



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *ONBOARDING KIT* UNTUK NASABAH BISNIS
TERPILIH SEBAGAI UPAYA PENGENALAN PRODUK *BUSINESS*
BANKING BANK CIMB NIAGA**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

**RESTI DYAH KUSUMAASRI
2106421055**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN
TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : :

**PERANCANGAN ONBOARDING KIT UNTUK NASABAH BISNIS
TERPILIH SEBAGAI UPAYA PENGENALAN PRODUK BUSINESS
BANKING BANK CIMB NIAGA**

Penulis : Resti Dyah Kusumaasri
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.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

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

LEMBAR PENGESAHAN

**PERANCANGAN ONBOARDING KIT UNTUK NASABAH BISNIS
TERPILIH SEBAGAI UPAYA PENGENALAN PRODUK BUSINESS
BANKING BANK CIMB NIAGA**

Oleh:

RESTI DYAH KUSUMAASRI
2106421055

Disahkan:

Depok, 10 Juli 2025
Penguji I

Penguji II

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

Emmidia Djonaedi, M.T., M.B.A
NIP. 198505162010122007

Kepala Program Studi

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds.
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN ONBOARDING KIT UNTUK NASABAH BISNIS TERPILIH SEBAGAI UPAYA PENGENALAN PRODUK BUSINESS BANKING BANK CIMB NIAGA

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.

Jakarta, 25 Juni 2025

Yang menyatakan,



Resti Dyah Kusumaasri
2106421055



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi, termasuk di industri perbankan yang memiliki peran penting dalam mendukung nasabah melakukan transaksi operasional yang kompleks. Perubahan ini perlu dikomunikasikan dengan baik agar proses transaksi nasabah dapat berjalan dengan baik di kemudian hari. Bank CIMB Niaga melakukan inovasi terhadap *platform* perbankan bisnisnya dengan meluncurkan OCTO Biz yang secara bertahap akan menggantikan seluruh fungsi dari *platform* sebelumnya bernama BizChannel@CIMB. Dalam proses peralihan *platform* ini, CIMB Niaga belum memiliki media informasi yang disampaikan secara jelas, teratur, dan mudah di akses. Oleh karena itu, dilakukan perancangan untuk *onboarding kit* OCTO Biz yang berisi buku panduan mengenai informasi penting OCTO Biz, kumpulan *link* panduan, dan *merchandise* yang dipersonalisasi sesuai dengan kebutuhan nasabah. *Onboarding kit* ini bertujuan untuk menyampaikan informasi mengenai OCTO Biz secara menyeluruh kepada nasabah bisnis terpilih guna memperkenalkan produk OCTO Biz sebelum nasabah dilakukan perpindahan ke OCTO Biz. Dalam proses perancangan *onboarding kit* OCTO Biz ini menggunakan metode *design thinking* dengan 6 tahapan yaitu proses *understanding*, *observe/point of view*, *define*, *ideate*, *prototyping*, *testing*, dan iterasi. tahap pertama menghasilkan rumusan masalah dari klien, tahap kedua menghasilkan *consumer insight*, tahap ketiga menghasilkan *creative brief*, tahap keempat menghasilkan konsep desain, tahap kelima menghasilkan prototipe, tahap keenam menghasilkan hasil *testing* dan desain final yang telah disesuaikan dengan kebutuhan pengguna. Hasil akhir dari proses perancangan ini berupa *onboarding kit* dengan gaya profesional dan dinamis yang dipadukan dengan warna korporasi bank CIMB Niaga. Hasil desain *onboarding kit* memberikan informasi komprehensif kepada nasabah mengenai informasi umum dan identitas dari produk OCTO Biz dan proses perpindahan nasabah bisnis. Penelitian berkontribusi untuk menjadi referensi solusi pemecahan masalah komunikasi terhadap layanan di bidang perbankan.

