



© 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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEGMENT KARIER PT METRODATA ELECTRONICS TBK



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

Oleh:
VINGKY HERLABANG
2006421002

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2024**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karier
PT Metrodata Electronics Tbk

Penulis : Vingky Herlambang

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, 31 Juli 2024

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I


31/07/24

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds.

NIP. 199005112019032019

Dosen Pembimbing II


1/24.
/8

MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H.

NIP. 197608241999032002



© 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 PENGESAHAN

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEGMENT KARIER PT METRODATA ELECTRONICS TBK

Oleh:

VINGKY HERLAMBANG

2006421002

Disahkan:

Depok, 15 Agustus 2024

Penguji I

Andriyanto, S.E., M.Kom.

NIP. 23272015100119730629

Penguji II

Amalia Rizky Fatonah, S.S., M.I.Kom.

NIP. 199407302022032008

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Djozulkarnain, S.T., M.Eng.

NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

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

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

PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL SEGMENT KARIER PT METRODATA ELECTRONICS TBK

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, 3 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Vingky Herlambang

NIM. 2006421002



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Kompetisi memperebutkan karyawan terbaik dari kalangan muda memaksa perusahaan untuk menjalankan strategi *employer branding* pada segmen kariernya, termasuk PT Metrodata Electronics Tbk. Salah satu elemen penting dalam strategi ini adalah pedoman yang menjaga konsistensi citra guna mencapai diferensiasi dengan perusahaan lain yang disebut sebagai identitas visual. Namun, identitas visual yang dimiliki oleh segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk belum konsisten dalam menyampaikan citra yang berusaha dibangun, sehingga publik tidak dapat menerima dan memahami citra tersebut dengan baik. Berdasarkan hal tersebut, maka diperlukan redesain atau perancangan ulang. Metode penelitian yang digunakan adalah *mixed methods research* yang menggabungkan pendekatan kualitatif dan kuantitatif melalui studi literatur, observasi, wawancara, dan survei. Tahapan proses desain dilakukan berdasarkan arahan kreatif melalui *mindmapping*, *mood board*, sketsa manual, digitalisasi, dan *final artwork (FAW)*. Perancangan ulang yang dilakukan menghasilkan identitas visual baru yang terdiri atas logo, tipografi, warna, dan *supergrafis dengan tone and manner dinamis, kreatif, dan tech-savvy*. Identitas visual ini diimplementasikan pada media turunan dengan ketentuan yang sudah diatur melalui *brand guidelines*. Dengan identitas visual baru ini, diharapkan citra PT Metrodata Electronics Tbk sebagai perusahaan yang ideal untuk bekerja dapat dipahami dengan lebih baik oleh *target audience* yaitu angkatan kerja muda.

Kata kunci: Pencitraan Merek, Redesain, Identitas Visual, Logo, *Employer Branding*

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

ABSTRACT

Competition to obtain the best young employees, forces companies to implement employer branding strategies in their career segments, including PT Metrodata Electronics Tbk. One important element in this strategy is a guideline that maintains image consistency in order to achieve differentiation with other companies, known as visual identity. However, the visual identity used by the career segment of PT Metrodata Electronics Tbk has not been consistent in conveying the image it is trying to build, so that the public cannot accept and understand the image well. Based on this, a redesign is needed. The research method used is mixed methods research which combines qualitative and quantitative approaches through literature studies, observations, interviews, and surveys. The stages of the design process are carried out based on a creative brief through mindmapping, mood boards, manual sketches, digitalization, and final artwork. The redesign produced a new visual identity consisting of a logo, typography, color, and supergraphics with a dynamic, creative, and tech-savvy design feel. This visual identity is implemented in derivative media with provisions that have been regulated through brand guidelines. With this new visual identity, it is hoped that the image of PT Metrodata Electronics Tbk as an ideal company to work can be better understood by the target audience, the young workforce..

Keywords: Branding, Redesign, Visual Identity, Logo, Employer Branding

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

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya dapat menuntaskan penulisan tugas akhir ini dengan judul “Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karier PT Metrodata Electronics Tbk”. Tugas akhir ini diajukan sebagai syarat untuk dapat mengikuti sidang akhir dan kelulusan pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Penulisan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik berkat dukungan, bantuan, dan kontribusi dari banyak pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Ketua Program Studi Desain Grafis.
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds. selaku pembimbing materi yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H. selaku pembimbing teknis yang telah membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
6. Seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan pengetahuan, bimbingan, dan pengalaman berharga selama penulis menjalani perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Sri Rejeki Dharmadi selaku *Human Resource & General Affair Division Manager*, Olivia Darmawan selaku *Human Resource Recruitment Manager*, dan Amanda Vitasya selaku *HR Recruitment & Employer Branding* di PT Metrodata Electronics Tbk (Metrodata Group) atas izin serta kepercayaan yang diberikan kepada penulis untuk mengangkat topik 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

8. Orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan moral serta materil sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
9. Dhea Mawahda yang telah memberikan bantuan, dukungan, sekaligus menjadi tempat berkeluh kesah selama pengerjaan tugas akhir ini.
10. Teman-teman seperjuangan di kelas Desain Grafis A angkatan 2020 yang selalu memberikan semangat, motivasi, bantuan, dan canda tawa selama perkuliahan dan pengerjaan tugas akhir ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam penulisan tugas akhir ini. Untuk itu kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat diterima dengan terbuka. Penulis berharap tugas akhir ini dapat memberi manfaat bagi berbagai pihak.

Depok, 3 Agustus 2024

Vingky Herlambang
NIM. 2006421002

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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 <i>Branding</i>	7
2.1.1 <i>Employer Branding</i>	7
2.1.2 Redesain	9
2.2 Identitas Visual.....	9
2.2.1 Logo	9
2.2.2 Warna	12
2.2.3 Tipografi.....	16
2.2.4 Supergrafis	18
2.2.5 <i>Brand Guidelines</i>	19
2.3 Prinsip Desain Grafis.....	20
2.4 Teori Gestalt	23
2.5 Angkatan Kerja Muda	24
BAB III METODE PERANCANGAN.....	26
3.1 Metode Riset Desain	26



Hak Cipta :

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

3.2	Metode Pengumpulan Data	28
3.3	Data dan Analisis.....	29
3.3.1	Profil Klien.....	29
3.3.2	<i>Product Knowledge</i>	31
3.3.3	Informasi Program Sejenis.....	33
3.3.4	<i>Consumer Insight</i>	36
3.3.5	<i>Segmenting, Targeting, and Positioning (STP)</i>	38
3.3.6	Analisis <i>SWOT</i>	39
3.4	Arahan Kreatif.....	41
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN		44
4.1	Konsep Visual	44
4.1.1	<i>Mindmapping</i>	44
4.1.2	<i>Mood board</i>	45
4.2	Proses Desain	45
4.2.1	Sketsa Manual	46
4.2.2	Digitalisasi	47
4.2.3	<i>Final Artwork (FAW)</i>	51
4.2.3.1	Logo Terpilih	51
4.2.3.2	<i>Brand Guidelines</i>	54
4.3	Media Pendukung.....	60
4.4	Pertimbangan Produksi.....	64
BAB V PENUTUP		66
5.1	Kesimpulan.....	66
5.2	Saran.....	67
DAFTAR REFERENSI		69
LAMPIRAN.....		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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Redesain Logo Gojek	9
Gambar 2.2 Contoh Logo <i>Wordmark</i>	10
Gambar 2.3 Contoh Logo <i>Letterform Mark</i>	10
Gambar 2.4 Contoh Logo <i>Pictorial Mark</i>	11
Gambar 2.5 Contoh Logo <i>Abstract Mark</i>	11
Gambar 2.6 Contoh Logo Emblem	12
Gambar 2.7 Contoh <i>Signature Logo</i>	12
Gambar 2.8 Skema Warna <i>Monochromatic</i>	13
Gambar 2.9 Skema Warna <i>Complementary</i>	14
Gambar 2.10 Skema Warna <i>Analogous</i>	14
Gambar 2.11 Skema Warna <i>Triadic</i>	15
Gambar 2.12 Skema Warna <i>Split-Complementary</i>	15
Gambar 2.13 Skema Warna <i>Tetradic</i>	15
Gambar 2.14 Logo dengan Huruf <i>Serif</i>	16
Gambar 2.15 Logo dengan Huruf <i>Sans Serif</i>	17
Gambar 2.16 Logo dengan Huruf <i>Script</i>	17
Gambar 2.17 Logo dengan Huruf <i>Decorative</i>	17
Gambar 2.18 Supergrafis 78 Tahun Kemerdekaan Indonesia	19
Gambar 2.19 <i>Graphic Standard Manual</i> PT Tech Team Indonesia	19
Gambar 2.20 Logo dengan Keseimbangan Simetris	20
Gambar 2.21 Logo dengan Keseimbangan Asimetris	21
Gambar 2.22 Logo dengan Prinsip Irama	21
Gambar 2.23 Logo dengan Prinsip Proporsi	21
Gambar 2.24 Logo dengan Prinsip Kesatuan	22
Gambar 2.25 Logo dengan Penekanan Kontras	22
Gambar 2.26 Logo dengan Penekanan Isolasi Objek	22
Gambar 2.27 Logo dengan Penekanan Peletakan Objek	23
Gambar 2.28 Logo dengan Prinsip <i>Proximity</i> Gestalt	23
Gambar 2.29 Logo dengan Prinsip <i>Similarity</i> Gestalt	23
Gambar 2.30 Logo dengan Prinsip <i>Closure</i> Gestalt	24
Gambar 2.31 Logo dengan Prinsip <i>Figure Ground</i> Gestalt	24
Gambar 3.1 Logo PT Metrodata Electronics Tbk	30
Gambar 3.2 Struktur <i>Subsidiaries and Associates</i> Metrodata Group	30
Gambar 3.3 Logo Metrodata Career	31
Gambar 3.4 Akun Instagram Metrodata Karier	32
Gambar 3.5 Dokumentasi Kegiatan Metrodata Karier	32
Gambar 3.6 Logo dan Akun Instagram Life at BRI	34
Gambar 3.7 Logo dan Akun Instagram Living in Telkom	35
Gambar 3.8 Logo dan Akun Instagram TBIG Career	36
Gambar 4.1 <i>Mindmapping</i>	44
Gambar 4.2 <i>Mood board</i>	45



