rifdan : Wih lumayan sering tuh rak?
- Raka : Lumayan sering dan, biasanya bisa sebulan sekali kalo acara internal. Kalo festival bisa 2 sampe 3 kali setahun.
- Rifdan : Mayoritas yang datang ke acara internal kopi gitu, emang yang diundang aja, atau orang lain juga ada yang datang?
- Raka : Dua duanya dan, yang diundang dating, masyarakat biasa juga datang.
- Rifdan : Mayoritas laki-laki atau cewe Rak yang datang?
- Raka : Laki-laki.
- Rifdan : Rak, kalo lu hadir ke acara internal kopi gitu, lu boleh promosiin brand lu sendiri ga si Rak?
- Raka : Boleh Dan, cuma baiknya izin dulu ke tuan rumah atau yang buat acara. Tapi biasanya MC nya bakal bantu promoin kedai kedai yang diundang juga kok.
- Rifdan : Nah, Akal-Akalan kalo hadir ke *event* gitu biasanya usaha yang dilakuin buat promosi apa sih Rak?



© 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

Raka : Biasanya tuker-tukeran stiker aja sih dan.

Rifdan : Kalo festival Rak?

Raka : Kalo festival biasanya kita dapet info tentang buka booth itu dari socmed dan.

Rifdan : Festival kan lu bayar dong buat buka booth di sana? Lu keberatan ga buat bayar dan buka booth di festival?

Raka : Engga keberatan sama sekali lah, itu peluang besar banget buat narik pasar.

Rifdan : Tapi emang buat buka booth di festival, Akal-Akalan udah siap Rak kaya media promosinya gitu, kaya desain booth banner dll.?

Raka : Paling pake gerobak angkringan sama banner yang waktu itu dulu dan.

Rifdan : Okee Rak, tengkyuu banget nih yaa atas waktunya buat wawancara.

Raka : Okee sama-sama dan.

Rifdan : Oiya Rak, kalo ada info acara acara kopi gitu kabarin gua yaa.

Raka : Okee siap.



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

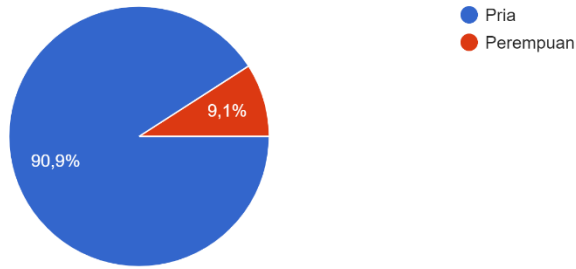


4. Kuesioner Konsumen Akal-Akalan Kopi

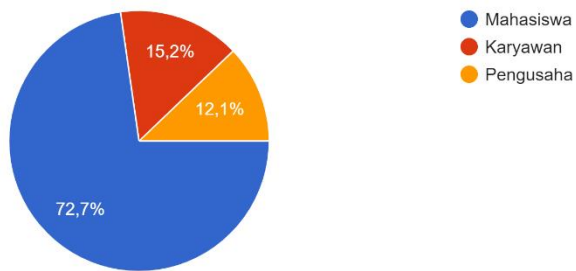
Hak Cipta :

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

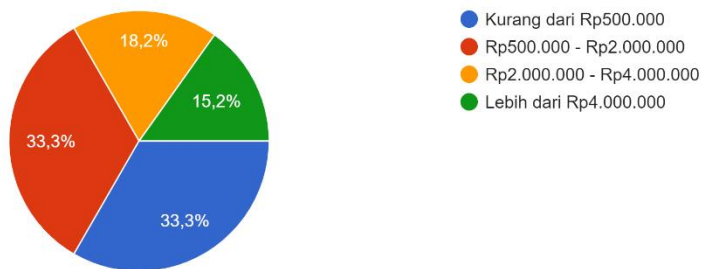
Jenis Kelamin
33 jawaban



Status
33 jawaban



Pendapatan Perbulan
33 jawaban





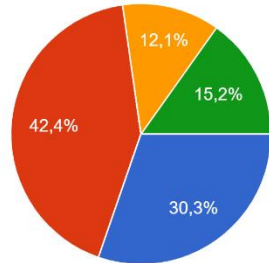
Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 satu 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