Kata kunci: *Business Banking, Desain Onboarding Kit, Buku Panduan Umum, Merchandise*



Hak Cipta :

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

Technological developments and digital transformation have changed the way businesses operate, including in the banking industry, which has an important role in supporting customers to carry out complex operational transactions. These changes need to be well communicated so that the customer transaction process can run well in the future. Bank CIMB Niaga is innovating its business banking platform by launching OCTO Biz which will gradually replace all functions of the previous platform called BizChannel@CIMB. In the process of switching platforms, CIMB Niaga doesn't yet have information media that is delivered in a clear, organized, and easily accessible manner. Therefore, a design for the OCTO Biz onboarding kit was carried out which contains a guidebook on important OCTO Biz information, a collection of guide links, and personalized merchandise according to customer needs. This onboarding kit aims to deliver comprehensive information about OCTO Biz to selected business customers to introduce OCTO Biz products before customers are transferred to OCTO Biz. In the process of designing this OCTO Biz onboarding kit using the design thinking method with 6 stages, namely understanding, observe/point of view, define, ideate, prototyping, testing, and iteration. The first stage results in the formulation of problems from clients, the second is to produce consumer insight, the third is to produce a creative brief, the fourth stage is to produce design concepts, the fifth stage produces a prototype and the sixth stage produces a final design. The final result of this design process is an onboarding kit with a professional and dynamic style combined with CIMB Niaga Bank's corporate colours. The onboarding kit design results provide comprehensive information to customers regarding general information and identity of OCTO Biz products and the process of moving business customers. The research is a reference for solving communication problems for services in the banking sector.

Keywords: *Business Banking, General Guidebook, Merchandise, Onboarding Kit Design*



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penulisan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan *Onboarding Kit* untuk Nasabah Bisnis Terpilih Sebagai Upaya Pengenalan Produk *Business Banking* Bank CIMB Niaga”. Laporan ini diajukan sebagai syarat untuk dapat mengikuti rangkaian tugas akhir dan kelulusan pada Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis di Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung proses pengerjaan laporan tugas akhir ini. Terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain S.T, M. Eng, selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds, selaku Ketua Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds, selaku Dosen Pembimbing materi yang telah membimbing dan membantu penulis dalam merancang laporan tugas akhir.
5. Ibu Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M, selaku Dosen Pembimbing teknis yang telah membimbing dan membantu penulis dalam menulis laporan tugas akhir.
6. Seluruh dosen pengampu mata kuliah Program Studi Desain Grafis yang telah membimbing dan memberikan ilmu juga pengalaman berharga selama masa studi penulis di Politeknik Negeri Jakarta.
7. Mas Agung Priyamanto selaku *TB Product lead* Bank CIMB Niaga, yang memberikan kesempatan kepada penulis untuk merancang *onboarding kit* khusus nasabah strategis ini.
8. Kak Eva Handianty selaku *Commercialisation lead* yang dengan gigihnya merekomendasikan penulis sebagai desainer utama untuk *onboarding kit* ini.
9. Kak Rizka Maulani Putri selaku *direct supervisor* yang selalu mendampingi penulis dalam mengerjakan tugas akhir juga memberikan *support system*.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

10. Kak Tanmanraj selaku senior dalam tim *commercialisation* yang selalu memberikan dukungan moral kepada penulis dalam mengerjakan proyek ini.
11. Ibu dan Kakak yang selalu mendukung keputusan penulis, sehingga penulis dapat menempuh perkuliahan di Politeknik Negeri Jakarta.
12. Audrey dan Maryam teman mengejar *timeline* TA, sehingga penulis dapat mengumpulkan laporan ini dan lulus tepat waktu.
13. Bang Rival teknisi percetakan andalan yang selalu membantu penulis di tengah *deadline* yang sempit ini.
14. Teman-teman Ludeo yang telah menemani dan berjuang bersama untuk lulus dari Politeknik Negeri Jakarta ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kekeliruan dalam laporan tugas akhir ini. Kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca sangat dibutuhkan oleh penulis, agar kedepannya dapat lebih baik lagi. Penulis berharap laporan penelitian ini dapat memberi manfaat yang signifikan untuk berbagai pihak di masa mendatang.