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.3 Sketsa Kasar <i>Thumbnail</i> Logo	46
Gambar 4.4 Sketsa Halus Logo.....	47
Gambar 4.5 Desain Digital Komprehensif 1	48
Gambar 4.6 Desain Digital Komprehensif 2	48
Gambar 4.7 Desain Digital Komprehensif 3	49
Gambar 4.8 Desain Digital Komprehensif 4.....	50
Gambar 4.9 Desain Digital Komprehensif 5	50
Gambar 4.10 Logo Terpilih	51
Gambar 4.11 <i>Key Visual</i> pada <i>Letterform Mark</i>	52
Gambar 4.12 <i>Key Visual</i> pada <i>Wordmark</i>	53
Gambar 4.13 Warna Pada Logo	53
Gambar 4.14 Konfigurasi Logo	55
Gambar 4.15 Struktur Logo	56
Gambar 4.16 Area Bersih Logo	56
Gambar 4.17 Ukuran Minimum Logo	57
Gambar 4.18 Konfigurasi Warna Logo.....	57
Gambar 4.19 Peletakan Logo pada Latar Gambar	58
Gambar 4.20 Kesalahan Penggunaan Logo	58
Gambar 4.21 <i>Color Signature</i> Grow with ME.....	59
Gambar 4.22 Tipografi Grow with ME.....	60
Gambar 4.23 Supergrafis Grow with ME	60
Gambar 4.24 <i>Graphic Standard Manual</i>	61
Gambar 4.25 Instagram <i>Design</i>	61
Gambar 4.26 <i>Roll Up Banner</i>	62
Gambar 4.27 <i>Backdrop Banner</i>	62
Gambar 4.28 Flyer Lowongan Kerja	63
Gambar 4.29 <i>Link Page</i>	63



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Pemaknaan Warna.....	12
Tabel 3.1 Matriks Analisis <i>SWOT</i>	39
Tabel 3.2 Arahan Kreatif.....	41
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	45
Tabel 4.2 Makna Filosofis Logo.....	52
Tabel 4.3 Prinsip Desain.....	54





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1).....	72
Lampiran 2: Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2).....	73
Lampiran 3: Transkrip Wawancara.....	74
Lampiran 4: Hasil Survei dengan Kuesioner.....	78
Lampiran 5: Hasil Cek Plagiarisme.....	83
Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup.....	84





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kebutuhan akan tenaga kerja terbaik di tengah besarnya jumlah pencari kerja tetapi dengan minimnya ketersediaan talenta yang memiliki kompetensi menciptakan persaingan ketat antar perusahaan. Kontestasi tersebut kemudian dikenal dengan istilah “*war for talent*” (Budiono & Suharnomo, 2021). Menurut laporan dari Jobstreet Indonesia (2022), terdapat 560.994 pelamar kerja aktif di Indonesia, sedangkan hanya tersedia 39.842 lowongan pekerjaan. Di sisi lain, melansir dari laman Marketeers (2023), bahwa perusahaan perekrutan Robert Walters melalui laporannya yang berjudul *Salary Survey 2023*, menemukan hasil yang mendukung pendapat ini. Survei tersebut menunjukkan bahwa 88% rekruter mengalami kekhawatiran terkait kesulitan dalam mencari kandidat berkualitas yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan.

Berdasarkan fenomena ini, perusahaan melaksanakan salah satu strategi pada segmen kariernya yaitu menciptakan dan mengembangkan *employer branding*. Menurut Mosley & Schmidt (2017), *employer branding* merupakan upaya untuk membentuk lingkungan kerja yang ideal serta memberikan keunikan dibandingkan dengan perusahaan pesaing. Pesan tersebut kemudian dipromosikan kepada target kandidat yang memiliki pengetahuan dan keahlian sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Sebagaimana *consumer branding*, kegiatan *employer branding* harus mampu membentuk daya tarik dengan mengembangkan reputasi yang positif, kemudian hal tersebut akan menjadi alat untuk menarik individu-individu bertalenta saat perusahaan sedang membutuhkan tenaga kerja. Untuk mendukung kegiatan promosi tersebut, perusahaan memerlukan *guidelines* yang akan menjaga konsistensi tampilan, suasana, dan pesan, sehingga membedakannya dengan kompetitor. *Guidelines* atau pedoman yang mendukung hal tersebut khususnya dalam ruang lingkup grafis disebut sebagai identitas visual.

Identitas merek atau identitas visual adalah cara untuk menyampaikan citra perusahaan kepada khalayak sesuai dengan yang ingin ditampilkan. Melalui

identitas visual keunikan dan kualitas produk dapat tersampaikan, sehingga membedakannya dengan kompetitor lain (Fauzan & Apsari, 2020). Seiring berjalannya waktu dengan kondisi pasar dan dinamika khalayak yang berubah, maupun evaluasi yang dilakukan pada identitas visual yang sudah ada, maka perlu dilakukan penyesuaian berdasarkan sebab-sebab tersebut dalam bentuk redesain atau perancangan ulang. Menurut Yusuf & Mutalib (2021), redesain atau perancangan ulang adalah kegiatan penyusunan ulang desain yang sudah ada berupa pembaharuan dan pengubahan untuk mencapai perbaikan yang berdampak pada kemajuan.

Salah satu perusahaan yang menerapkan strategi *employer branding* pada segmen kariernya adalah PT Metrodata Electronics Tbk. Perusahaan ini merupakan *holding company* dari Metrodata Group yang sudah berdiri sejak tahun 1975. Grup perusahaan ini bergerak di bidang *Information Communication Technology (ICT)* dengan 3 (tiga) lini bisnis utama yaitu distribusi, solusi dan konsultasi, serta pemasaran digital. Pada ruang lingkup bisnis solusi dan konsultasi terdapat 8 (delapan) pilar layanan yaitu *Cloud, Big Data and Analytic, Security, Digital Business Platform, Managed Service, Hybrid IT Infrastructure, Business Application, Consulting and Advisory Services*. Untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerjanya perusahaan ini tentunya sudah melakukan kegiatan rekrutmen sejak awal didirikan. Namun, strategi *employer branding* khususnya melalui media sosial baru dilakukan pada tahun 2016 dan mulai difokuskan pada tahun 2019 dengan nama Metrodata Career.

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang Teknologi dan Informasi (TI), Metrodata menghadapi tantangan lain yang mengharuskannya untuk menerapkan strategi *employer branding*, yaitu tingginya tingkat pergantian karyawan atau *turn over*. Menurut laporan dari LinkedIn yang ditulis oleh Lewis (2022) selaku *Senior Content Marketing Manager* LinkedIn, menyebutkan bahwa industri dengan tingkat pergantian karyawan tertinggi adalah bidang jasa profesional yang didalamnya termasuk konsultan TI dengan persentase 13,4%, posisi berikutnya kemudian ditempati oleh industri teknologi dan media dengan persentase 12,9%. Tingginya tingkat *turn over* mengharuskan perusahaan untuk mendapatkan

© 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



karyawan pengganti dengan waktu yang singkat, namun tetap memperoleh kandidat berkualitas.

Strategi *employer branding* yang diterapkan PT Metrodata Electronics Tbk melalui segmen kariernya dikelola oleh *HR Recruitment Department* dengan posisi *employer branding specialist*. Bentuk program yang dilakukan umumnya di publikasikan melalui media sosial, yaitu Instagram & Tiktok @metrodatacareer, Grup Telegram Talent Pool Metrodata Career, serta platform-platform rekrutmen Metrodata. Program *employer branding* ini menasar angkatan kerja muda, untuk itu mayoritas kegiatan tersebut dilaksanakan di lingkungan kampus. Kegiatan tersebut antara lain *job fair*, *campus hiring*, *career expo*, *career seminar*, *company visit*, dan lain-lain.