Pengeluaran Perbulan

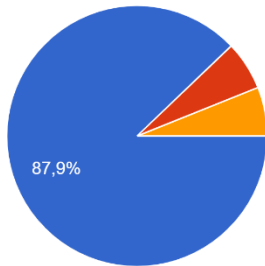
33 jawaban



- Kurang dari Rp500.000
- Rp500.000 - Rp2.000.000
- Rp2.000.000 - Rp4.000.000
- Lebih dari Rp4.000.000

Dari mana anda mengetahui Akal-Akalan Kopi?

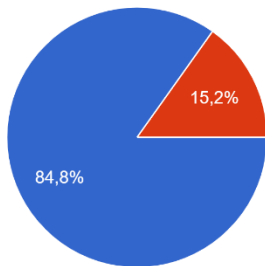
33 jawaban



- Mulut ke mulu (teman/kerabat)
- Pernah lewat atau lihat langsung kedainya
- Instagram

Jika sebelumnya anda tidak mengetahui kedai Akal-Akalan Kopi, apakah anda menyadari bahwa ruko tersebut merupakan kedai kopi?

33 jawaban



- Ya
- Tidak



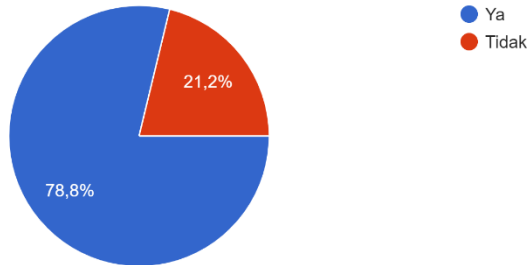
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 kritis 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

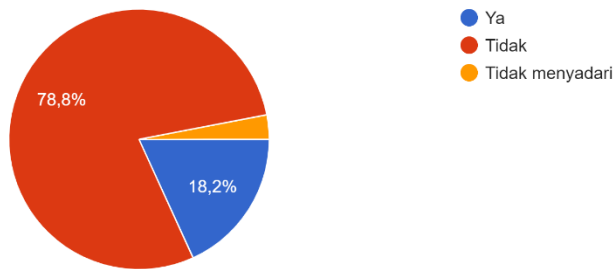
Pada saat berkunjung apakah anda menyadari adanya media promosi di kedai Akal-Akalan Kopi?

33 jawaban



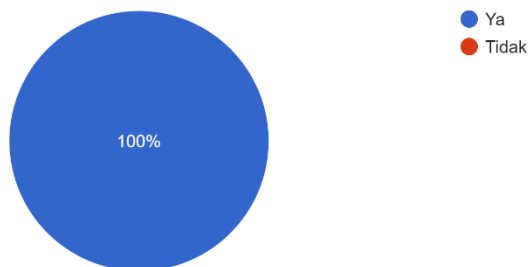
Jika anda menyadari adanya media promosi di kedai Akal-Akalan Kopi, menurut anda apakah media tersebut efektif untuk menimbulkan brand awareness Akal-Akalan Kopi?

33 jawaban



Menurut anda, apakah dengan adanya media promosi seperti banner, lightbox, dan lain lain dapat membantu orang disekitar menyadari akan keberadaan Akal-Akalan Kopi?