Jakarta, 20 Juni 2025

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Resti Dyah Kusumaasri
NIM: 2106421055



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iii
ABSTRAK.....	iv
ABSTRACT.....	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	3
1.4.1 Tujuan.....	3
1.4.2 Manfaat.....	3
1.4.2.1 Manfaat Praktis.....	4
1.4.2.2 Manfaat Teoritis.....	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Branding.....	6
2.1.1 Brand Personality.....	6
2.1.2 Brand Awareness.....	8
2.2 User-Centered Design.....	9
2.2.1 Strategic Customers.....	11
2.2.2 Personalisasi Desain.....	13
2.2.3 Onboarding Kit.....	15
2.2.4 Multimedia Learning.....	17
2.3 Teori Gestalt.....	18
2.3.1 Prinsip-Prinsip Teori Gestalt.....	18
2.3.2 Peran Prinsip Teori Gestalt pada Desain dan Branding.....	22
2.4 Tipografi.....	22
2.4.1 Legibility.....	23
2.4.2 Readability.....	27
2.5 Teori Warna.....	29



Hak Cipta :

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

2.5.1 <i>Color Wheel</i>	29
2.5.2 Skema Warna.....	31
2.6 Desain <i>Layout</i>	34
2.6.1 Prinsip Desain <i>Layout</i>	35
2.6.2 Elemen Desain <i>Layout</i>	39
2.6.3 <i>Grid</i> dan Sistem <i>Grid</i>	40
2.7 Metode Proses Perancangan Desain.....	47
2.7.1 Proses <i>Design Thinking</i>	48
2.7.2 <i>Mind Map</i>	50
2.7.3 <i>Moodboard</i>	50
BAB III METODE PERANCANGAN.....	52
3.1 Metode Penelitian.....	52
3.1.1 <i>Understanding</i>	53
3.1.2 <i>Observe / Point-of View</i>	54
3.1.3 <i>Define</i>	55
3.1.4 <i>Ideate</i>	56
3.1.5 <i>Prototyping</i>	56
3.1.6 <i>Testing</i>	57
3.1.7 Pembuatan <i>Final Artwork</i>	57
3.2 Data dan Analisis.....	58
3.2.1 Profil Klien.....	58
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	59
3.2.3 Kompetitor.....	60
3.2.4 <i>Consumer Insight</i>	62
3.2.5 <i>Segmenting, Targeting, & Positioning (STP)</i>	64
3.2.6 Analisis SWOT.....	65
3.3 Arahkan Kreatif.....	67
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN DESAIN.....	70
4.1 Konsep Desain.....	70
4.1.1 Pencarian Kata Kunci.....	70
4.1.2 Visualisasi Kata Kunci.....	72
4.1.2.1 <i>References Board</i>	72
4.1.2.2 <i>Moodboard - Inspirational</i>	73
4.1.3 <i>Concept Board</i>	73
4.1.3.1 Sketsa <i>Thumbnail</i> :.....	74
4.1.3.2 <i>Concept Board</i> :.....	74
4.2 Sketsa Desain.....	75
4.2.1 Sketsa Manual.....	76



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.2.1.1 Alternatif 1 - <i>Netlink Dynamic</i>	76
4.2.1.2 Alternatif 2 - <i>Connective Flow</i>	77
4.2.1.3 Alternatif 3 - <i>Sync Sphere</i>	77
4.2.1.4 Alternatif 4 - <i>Account Net Integration</i>	78
4.2.1.5 Alternatif 5 - <i>Book Sync Network</i>	78
4.2.2 Sketsa Digital Komprehensif.....	79
4.2.1.1 Alternatif 1 - <i>Connective Flow</i>	79
4.2.1.2 Alternatif 2 - <i>Sync Sphere</i>	80
4.2.1.3 Alternatif 3 - <i>Book Sync Network</i>	81
4.3 Desain Terpilih.....	81
4.3.1 Warna.....	84
4.3.2 Tipografi.....	85
4.3.3 Elemen Visual.....	86
4.3.4 Penerapan Layout.....	87
4.3.5 Prinsip Desain.....	88
4.4 <i>Testing</i>	91
4.5 Finalisasi Desain.....	95
4.5.1 <i>Final Artwork</i>	96
4.5.2 <i>Mock Up Digital</i>	97
4.6 Pertimbangan Produksi.....	98
BAB V SIMPULAN & SARAN.....	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Saran.....	101
DAFTAR REFERENSI.....	102
LAMPIRAN.....	108