Sebagai pendukung kegiatan-kegiatan di atas tentunya memerlukan alat promosi dalam bentuk visual, seperti *display booth*, *roll up banner*, poster kegiatan, maupun tampilan pada media sosial. Seperangkat kebutuhan visual tersebut kemudian diatur di dalam penerapan identitas visual untuk menjaga konsistensi citra *brand* Metrodata Karier. Namun, identitas visual yang saat ini dimiliki oleh segmen karier Metrodata hanya terdiri atas logo tanpa *graphic standard manual (GSM)*, sehingga tidak memiliki aturan penggunaan yang jelas. Di sisi lain logo Metrodata Karier, pada dasarnya hanyalah logo perusahaan Metrodata yang ditambahkan teks “*Career*” dengan penerapan yang kurang memperhatikan prinsip desain. Padahal segmen karier Metrodata dan Metrodata Group sebagai sebuah perusahaan memiliki *target audiens* yang berbeda sehingga citra yang ditampilkan juga seharusnya berbeda. Metrodata Karier menargetkan khalayak dari kalangan angkatan kerja muda, sedangkan Metrodata Group umumnya memiliki *target audiens* berupa relasi bisnis dengan skema *B2B (Business to Business)*, *B2C (Business to Consumer)*, maupun *B2G (Business to Government)*. Oleh karena itu kurang tepat apabila segmen karier Metrodata menggunakan identitas visual dari Metrodata Group karena perbedaan target audiens dan citra tersebut.

Pada penelitian terdahulu terkait dengan identitas visual, perancangan logo dan identitas visual juga dilakukan terhadap entitas-entitas yang ada pada sebuah perusahaan bukan hanya terhadap perusahaan itu sendiri. Entitas tersebut antara lain

© 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



Hak Cipta :

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

unit bisnis, produk, maupun segmen tertentu. Contohnya adalah penelitian terkait perancangan identitas visual untuk salah satu unit bisnis milik Poliwangi (Politeknik Negeri Banyuwangi) yaitu Hotel Jinggo (Febrian dkk., 2024). Kemudian, penelitian dan perancangan identitas visual untuk produk layanan *mobile grooming* milik Hi Pets yakni De Grooming (Lemuela & Chandra, 2023). Lalu, juga terdapat desain perancangan identitas visual segmen *podcast* milik PT Pertamina (Persero) bernama POLS (Pertamina Online Learning & Sharings) (Andriansyah dkk., 2023). Berdasarkan penelitian sebelumnya, belum terdapat penelitian yang secara khusus membahas mengenai perancangan identitas visual segmen karier suatu perusahaan. Selain hal tersebut, PT Metrodata Electronics Tbk juga belum pernah melakukan redesain terhadap identitas visual segmen kariernya.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka segmen karier Metrodata memerlukan identitas visual baru yang mampu mendukung strategi *employer branding* perusahaan. Melalui perancangan ulang identitas visual ini citra Metrodata Group sebagai perusahaan dengan lingkungan dan ekosistem kerja yang ideal mampu tersampaikan kepada khalayak. Sehingga kandidat-kandidat potensial khususnya angkatan kerja muda dengan kompetensi yang sesuai dapat tertarik dan memilih Metrodata Group menjadi perusahaan tempat bekerja serta mengembangkan karier.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka dapat ditarik rumusan masalah dari penulisan tugas akhir ini yaitu, bagaimana merancang ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk yang sesuai dengan *target audiens* yaitu angkatan kerja muda?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang sudah dibahas di atas. Maka penelitian proyek desain grafis ini memiliki batasan yang ditetapkan pada ruang lingkup pembahasan, yaitu sebagai berikut:

1. Proses kreatif perancangan ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk.

2. Penerapan teori desain grafis pada perancangan ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk.
3. Pengaplikasian identitas visual yang diatur dalam *graphic standard manual (GSM)* pada media turunan.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan tugas akhir berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karier PT Metrodata Electronics Tbk” ini terdapat beberapa tujuan yaitu sebagai berikut:

1. Menjelaskan tahapan kreatif perancangan ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk.
2. Menjelaskan penerapan teori desain grafis pada perancangan ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk.
3. Menjelaskan pengaplikasian identitas visual yang diatur dalam *graphic standard manual (GSM)* pada media turunan Metrodata Karier.

Adapun hasil dari perancangan yang telah dilakukan dapat memberikan manfaat, yaitu:

1. Manfaat Akademis

Proyek perancangan ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan di bidang desain grafis dan menjadi referensi dalam menyelesaikan masalah-masalah serupa serta sebagai studi untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

Melalui adanya proyek perancangan ulang identitas visual ini diharapkan strategi *employer branding* PT Metrodata Electronics Tbk dapat semakin lebih menarik minat para pencari kerja dari kalangan angkatan kerja muda sebagai kandidat kompeten untuk bekerja di perusahaan ini.

1.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan diperlukan agar tugas akhir ini tersusun secara logis, sistematis, dan terstruktur, guna mempermudah proses penulisan. Di sisi lain dengan adanya sistematika penulisan, pembaca dapat lebih mudah memahami isi



Hak Cipta :

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

dari laporan tugas akhir ini. Sistematika penulisan tugas akhir ini dibagi menjadi 5 (lima) bab yang saling berkaitan dan berkesinambungan dengan penjelasan sebagai berikut.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang dan masalah pembahasan berupa kebutuhan perancangan ulang identitas visual segmen karier milik PT Metrodata Electronics Tbk. Bab ini juga menjelaskan ruang lingkup, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan yang digunakan pada penyusunan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi penjabaran dan penjelasan teori-teori yang digunakan pada perancangan tugas akhir. Teori-teori tersebut terbagi menjadi dua, yaitu teori umum mengenai desain grafis dan teori khusus mengenai *employer branding* serta identitas visual.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi penjelasan mengenai proses pengumpulan data dan analisisnya. Data-data tersebut diperoleh dari profil klien, target audiens, dan sumber data lainnya. Data ini kemudian akan digunakan sebagai informasi penting yang menjadi konsep dari perancangan desain.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan visualisasi konsep berupa tahapan desain yang meliputi *mindmapping*, *mood board*, sketsa, serta hasil digitalisasi dalam beberapa alternatif yang kemudian dipilih satu desain akhir. Proses ini juga dilengkapi oleh penjabaran teori desain yang digunakan dan pengaplikasian desain pada beberapa media turunan.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan keseluruhan perancangan ulang identitas visual segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk, serta saran bagi penelitian lanjutan dibidang desain grafis khususnya perancangan 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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan keseluruhan penelitian pada tugas akhir berjudul “Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karier PT Metrodata Electronics Tbk”, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan ulang identitas visual ini diawali dengan melakukan pengumpulan data menggunakan metode *mixed methods research* yang mengkombinasikan pendekatan kualitatif melalui tinjauan literatur, observasi, dan wawancara, serta pendekatan kuantitatif melalui survei. Temuan data tersebut kemudian dianalisis menggunakan metode *STP* dan *SWOT* guna memperoleh arahan kreatif. Langkah selanjutnya adalah pengembangan konsep visual melalui *mindmapping* yang menghasilkan *key visual* terpilih dan dihimpun ke dalam *mood board* sebagai referensi visual. Setelah konsep didapatkan tahapan selanjutnya adalah visualisasi proses desain melalui sketsa manual dan digitalisasi yang menghasilkan beberapa alternatif. Kemudian dipilih satu alternatif desain yang paling merepresentasikan konsep serta *tone and manner* yaitu dinamis, kreatif, dan *tech savvy*. Desain logo ini ditetapkan sebagai *final artwork (FAW)* yang penggunaannya diatur melalui dokumen *brand guidelines*. Ketentuan terkait warna, tipografi, dan supergrafis juga diatur melalui dokumen tersebut.
2. Penerapan teori desain pada perancangan ini dapat terlihat pada elemen identitas visual yang sudah ditetapkan yaitu logo, warna, tipografi, dan supergrafis. Logo berjenis *letterform mark* dengan visualisasi huruf “G” sesuai huruf pertama pada nama *brand* yang dikombinasikan dengan *word mark* bertuliskan “Grow with ME”. Logo terpilih ini juga menerapkan prinsip desain grafis yaitu komposisi, keseimbangan, irama, proporsi, kesatuan, dan penekanan. Selain itu, logo baru ini juga menerapkan prinsip pada teori gestalt yaitu *proximity* melalui pengelompokan visual terhadap kedekatan kumpulan objek yang membentuk *letterform mark* dan *similarity*

melalui kesamaan visual berdasarkan warna hitam pada *wordmark*. Warna utama yang digunakan terdiri atas warna merah dan biru sebagai *mandatory corporate color* serta warna kuning yang diperoleh melalui skema warna *triadic*. Masing-masing warna tersebut memiliki makna secara psikologis. Tipografi yang ditetapkan berjenis *sans serif* dengan kesan modern dan futuristik. *Typeface* yang digunakan adalah Nata Sans sebagai *display type* serta Albert Sans sebagai *body text*. Supergrafis pada identitas visual ini terbentuk dari bagian *letterform mark* yang dirotasi secara berhadapan hingga membentuk ikon tautan dan disusun membentuk pola tertentu.