33 jawaban



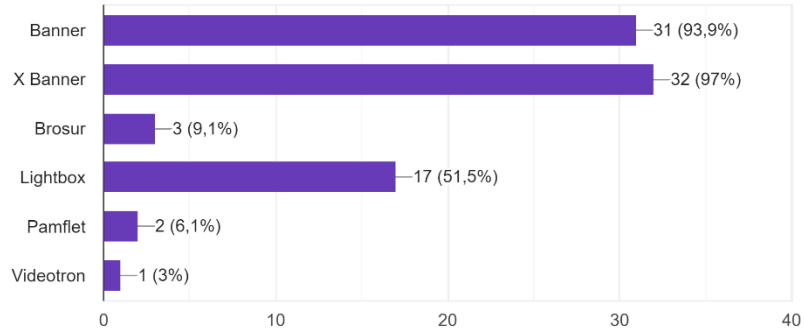


Hak Cipta :

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

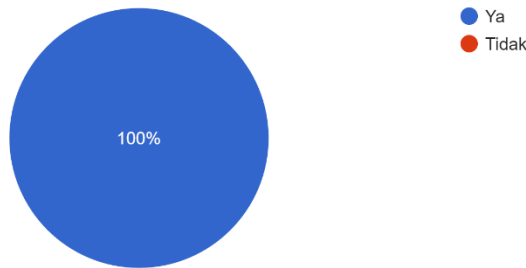
Media Promosi apa saja yang tepat untuk dipasang di kedai Akal-Akalan Kopi?

33 jawaban



Apakah anda merasa nyaman berkunjung ke Akal-Akalan Kopi?

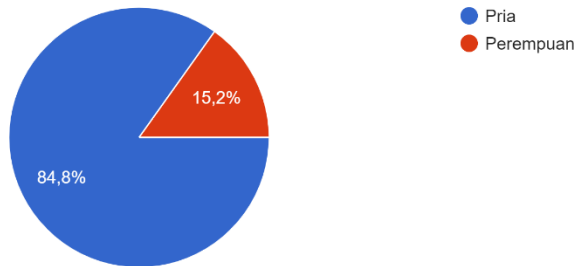
33 jawaban



5. Kuesioner Pengunjung Acara Kopi

Jenis Kelamin

33 jawaban



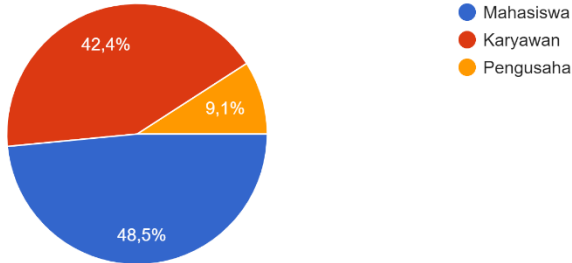


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

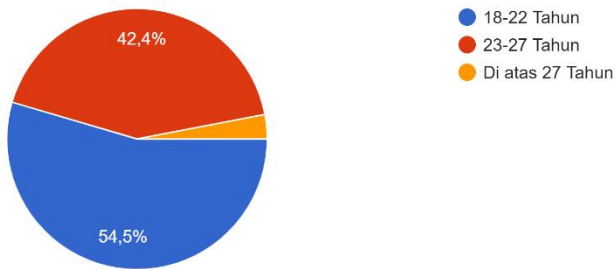
Hak Cipta :