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Penerapan <i>Proximity</i>	19
Gambar 2.2 Penerapan <i>Similarity</i>	19
Gambar 2.3 Penerapan <i>Closure</i>	20
Gambar 2.4 Penerapan <i>Continuity</i>	20
Gambar 2.5 Penerapan <i>Figure-Ground Relationship</i>	21
Gambar 2.6 Penerapan <i>Symmetry</i> dan <i>order (Prägnanz)</i>	21
Gambar 2.7 <i>Font Serif</i>	24
Gambar 2.8 <i>Font Sans-Serif</i>	24
Gambar 2.9 <i>Kerning</i>	26
Gambar 2.10 <i>Tracking</i>	26
Gambar 2.11 <i>Leading</i>	27
Gambar 2.12 <i>Leading</i>	27
Gambar 2.13 <i>Alignment</i>	28
Gambar 2.14 <i>Color Wheel</i>	29
Gambar 2.15 <i>Primary Color</i>	30
Gambar 2.15 <i>Secondary Color</i>	30
Gambar 2.16 <i>Tertiary Color</i>	31
Gambar 2.17 <i>Complementary</i>	32
Gambar 2.18 <i>Triadic</i>	32
Gambar 2.19 <i>Tetradic</i>	33
Gambar 2.20 <i>Analogue</i>	33
Gambar 2.21 <i>Split Complementary</i>	34
Gambar 2.22 <i>Alignment</i>	36
Gambar 2.23 <i>Balance</i>	36
Gambar 2.24 <i>Contrast</i>	37
Gambar 2.25 <i>Hierarchy</i>	37
Gambar 2.26 <i>Proximity</i>	38
Gambar 2.27 <i>Grid Anatomy</i>	40
Gambar 2.28 <i>Margin</i>	41
Gambar 2.29 <i>Column (kolom)</i>	41
Gambar 2.30 <i>Modules</i>	42
Gambar 2.31 <i>Spatial Zones</i>	43
Gambar 2.32 <i>Flow Lines</i>	43
Gambar 2.33 <i>Markers</i>	44
Gambar 2.34 <i>Gutter & Alley</i>	44
Gambar 2.35 <i>Fields</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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 2.36 <i>Manuscript Grid</i>	45
Gambar 2.37 <i>Multicolumn Grid</i>	46
Gambar 2.38 <i>Modular Grid</i>	46
Gambar 2.39 <i>Hierarchical Grid</i>	47
Gambar 2.40 <i>Proses Design Thinking</i>	48
Gambar 2.41 <i>Moodboard</i>	50
Gambar 3.1 <i>Bagan Proses Desain</i>	52
Gambar 3.2 <i>Proses Understanding</i>	53
Gambar 3.3 <i>Proses Observe/Point-of View</i>	54
Gambar 3.4 <i>Proses Define</i>	55
Gambar 3.5 <i>Proses Ideate</i>	56
Gambar 3.6 <i>Proses Prototyping</i>	56
Gambar 3.7 <i>Proses Testing</i>	57
Gambar 3.8 <i>Proses Pembuatan Final Artwork</i>	57
Gambar 3.9 <i>PT Bank CIMB Niaga Tbk</i>	58
Gambar 3.10 <i>KlikBCA Bisnis</i>	60
Gambar 3.11 <i>Qlola by BRI</i>	61
Gambar 3.12 <i>Kopra by Mandiri</i>	61
Gambar 3.13 <i>KlikBCA Bisnis</i>	68
Gambar 3.14 <i>Qlola by BRI</i>	68
Gambar 3.15 <i>Kopra by Mandiri</i>	68
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	71
Gambar 4.2 <i>References Board</i>	72
Gambar 4.3 <i>Moodboard - Inspirational</i>	73
Gambar 4.4 <i>Sketsa Thumbnail</i>	74
Gambar 4.5 <i>Concept Board</i>	75
Gambar 4.6 <i>Sketsa Manual 1 - Netlink Dynamic</i>	76
Gambar 4.7 <i>Sketsa Manual 2 - Connective Flow</i>	77
Gambar 4.8 <i>Sketsa Manual 3 - Sync Sphere</i>	77
Gambar 4.9 <i>Sketsa Manual 4 - Account Net integration</i>	78
Gambar 4.10 <i>Sketsa Manual 5 - Book Sync Network</i>	78
Gambar 4.11 <i>Alternatif 1 - Connective Flow</i>	79
Gambar 4.12 <i>Alternatif 2 - Sync Sphere</i>	80
Gambar 4.13 <i>Alternatif 3 - Book Sync Network</i>	81
Gambar 4.14 <i>Desain Buku Terpilih- Book Sync Network</i>	82
Gambar 4.15 <i>Desain Poster</i>	83
Gambar 4.16 <i>Greeting Card OCTO Biz</i>	83
Gambar 4.17 <i>Color Palette OCTO Biz</i>	84