3. Keseluruhan elemen identitas visual yaitu logo, warna, tipografi, dan supergrafis diatur penggunaannya melalui dokumen yang disebut sebagai *brand guidelines* atau *graphic standard manual* guna mencapai konsistensi citra pada penerapannya di media desain. Kemudian, media pendukung dibuat berdasarkan ketentuan tersebut. Instagram *design* digunakan pada media sosial Instagram segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk yang terdiri atas *template feed*, *story*, dan *reels cover*. *Roll banner* dan *backdrop banner* digunakan pada kegiatan yang secara langsung dihadiri oleh segmen karier perusahaan seperti *job fair* dan *campus hiring*. Flyer lowongan kerja juga disebar saat kegiatan tersebut. Lalu, *link page* digunakan sebagai halaman penghimpun tautan yang dapat diakses oleh khalayak dalam bentuk tautan atau *QR code*.

5.2 Saran

Adapun terkait penelitian yang telah dilakukan dapat disarankan beberapa hal sebagai berikut:

1. Hasil redesain identitas visual perlu diimplementasikan secara konsisten sesuai dengan panduan pada *brand guidelines* agar citra yang berusaha ditampilkan dapat tersampaikan dengan baik.
2. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut terkait pengembangan elemen visual maupun non visual pada identitas *brand* seperti *tone of voice* dan *audio*

Hak Cipta :

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



branding guna memaksimalkan efektivitas dari identitas yang berusaha dibangun.

3. Perlu dilakukan kajian lebih lanjut terhadap hasil redesain identitas visual dari aspek *sustainibiliy*, *timeless*, dan *adaptable*.



© 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





DAFTAR REFERENSI

- Andriansyah, Thabrany, S., & Gunawan, C. (2023). Perancangan Identitas Visual Podcast Pertamina Online Learning and Sharing. *Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf*, 2, 185–192.
- Andriyanto, A., Pranoto, R. E., Bangun, D. A. N., Anggarini, A., & Dk, M. T. M. (2023). Pemasaran Digital UMKM Melalui Desain Landing Page Sebagai Upaya Pengembangan Bisnis. *Besaung : Jurnal Seni Desain Dan Budaya*, 8(1), Article 1.
- Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik Ketenagakerjaan Usia Muda di Indonesia*. CV. Petratama Persada.
- Badan Pusat Statistik Sulawesi Utara. (2024). *Istilah*. Badan Pusat Statistik Sulawesi Utara. https://sulut.bps.go.id/istilah/index.html?Istilah_sort=deskripsi_ind.desc&Istilah_page=26
- Bangun, D. A. N. (2023). *Dasar-Dasar Desain Grafis: Merancang Karya Desain yang Konseptual*. PNJ Press.
- Bangun, D. A. N., Maheni, M. T., Chairunnisa, A., Pramesti, R. D., Fajrina, N., Anggarini, A., Susilawati, & Andriyanto. (2024). Perancangan Desain Kemasan Ayam Frozen Savanna Laweh Untuk Meningkatkan Nilai Jual Makanan Tradisional. *Jurnal Abadimas Adi Buana*, 7(02), Article 02.
- Budiono, A. L., & Suharnomo. (2021). Pengaruh Employer Brand Image Terhadap Intensi Melamar Pekerjaan dengan Pengalaman Kerja Sebagai Variabel Moderasi (Studi pada Pencari Kerja Generasi Y). *Diponegoro Journal of Management*, 10(1), 1–10.
- Dawami, A. K., Assyafir, L. Z., & Auliadst, Z. N. (2022). Perancangan Desain Kemasan pada UMKM Qyu Sweet and Savoury. *Cipta*, 1(1), Article 1.
- Edwardi, F. (2023). Perancangan Identitas Visual Rumah Makan Situjuh di Dukuh Zamrud Bekasi. *Cipta*, 1(3), 331–348.
- Fauzan, M. A., & Apsari, D. (2020). Perancangan Identitas Merek Apparel Urban Legend Indonesia. *eProceedings of Art & Design*, 7(2), Article 2.
- Febrian, A. W., Jannah, R. N., & Gofar, F. R. A. (2024). Perancangan Identitas Visual Hotel Pendidikan Politeknik Negeri Banyuwangi Jingga. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 5(3), Article 3.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Hahury, R. M. S. (2022). Analisis Pengaplikasian Teori Warna dan Penggunaan Siluet dalam Desain Karakter. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(14).

Hughes, K. (2019). *Graphic Design Learn It, Do It*. CRC Press.

Jobstreet Indonesia. (2022). *Job Outlook Report: Bangkit Menuju Pemulihan*.

Kurniawan, S., Andriyanto, & Zulkarnain. (2022). Perancangan Ulang Identitas Visual PT. Satu Frekuensi. *Prosiding Seminar Nasional Tetamekraf*, 1(2), 510–518.

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solution* (6 ed.). Cengage.

Lemuela, J. K., & Chandra, E. (2023). Perancangan Ulang Identitas Visual Layanan Mobile Grooming Hi Pets. *Gorga: Jurnal Seni Rupa*, 12(2), 265–272.

Lewis, G. (2022, Agustus 11). *Industries with the Highest (and Lowest) Turnover Rates*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-strategy/industries-with-the-highest-turnover-rates>

Lybrand, S. A. (2023, Agustus 14). *Employer Branding: A Guide to Getting Started*. LinkedIn. <https://www.linkedin.com/business/talent/blog/talent-acquisition/employer-branding>

Marketeers. (2023, Januari 18). *Survei: 76% Tenaga Kerja Siap Mencari Pekerjaan Baru Pada Tahun 2023*. [www.marketeers.com. https://www.marketeers.com/survei-76-tenaga-kerja-siap-mencari-pekerjaan-baru-pada-tahun-2023/](https://www.marketeers.com/survei-76-tenaga-kerja-siap-mencari-pekerjaan-baru-pada-tahun-2023/)

Maulida, L., Joselin, R. F., & Rizkizha, D. F. (2024). Rebranding Agen Travel Jajantiket Melalui Perancangan Identitas Visual Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia (JESKOVSIA)*, 8(1), 29–40.

Mosley, R., & Schmidt, L. (2017). *Employer Branding For Dummies*. John Wiley & Sons.

Nasution, T. (2019). *Seri 1 Prinsip Desain Grafis*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Natasha, V., Rahmadianto, S. A., & Pratama, B. P. P. (2023). Perancangan Visual Brand Identity Bagi Vernon Education Malang Untuk Meningkatkan Brand Awareness. *Sainsbertek Jurnal Ilmiah Sains & Teknologi*, 4(1), 32–42.

Putri, R. D. L., & Widyasari. (2023). Pengembangan Konsep Desain Identitas Visual Melalui Penggunaan Supergrafis pada Media Sosial Diskominfo. *SENIMAN: Jurnal Publikasi Desain Komunikasi Visual*, 1(2), 322–340.



© 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

Rawat, P., Chowdhury, K., & Singh, R. (2021). Typography and Its Effectiveness in Contemporary Graphic Design. *Webology*, 18(4), 1972–1978.

Sayatman, S., Mardiono, B., & Noordyanto, N. (2021). Pengembangan Konsep Brand Identity dan Visual System ITS yang Lebih Terintegrasi. *Jurnal Desain Idea: Jurnal Desain Produk Industri Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya*, 20(1), 10–15.

Silvia, O. M., Faizal, F. A., & Ibrahim, A. M. (2021). Perancangan Ulang Identitas Visual Rumah Makan Padang Sabana Kapau di Kota Padang. *KREATIF*, 3(1), 17–21.

Wahyuni, S. (2021). Strategi Bussiness Model Canvas (BMC) Bagi Pelaku Usaha Samarinda Dalam Upaya Pengembangan Brand dan Digitalisasi Produk. *Jurnal Pustaka Mitra: Pusat Akses Kajian Mengabdikan Terhadap Masyarakat*, 1(2), Article 2.

Wheeler, A. (2018). *Designing Brand Identity* (5 ed.). John Wiley & Sons.

Widya, L. A. D., & Darmawan, A. J. (2019). *Pengantar Desain Grafis* (2 ed.). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.

Wijaya, S. H. T., & Anggrianto, S. C. (2023). Aplikasi Desain Canva: Ancaman atau Alat yang membantu kerja Desainer Grafis? *IMATYPE: Journal of Graphic Design Studies*, 2(1), 1–8.

Wulandari, A. I., & Islam, M. A. (2020). Representasi Makna Visual pada Poster Film Horor Perempuan Tanah Jahanam. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 68–81.

Yusuf, R. D. H., & Mutalib, W. H. A. (2021). Redesain Pembangunan Gedung Perpustakaan Pusat Universitas Muhammadiyah Maluku Utara. *DINTEK*, 14(1), 72–78.

Yuwono, B. (2021). Aplikasi Prinsip Gestalt pada Logo LPI Salsabila. *AKSA: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 5(1), Article 1.

Zainudin, A. (2021). *Tipografi*. Yayasan Prima Agus Teknik.



LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Vingky Herlambang	
NAMA PEMBIMBING		Rachmadita Dwi Pramesti, M. Ds.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karir PT Metrodata Electronics Tbk	
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 sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	19 Maret 2024	Pengarahan awal terkait TA sesuai dengan Buku Pedoman Tugas Akhir Spesifikasi Desain	Mulai menyusun BAB 1 dan selesaikan pada awal April
2	28 Maret 2024	- Tambahkan urgensi perlunya identitas visual bukan hanya logo, pada latar belakang BAB 1 - Perbaiki rumusan masalah dengan tujuan yang lebih terukur - Perbaiki penulisan pada manfaat praktis agar berkaitan dengan latar belakang dan rumusan masalah - Jelaskan mengenai angkatan kerja pada BAB 2	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing dan melanjutkan penulisan BAB 2
3	5 April 2024	Secara umum sudah OK, pindahkan sub bab "Angkatan Kerja Muda" pada BAB 2. Karena itu hanya teori pendukung	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing dan melanjutkan penulisan BAB 2
4	18 April 2024	- Untuk kutipan dari website yang ditulis adalah nama websitenya - Pada bagian pembahasan supergrafis tambahkan pengertian dan sebutkan supergrafis diperoleh dari bagian apa pada identitas visual.	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing dan paralel menulis BAB 3
5	21 April 2024	- Perbaiki dan tambahkan penulisan pada BAB 3 bagian Metode Riset desain dan Metode Pengumpulan Data - Pada bagian Metode Riset desain poin moodboard tambahkan penjelasan tambahan terkait isi dari moodboard tersebut	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing dan melanjutkan penulisan BAB 3
6	4 Mei 2024	- Menambahkan penjelasan mengenai Brand Guidelines pada BAB 2 - Mengubah keterangan Informasi Kompetitor menjadi Informasi Program sejenis. Karena segmen karier yang dibahas berasal dari perusahaan dengan bidang berbeda.	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing, membuat dan menyerahkan draft pertanyaan kuesioner, serta melanjutkan penulisan BAB 3
7	18 Mei 2024	- Perbaiki penulisan pada matriks SWOT agar berkorelasi dengan topik tugas akhir yaitu identitas visual - Lengkapi penulisan pada bagian creative brief	Melakukan revisi berdasarkan komentar pembimbing dan memfinalisasi penulisan BAB 3
8	13 Juni 2024	- Perbaiki penulisan TA berdasarkan komentar penguji saat seminar proposal - Perbaiki pemilihan key visual pada mindmap agar lebih sesuai dengan tone and manner - Perbaiki moodboard agar lebih sesuai dengan key visual	Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing dan melanjutkan ke tahap sketsa manual
9	25 Juni 2024	- Menentukan 10 sketsa kasar terpilih dan melanjutkan ke tahap sketsa halus	Melanjutkan ke tahap sketsa halus
10	28 Juni 2024	- Menentukan 5 sketsa halus terpilih dan melanjutkan ke tahap digitalisasi beserta dengan penulisan artikel	Melakukan digitalisasi sketsa dan melanjutkan penulisan artikel
11	11 Juli 2024	- Perbaiki detail pada desain logo terpilih - Tetapkan aturan penggunaan supergrafis	Melanjutkan ke penyusunan GSM dan media turunan serta mulai melakukan penulisan BAB 4
12	25 Juli 2024	- Perbaiki ukuran GSM jangan A5 karena terlalu kecil - Perhatikan kembali aturan terkait minimum size logo dan incorrect use - Cetak GSM menggunakan hardcover dan berikan spot uv atau emboss pada cover serta laminasi doff - Lanjutkan pembuatan media turunan	- Memperbaiki ukuran GSM menjadi B5 - Melakukan perbaikan pada isi GSM - Membuat media turunan lainnya
13	31 Juli 2024	- Penjelasan logo terpilih pada laporan TA harus berdasarkan pada kesesuaian dengan arahan kreatif dan konsep visual tidak bisa hanya berdasarkan pada pilihan klien atau desainer	- Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing - Melakukan pendaftaran sidang akhir

*untuk menjadi acuan bimbingan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Lampiran 2: Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA	Vingky Herlambang		
NAMA PEMBIMBING	MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H.		
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Ulang Identitas Visual Segmen Karier PT Metrodata Electronics Tbk		
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 sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	5 April 2024	- Pengarahan dan menyamakan persepsi mengenai standarisasi penulisan untuk TA - Sebelum melanjutkan ke pembimbing 2 harus di setujui terlebih dahulu oleh pembimbing 1	Mengkonfirmasi dan memperoleh persetujuan dari pembimbing 1 untuk BAB 1, kemudian melakukan bimbingan ke pembimbing 2
2	24 April 2024	- Perbaikan penulisan BAB 1 sesuai PUEBI - Terdapat kalimat yang kurang efektif	Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing dan mengirim penulisan BAB 2
3	17 Mei 2024	- Perbaikan penulisan, tanda baca, dan kapitalisasi huruf pada BAB 2 - Memperhatikan penggunaan kata "antara lain", "diantaranya" dan sejenisnya	Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing dan mengirimkan perbaikan tersebut
4	20 Mei 2024	- Gabungkan sub bab 2.6 Tahapan Proses Desain ke sub bab 3.1 Metode Riset Desain	Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing dan lanjutkan ke seminar proposal
5	11 Juli 2024	Memperbaiki penulisan abstrak dan sesuaikan artikel yang ditulis pada jurnal yang akan disubmit	Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing dan melanjutkan penulisan BAB 4
6	01 Agustus 2024	Meringkas penulisan kesimpulan dan memperbaiki penulisan saran pada BAB 5	- Melakukan perbaikan berdasarkan komentar pembimbing - Melakukan pendaftaran sidang akhir
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

NEGERI
JAKARTA

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

Lampiran 3: Transkrip Wawancara

Sesi wawancara dengan narasumber Olivia Darmawan selaku *Human Resource Recruitment Manager* Metrodata Group dilakukan secara langsung di kantor pusat PT Metrodata Electronics Tbk yang beralamat di APL Tower Lantai 37, Jalan Letjen S. Parman, Kav. 28, Jakarta Barat pada tanggal 17 April 2024.

Keterangan: Q=Pertanyaan Peneliti, A=Jawaban Narasumber

1. Q: Kegiatan rekrutmen tentunya sudah dilakukan sejak perusahaan berdiri. Namun, awal mula penerapan strategi *employer branding* apakah sudah dilakukan sejak saat itu atau dimulai pada periode tertentu?
A: Dulunya kegiatan ini dilakukan dengan cara yang tradisional, yaitu secara *face to face* antara rekruter dan target di lingkungan kampus. *Employer branding* di Metrodata mulai dilakukan sejak maraknya penggunaan media sosial sekitar tahun 2016 dan mulai difokuskan pada tahun 2019.
2. Q: Apa tujuan dan latar belakang dari strategi *employer branding* segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk?
A: Latar belakang mulai menerapkan *employer branding* adalah karena dunia yang semakin berkembang secara digital. Generasi saat ini semakin dekat dan familiar dengan penggunaan teknologi digital. Hal tersebut sesuai dengan kampanye dari pemerintah dan juga salah satu bidang dari Metrodata yang turut menyukseskan transformasi ke arah digital. Transformasi digital tersebut didorong juga oleh terjadinya pandemi Covid-19. Tujuannya adalah untuk menggaet talenta-talenta potensial yang nantinya akan bergabung ke perusahaan. Berdasarkan hal tersebut media sosial mulai digunakan, awalnya melalui Facebook. Namun, tidak digarap secara strategis. Hingga akhirnya Instagram digunakan sebagai media *employer branding*.
3. Q: Strategi atau kegiatan *employer branding* apa saja yang dilakukan oleh PT Metrodata Electronics Tbk?



Hak Cipta :

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

A: Kegiatan *employer branding* yang dilakukan secara langsung antara lain, *job fair*, *campus hiring*, seminar, kuliah umum, kelas praktisi dan *workshop*. Oleh karena itu, kami bukan hanya memperkenalkan perusahaan tapi juga memberikan *value* bermanfaat bagi audiens, khususnya di lingkungan kampus sebagai pembekalan bagi mahasiswa. Saat ini kami juga bekerja sama dengan Kominfo melalui program *DTS (Digital Talent Scholarship)*. Ruang lingkup kegiatan-kegiatan tersebut menyesuaikan dengan bidang perusahaan yaitu *ICT (Information Communication Technology)*

4. Q: Apa saja platform yang digunakan untuk kegiatan rekrutmen Metrodata dan media sosial apa saja yang aktif digunakan?

A: Kami memiliki beberapa platform rekrutmen antara lain Jobstreet, Kalibr, LinkedIn, Deals, dan bekerja sama dengan *website* karier milik perguruan tinggi. Kemudian untuk sosial media yang digunakan antara lain Instagram, Tiktok, dan Telegram, serta mengelola LinkedIn milik perusahaan, sedangkan untuk Facebook sudah tidak terlalu aktif, karena orang-orang mulai meninggalkan media sosial tersebut.