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

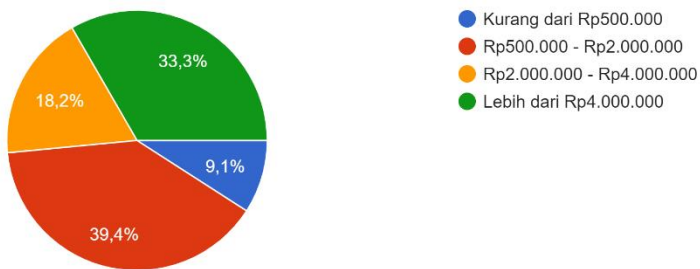
Status
33 jawaban



Umur
33 jawaban



Pendapatan Perbulan
33 jawaban





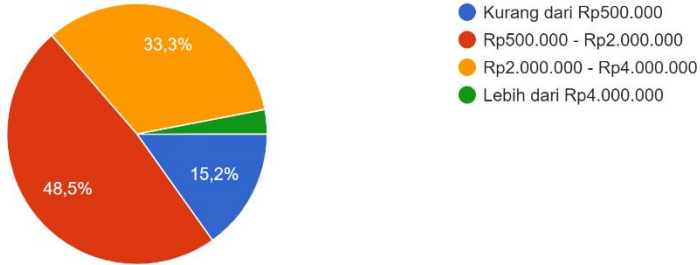
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

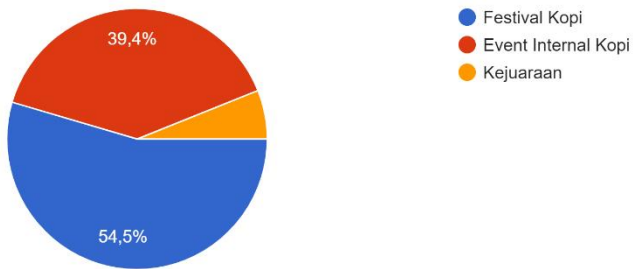
Pengeluaran Perbulan

33 jawaban



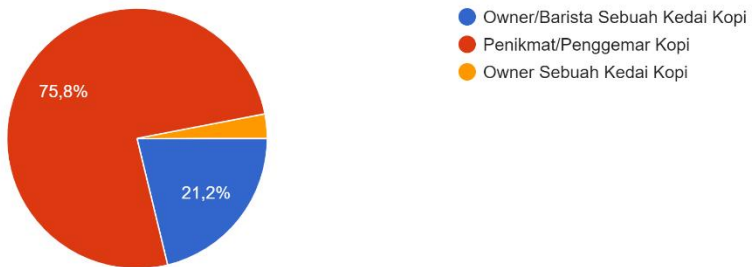
Pada saat mengisi kuesioner ini, anda hadir pada acara

33 jawaban



Anda hadir sebagai

33 jawaban





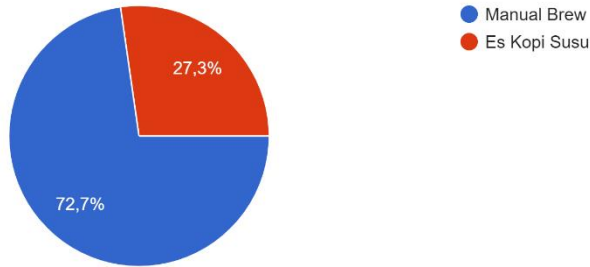
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

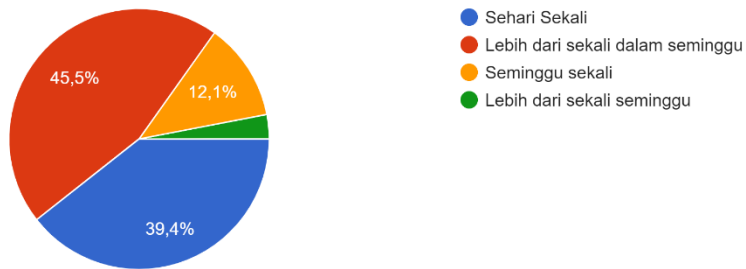
Jenis kopi apa yang anda gemari

33 jawaban



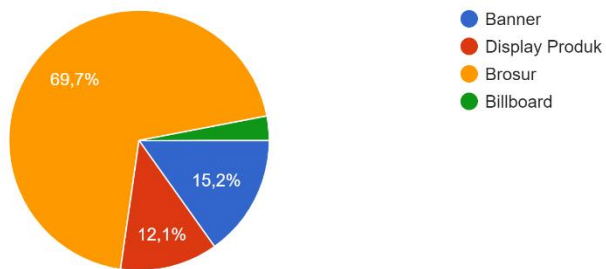
Seberapa sering anda mengkonsumsi Kopi

33 jawaban



Media promosi apa yang efektif jika diterbitkan pada saat acara/event?