5. Q: Siapa saja target audiens dari Metrodata Karier? Jelaskan alasan dari pemilihan target audiens tersebut!

A: Target dari segmen karier kami adalah angkatan kerja muda yang nantinya akan menjadi penerus dan regenerasi seiring berkembangnya perusahaan. Di sisi lain Indonesia mengalami lonjakan demografi khususnya pada pekerja muda. Selain itu Metrodata adalah perusahaan yang terus bertumbuh dari tahun ke tahun dan tentunya diiringi oleh meningkatnya kebutuhan tenaga kerja. Tenaga kerja tersebut tidak bisa hanya diisi oleh pekerja berpengalaman dengan usia yang terus bertambah, tetapi juga diiringi oleh anak-anak muda yang ingin belajar. Untuk mendukung aspek pembelajaran tersebut Metrodata memiliki program Coding Camp, Metrodata Training, maupun *graduate program* lainnya yang nantinya akan mencetak talenta profesional di bidang IT.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6. Q: Berdasarkan target audiens tersebut, citra/kesan/karakteristik apa yang ingin ditampilkan oleh segmen karier Metrodata?
A: Kami ingin dilihat sebagai *well established company* yang mengikuti perkembangan zaman dengan kesan jiwa muda. Kita tidak hanya berdiri sebagai perusahaan IT yang sudah berdiri hampir 50 tahun, tetapi juga mendukung transformasi digital menuju revolusi industri 5.0. Karena Metrodata pada dasarnya adalah perusahaan teknologi, kami tidak bisa stagnan dan kaku, tetapi kami harus selalu mengikuti perubahan yang dinamis dan *adaptable*. Menyesuaikan dengan salah satu *core value* kami yaitu *entrepreneurship* yang menjunjung tinggi inovasi atau perubahan ke arah yang lebih baik.
7. Q: Jelaskan latar belakang penggunaan logo yang saat ini digunakan! Apakah proses pembuatannya sudah melewati standarisasi desain yang baik?
A: Perancangan logo Metrodata Karier tidak melewati standarisasi desain yang baik. Saat itu kami hanya mengikuti identitas korporasi, sehingga hanya menggunakan logo Metrodata yang ditambahkan teks “*Career*”. Hal ini lah yang ingin kami perbaiki dengan harapan segmen karier Metrodata memiliki identitas tersendiri yang lebih tepat sasaran.
8. Q: Apa permasalahan yang ada pada identitas visual saat ini? Perlu diketahui bahwa identitas visual bukan hanya sekedar logo, tetapi keseluruhan aspek desain visual yang digunakan oleh Metrodata Karier sebagai alat untuk menyampaikan citra?
A: Kendala utama yang kami alami adalah belum adanya individu *dedicated* di role *employer branding* sehingga media desain yang dibuat belum memiliki *guidelines* secara identitas visual. Dampaknya adalah inkonsistensi citra pada media-media desain yang kami miliki, baik di media sosial maupun perangkat visual pendukung kegiatan *offline*. Di sisi lain *target market* dari Metrodata Group sebagai sebuah korporasi dan Metrodata Karier berbeda, sehingga kurang tepat apabila identitas visual milik perusahaan kami gunakan.



© 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

9. Q: Apa saja kebutuhan desain yang dibutuhkan oleh segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk dengan penerapan identitas visual baru?
A: Sebagai pendukung strategi *employer branding* mungkin bisa dibuatkan untuk sisi digitalnya melalui media sosial dan desain cetak untuk kegiatan yang kami hadiri secara *offline*. Untuk media sosial mungkin bisa dibuatkan seperangkat *template*, khususnya untuk Instagram seperti *feed*, *story*, video, dan sebagainya, sedangkan untuk kegiatan *offline* bisa dibuatkan *roll banner*, *backdrop*, maupun poster lowongan kerja.
10. Q: Apakah terdapat harapan atau saran serta *mandatory* terkait perancangan logo dan grafis baru untuk segmen karier PT Metrodata Electronics Tbk?
A: Untuk logo tetap harus mempertahankan *tone* warna dari Metrodata. Kemudian jika ada ilustrasi dan sebagainya perhatikan bahwa kami adalah perusahaan *ICT (Information Communication Technology)* yang memiliki banyak bidang. Kami tidak hanya menjual produk *hardware* dan *software* tetapi juga menyediakan layanan solusi digital. Sehingga perhatikan penggambarannya. Kemudian, untuk nama mungkin bisa diubah menyesuaikan dengan *target market* dan dibuat lebih *eye catching*. Jika perusahaan lain umumnya menggunakan kata “Life at” mungkin kami bisa menggunakan nama *branding* “Grow with ME”. Kata “ME” bisa dimaknai sebagai singkatan Metrodata Electronics dan “me” secara harfiah juga berarti “Saya” yang maksudnya adalah bertumbuh dan berkembang bersama “Saya” sebagai sebuah perusahaan. Khususnya bagi *freshgraduate* yang memilih Metrodata sebagai perusahaan awal mereka berkarier, pesan tumbuh dan berkembang tersebut sangat cocok.

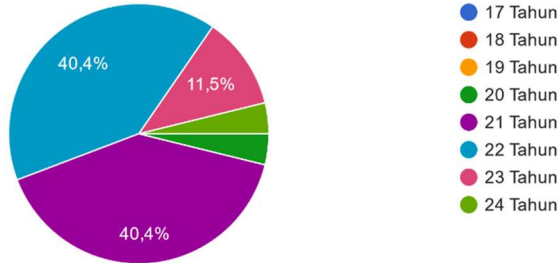


Lampiran 4: Hasil Survei dengan Kuesioner

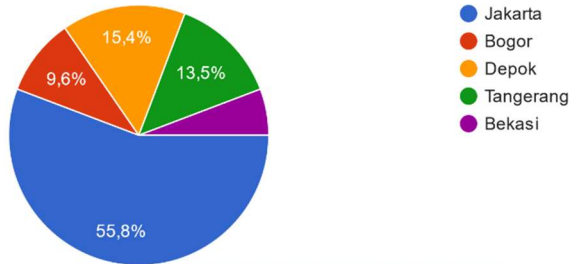
Hak Cipta :

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

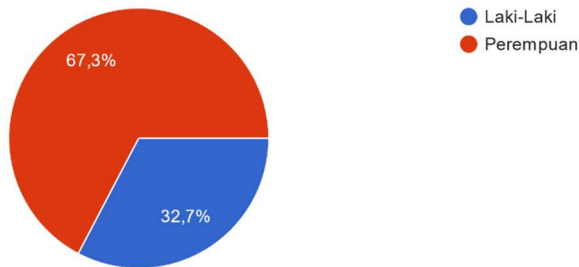
Usia
52 jawaban



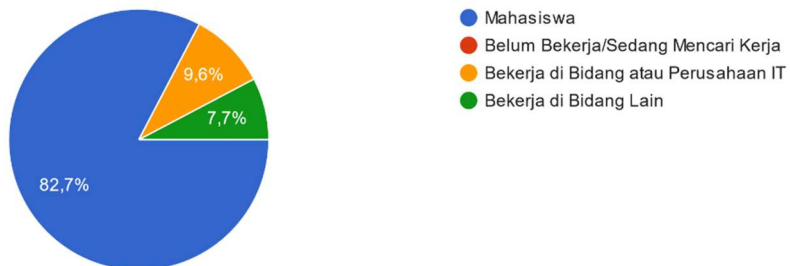
Domisili
52 jawaban



Jenis Kelamin
52 jawaban



Status Pekerjaan
52 jawaban





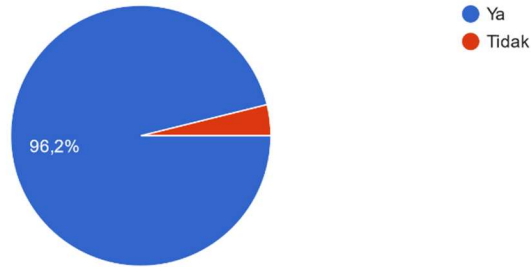
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

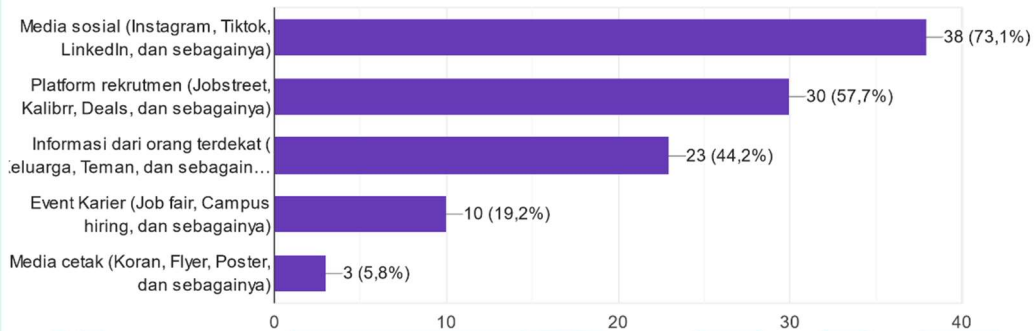
Apakah Anda sudah pernah melamar pekerjaan baik full time, part time, maupun magang?

52 jawaban



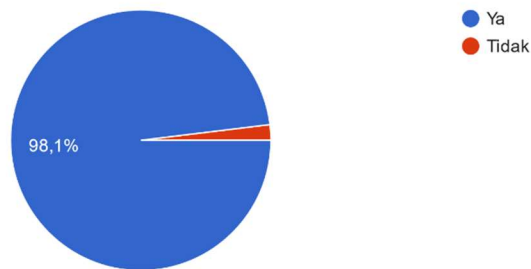
Melalui platform apa Anda memperoleh informasi terkait lowongan kerja tersebut?

52 jawaban



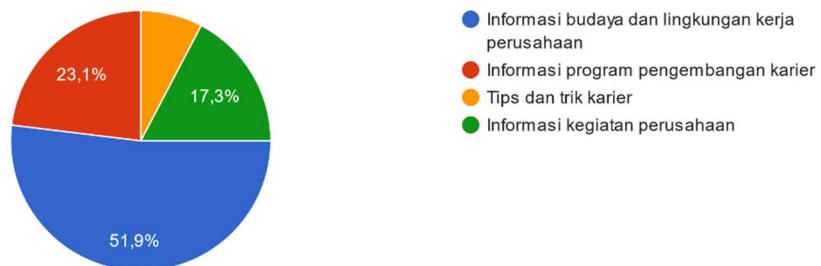
Apakah menurut Anda lingkungan kerja, fasilitas, besar gaji, maupun benefit lainnya mempengaruhi Anda dalam memilih sebuah perusahaan untuk bekerja?

52 jawaban



Selain lowongan pekerjaan, informasi apa yang Anda cari saat mengunjungi media sosial, website karier, maupun platform rekrutmen perusahaan lainnya?

52 jawaban





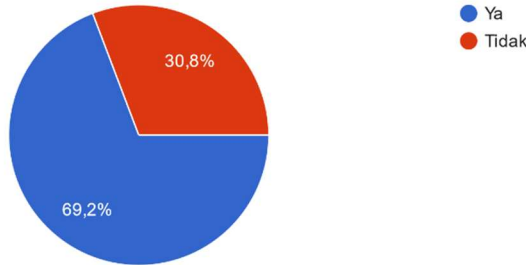
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

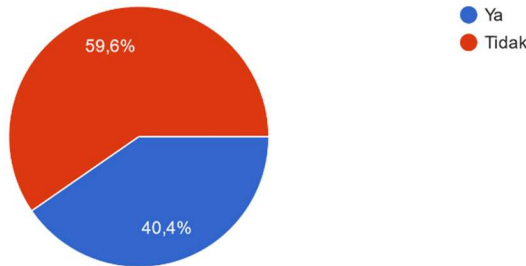
Apakah Anda mengetahui PT Metrodata Electronics Tbk (Metrodata) atau salah satu anak perusahaannya?

52 jawaban



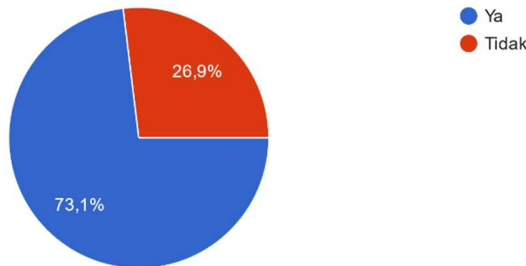
Apakah Anda pernah melamar pekerjaan atau magang di PT Metrodata Electronics Tbk (Metrodata) atau salah satu anak perusahaannya?

52 jawaban



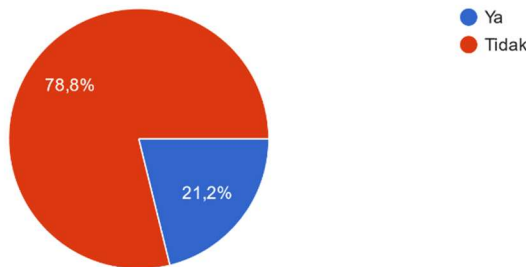
Apakah Anda mengetahui media sosial @metrodatacareer? <https://www.instagram.com/metrodatacareer/>

52 jawaban



Apakah Anda pernah menghadiri event karier (Job Fair, Campus Hiring, dan sebagainya) yang Metrodata Group terlibat di dalamnya?

52 jawaban





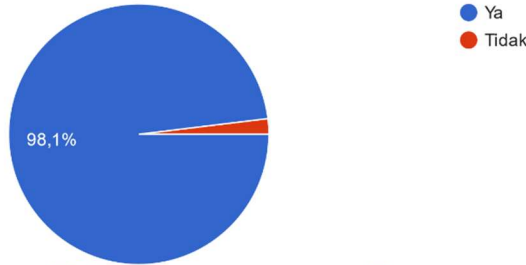
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

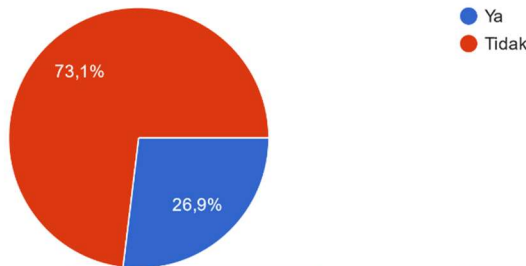
Apakah sebuah logo dapat mempermudah Anda untuk mengingat perusahaan atau brand yang diwakilinya?

52 jawaban



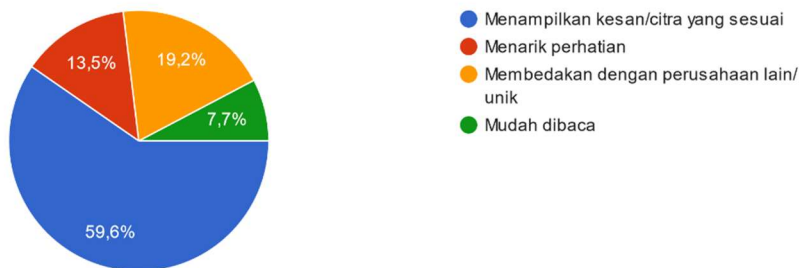
Jika Anda melihat logo yang tidak menarik perhatian Anda, apakah Anda akan mencari tahu lebih lanjut tentang perusahaan atau brand tersebut?

52 jawaban



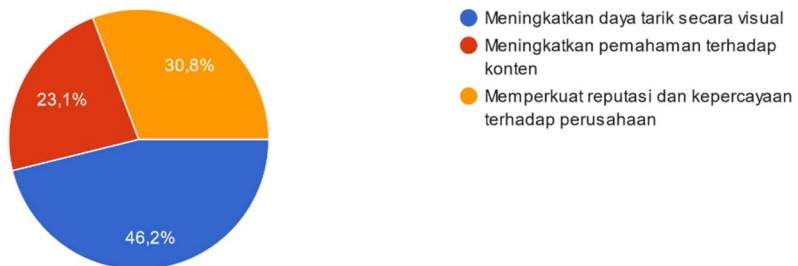
Menurut Anda, bagaimana logo segmen karier sebuah perusahaan dapat meningkatkan minat Anda untuk bekerja di perusahaan tersebut?

52 jawaban



Menurut Anda, bagaimana logo segmen karier sebuah perusahaan dapat meningkatkan engagement di media sosial?

52 jawaban





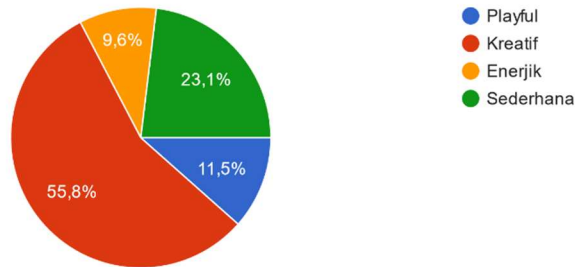
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

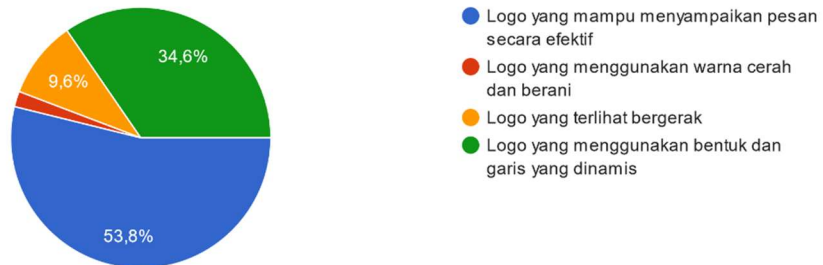
Menurut Anda, seperti apa suasana atau kesan yang harus bisa dirasakan pada sebuah logo yang ditujukan kepada anak muda?