33 jawaban





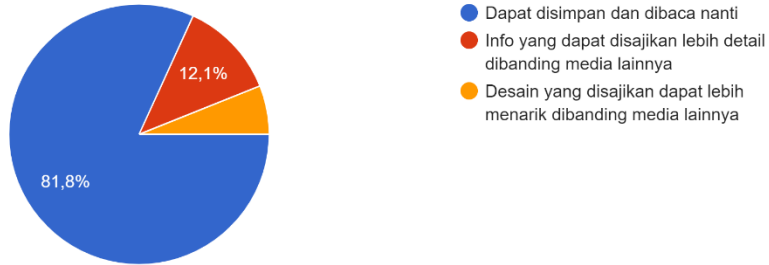
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

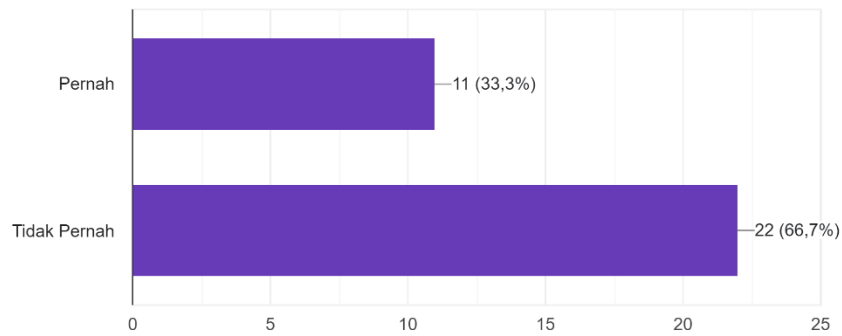
Jika memilih brosur, mengapa anda berpendapat bahwa brosur merupakan media promosi yang efektif pada sebuah event/acara?

33 jawaban



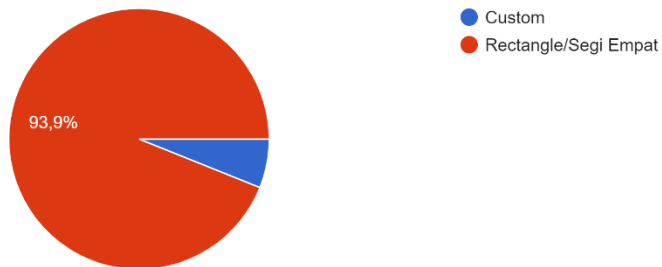
Apakah anda pernah menemukan brosur dengan bentuk selain persegi/persegi panjang seperti berikut?

33 jawaban



Bentuk brosur mana yang lebih sering anda temui?

33 jawaban





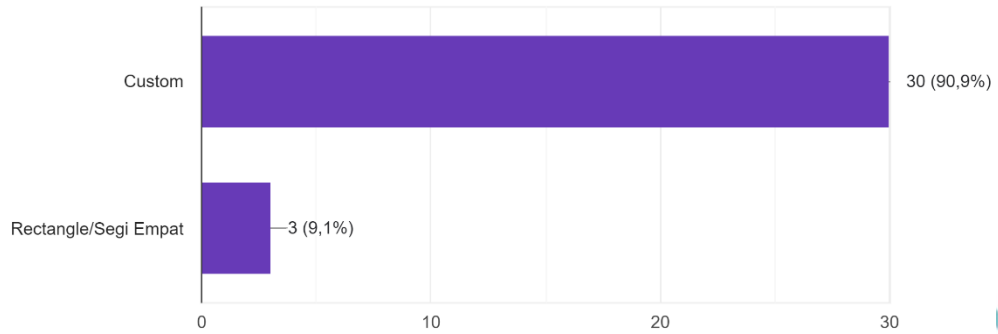
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

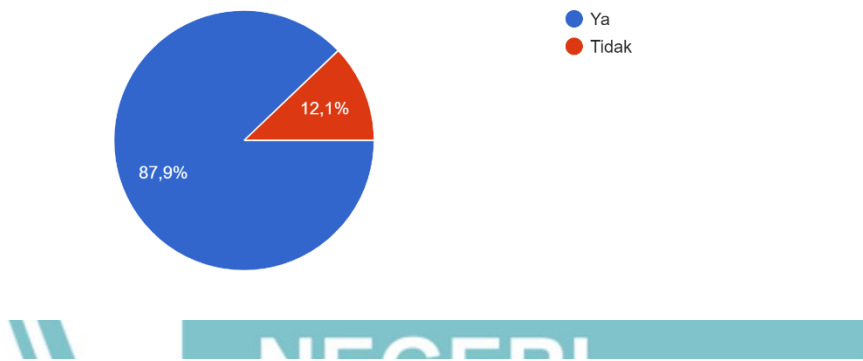
Bentuk brosur mana yang lebih menarik untuk anda?

33 jawaban



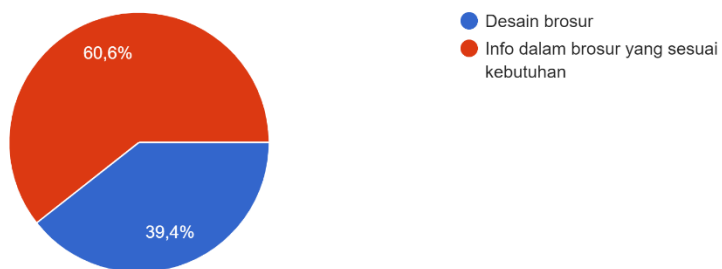
Jika diberi brosur apakah anda akan menyimpannya?

33 jawaban



Apa yang memicu anda untuk menyimpan atau mengambil sebuah brosur?

33 jawaban





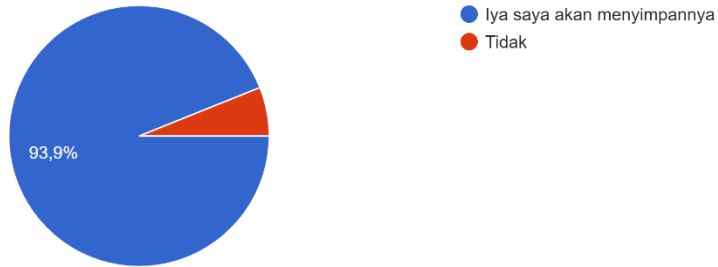
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 satu 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

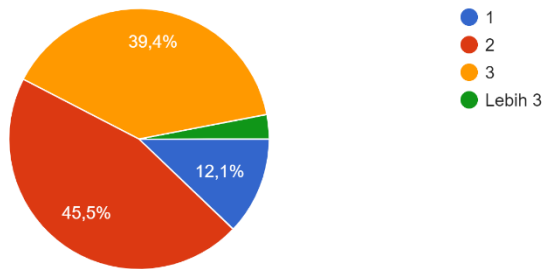
Apakah jika ada voucher dalam sebuah brosur, anda akan menyimpan brosur tersebut?