52 jawaban



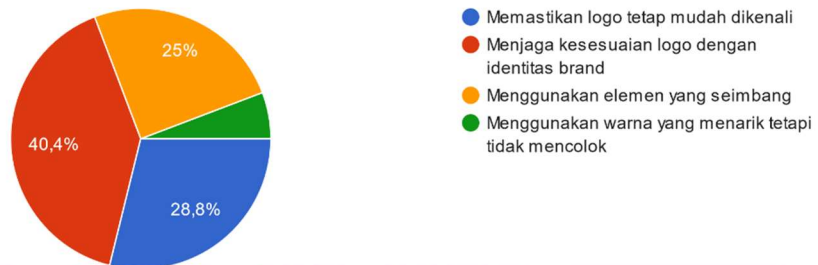
Menurut Anda, apa yang dimaksud dengan "logo dinamis"?

52 jawaban



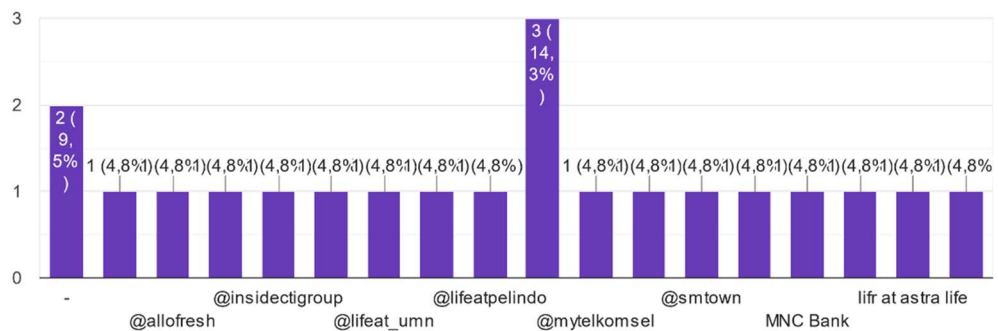
Menurut Anda, apa yang harus dilakukan agar logo terlihat dinamis tanpa terkesan berlebihan?

52 jawaban



Apakah Anda memiliki contoh logo dan identitas visual segmen karier/employer branding perusahaan lain yang menurut Anda menarik dan efektif? (Kosongkan jawaban jika tidak ada)

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

Lampiran 5: Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:63937472

● 7% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 7% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id Internet	3%
2	repository.dinamika.ac.id Internet	<1%
3	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	<1%
4	idnfinancials.com Internet	<1%
5	123dok.com Internet	<1%
6	repository.radenintan.ac.id Internet	<1%
7	kc.umn.ac.id Internet	<1%
8	docplayer.info Internet	<1%

Sources overview



Lampiran 6: Daftar Riwayat Hidup



Vingky Herlambang

Graphic Designer

Mahasiswa semester akhir di Politeknik Negeri Jakarta. Saya memiliki ketertarikan yang tinggi terhadap dunia visual dan digital. Keahlian saya meliputi pekerjaan yang berkaitan dengan visualisasi melalui desain grafis, antara lain **brand identity design, packaging design, social media design, photo editing, promotional & advertising design**, dan lainnya.

Pendidikan

Sarjana Terapan Desain Grafis Sep 2020 – Agu 2024 (expected)
Politeknik Negeri Jakarta, IPK: 3.91/4.00 (7 semester)

Pengalaman Kerja

Employer Branding – Magang Agu 2023 – Saat ini
PT Metrodata Electronics Tbk

- Mengelola media sosial Instagram dan Tiktok @metrodatacareer dan seluruh kebutuhan desain visual HR Recruitment Department.
- Peningkatan 2500+ pengikut Instagram dan 300+ pengikut Tiktok
- Membuat 150+ Instagram design (feed, story, dan reels) dan 50+ konten Tiktok.
- Membuat 20+ desain poster lowongan kerja, 15+ desain poster kegiatan job fair dan campus hiring, dan 10+ desain merchandise untuk kegiatan HR Recruitment.
- Membuat video office tour seluruh anak perusahaan.
- Membuat desain booth job fair termasuk desain penunjangnya.

Freelance Graphic Designer Des 2019 – Saat ini
Self Employed

- Mengerjakan berbagai kebutuhan desain seperti logo, banner, kartu nama, dan sebagainya untuk beberapa UMKM.
- Membuat desain poster dan sertifikat untuk beberapa acara seminar, kepanitiaan, dan sebagainya.
- Mengerjakan desain ringan untuk kebutuhan individu klien seperti editing foto, stiker, kalender, dan lainnya.

Graphic Designer & Printing Specialist – Magang Jan – Mar 2019
PT Snapindo Warlab Sukses

- Memperbaiki desain yang sudah dimiliki oleh klien agar sesuai dengan spesifikasi cetak (pra produksi).
- Melakukan pelayanan dan mengoperasikan mesin digital printing (produksi).
- Melakukan proses finishing terhadap produk desain yang dicetak sesuai dengan kebutuhan pelanggan (pasca produksi).

Pengalaman Organisasi

Departemen Komunikasi & Informasi – BPH Okt 2020 – Agu 2022
Forum Mahasiswa Bidikmisi KIP-K PNJ

- Predikat putra terbaik pada Pelatihan Manajemen Organisasi tahun 2020.
- Merancang desain logo dan brand identity untuk Kabinet Cakrawala periode 2021/2022.
- Merencanakan dan membuat 30+ social media design untuk Instagram @formadiksi.pnj

Hak Cipta :

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

Kontak

- 📍 Jl. Muara Baru, Blok I, No.90, Penjaringan, Jakarta Utara
- ☎ +62882 1290 1153
- ✉ vingkyher12@gmail.com
- 🌐 Vingky Herlambang

Sertifikasi

- **Test of English for International Communication (TOEIC) – 2024**
Educational Testing Service (ETS)
- **Intermediate Graphic Designer – 2024**
Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
- **Junior Graphic Designer – 2023**
Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)
- **Multimedia Skills Competency – 2019 & 2020**
Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP)

Pencapaian

- **Desainer Grafis Bedah Desain Kemasan (BEDAKAN) Batch 16 Tingkat Nasional – 2023**
Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif
- **3rd Place, Student Skills Competition, Graphic Design Technology, Tingkat Kota Jakarta Utara – 2018**
LKS SMK

Keahlian





Hak Cipta :

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

Kursus

- Junior Graphic Designer - 2023
Vocational School Graduate
Academy Digitalent by Kominfo
- Graphic Design (Adobe
Illustrator) & Freelancer - 2022
Git Kreatif

Soft Skills

- Creative thinking
- Problem solving
- Time management
- Team work
- Communication
- Adaptability

Interest

- Visual design
- Graphic design
- Entrepreneurship
- Book

- Penanggung jawab agenda Medihack, berupa pembuatan 20+ video tutorial desain grafis.
- Membuat berbagai kebutuhan desain visual untuk kepentingan organisasi.

Departemen Syiar & Keumatan - Staff Jan - Nov 2021
UKM Forum Ilmiah dan Kreativitas Islam - PNJ

- Melakukan kajian, riset, dan publikasi terhadap isu keislaman yang sedang terjadi.
- Membuat poster hasil kajian yang dipublikasikan melalui Instagram @ldk_fikri_pnj
- Melakukan koordinasi dengan departemen keagamaan masing-masing jurusan yang ada di PNJ.

Ketua Pelaksana Apr - Mei 2021
Lembar Cinta Ramadhan (LENERA) 2021 - PNJ

- Melakukan proses perekrutan dengan 18 staff kepanitiaan terpilih yang dibagi ke 5 divisi.
- Kegiatan dilakukan selama 1 bulan penuh berupa kegiatan keagamaan dan sosial.
- Melakukan koordinasi, pengawasan, dan memastikan pelaksanaan setiap rangkaian kegiatan.

Kepala Divisi Desain, Dokumentasi, Dekorasi, dan Logistik Nov 2020 - Feb 2021
Bidikmisi KIP-K Goes to School (BMGTS) 2021 - PNJ

- Menetapkan konsep visual identity design untuk diimplementasikan pada keseluruhan media desain yang dibutuhkan.
- Memimpin, berkomunikasi, dan berkoordinasi dengan 11 staf yang dibagi ke 4 sub divisi.
- Berhasil mengkoordinasikan pembuatan dan pengunggahan 100+ social media design untuk Instagram @bmgts.pnj (saat ini @kipkgts.pnj).
- Melakukan dokumentasi terhadap 28 sekolah yang berpartisipasi.
- Membuat semua kebutuhan desain dan publikasi untuk kepentingan acara.
- Berkoordinasi dan melaporkan kinerja ke ketua pelaksana dan pengawas.

Pengabdian Masyarakat

- Redesain Kemasan UMKM AH Catering di Setu Babakan - 2023
Pengabdian masyarakat oleh Politeknik Negeri Jakarta berupa redesain kemasan yang dimiliki oleh komunitas UMKM Setu Babakan.
- Divisi Humas, Publikasi, Dokumentasi, dan Desain - Formadiksi Visit - 2022
Pengabdian masyarakat pada bidang sosial, pendidikan, dan lingkungan di Desa Sukamakmur, Kecamatan Ciomas, Kabupaten Bogor, Jawa Barat.