33 jawaban



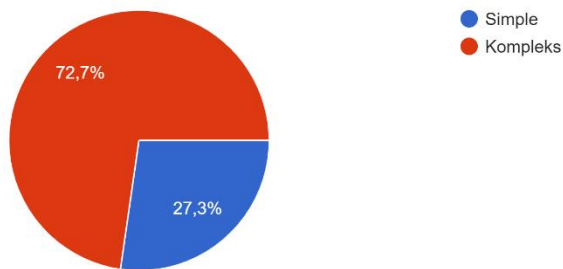
Menurut anda berapa lipatan yang efektif untuk sebuah brosur

33 jawaban



Desain mana yang menarik perhatian anda

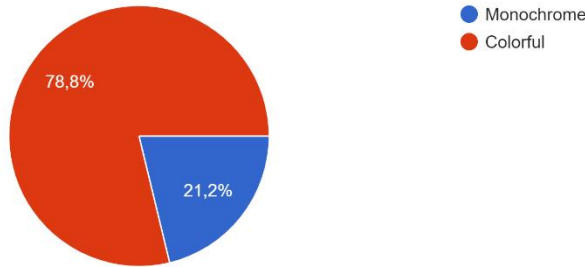
33 jawaban





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

Skema warna apa yang menarik perhatian anda?
33 jawaban



6. Hasil Cek Plagiarisme

7/15/22, 2:18 PM

Turnitin

Turnitin Originality Report

Processed on: 15-Jul-2022 10:14 +03
ID: 1870785629
Word Count: 9182
Submitted: 1

Similarity Index	Similarity by Source
11%	Internet Sources: 10% Publications: 1% Student Papers: 3%

Perancangan Media Promosi Coffeeshop Akal-akalan Kopi Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Awareness By Rifdan Adidan

2% match (Internet from 07-Apr-2022)
<https://123dok.com/document/y6e63okg-spesifikasi-proyek-desain-perancangan-interaktif-sebagai-promosi-breaktime.html>

1% match (Internet from 05-Jul-2022)
<https://alamatsehat.com/daftar-lengkap-praktek-bidan-di-sukabumi/amp/>

< 1% match (Internet from 18-Dec-2021)
<https://123dok.com/document/zlgord5o-spesifikasi-proyek-desain-perancangan-katalog-produk-promosi-alkayyisa.html>

< 1% match (Internet from 18-Jan-2022)
<https://123dok.com/document/y8g901d4-bab-ii-landasan-perancangan.html>

< 1% match (Internet from 01-Mar-2022)
<https://123dok.com/document/q05wv829-tugas-akhir-spesifikasi-proyek-desain-perancangan-buku-katalog.html>

< 1% match (Internet from 28-Mar-2022)
<https://123dok.com/document/y96orwpv-tugas-akhir-spesifikasi-proyek-desain-desain-kemasan-ranginang.html>

< 1% match (Internet from 13-Nov-2020)
<https://123dok.com/document/dzxn29oq-strategi-bauran-pemasaran-umrah-ummat-wisata-internasional-jakarta.html>

< 1% match (Internet from 23-Apr-2022)
<https://123dok.com/document/q7wgg19d-analisis-kinerja-keuangan-pengukuran-kebutuhan-charoen-pokhpand-indonesia.html>

< 1% match (Internet from 16-Sep-2021)
<https://123dok.com/article/strategi-visual-strategi-kreatif-konsep-perancangan.zkw51r1z>

< 1% match (Internet from 14-Nov-2020)



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

7. Dokumentasi



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





© 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

8. Riwayat Hidup

Hak Cipta :

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



BISMILLAH

I'M 21th

RIFDAN ADIDAN

GRAPHIC DESIGNER & MOTION GRAPHIC ARTIST

@rifdanzz
 @pengawasss

+62 877 7798 4191
rifdanadidan@gmail.com

South Jakarta

EXPERIENCE

FREELANCER 2018

Graphic Designer for **creative.drproject**, yearbook specialist

GRAPHIC DESIGNER 2018-2020

2021-2022
Motion Graphic Artist at **Gazwah Enterprise**

2016 PART TIME 3D MODELLER

Part time 3d Modeller for **Trainzele**, homemade game asset company

skills

Id	
Ae	Ai
Ps	Pr

EDUCATION

PNJ
GRA-FIC DESAIN

2013

SMAN 47

2016

SMPN 48

ALHAMDULILLAH