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.18 Skema Warna OCTO Biz.....	85
Gambar 4.19 Penggunaan tipografi.....	86
Gambar 4.20 Penerapan Elemen Visual.....	87
Gambar 4.21 Penerapan <i>Margin</i> dan <i>Grid</i>	88
Gambar 4.22 Hasil Desain Informasi Produk.....	89
Gambar 4.23 <i>Test Print</i>	91
Gambar 4.24 <i>Testing Documentation</i>	93
Gambar 4.25 <i>Feedback Capture Matrix</i>	93
Gambar 4.26 Jarak <i>Footer</i>	94
Gambar 4.27 Halaman <i>Sub-Headline</i>	95
Gambar 4.28 Desain Final.....	95
Gambar 4.29 <i>Final Artwork</i>	96
Gambar 4.30 <i>Mock Up Digital</i>	97

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 Matriks Analisis SWOT.....	66
Tabel 3.2 Arahan Kreatif.....	67
Tabel 4.1 Keywords.....	71
Tabel 4.2 Elemen <i>onboarding kit</i>	83





Hak Cipta :

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

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	108
a. Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1).....	108
b. Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2).....	111
2. Hasil Cek Plagiarisme.....	112
3. Transkrip Wawancara.....	114
a. A Priyamanto - <i>TB Product Lead</i>	114
b. E Handianty - <i>Commercialisation Lead</i>	114
c. R.M Putri - <i>Digital Transformation</i>	115
d. T.S Dhillon - <i>Digital Transformation</i>	116
e. N.E Asriyani - <i>TB Liabilities / RM Head</i>	116
4. Data Survei Nasabah.....	118
a. Data Survei Bagian 1.....	118
b. Data Survei Bagian 2.....	122
5. Data <i>Testing</i>	128
a. Data Hasil <i>Testing</i> - Bagian 1.....	128
b. Data Hasil <i>Testing</i> - Bagian 2.....	129
6. Dokumentasi.....	132
7. Daftar Riwayat Hidup.....	133

**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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan transformasi digital telah mengubah cara bisnis beroperasi, termasuk di industri perbankan (Aysa, 2021). Sektor perbankan bisnis memiliki peran penting dalam mendukung nasabah korporasi melalui manajemen kas, dan dukungan operasional yang kompleks (Bhegawati & Utama, 2020). Namun, kompleksitas ini menjadi tantangan bagi bank untuk mengkomunikasikan nilai fungsional layanan secara efektif, sehingga diperlukan solusi komunikasi inovatif untuk menjembatani kesenjangan pemahaman tersebut.

Salah satu pendekatan yang terbukti efektif dalam mengatasi tantangan tersebut adalah penggunaan *onboarding kit* sebagai media komunikasi. Media ini tidak hanya mampu menyederhanakan informasi kompleks, juga meningkatkan *Brand Awareness* dengan memperkenalkan nilai perusahaan secara mendalam. Sebagai contoh pada perusahaan Blibli yang berhasil menggunakan paket *welcoming* untuk memberikan informasi menyeluruh mengenai informasi penting perusahaan kepada pegawai baru, sehingga ini dapat memperkuat hubungan antara pegawai baru dan perusahaan menggunakan pendekatan yang menarik (Adam & Putri, 2023). Rancangan desain strategis dengan memadukan prinsip desain *branding* yang sesuai menggunakan gaya visual yang konsisten, menjadikan *onboarding kit* alat komunikasi yang jelas dan berdampak (Busche, 2024). Media ini tidak hanya mampu untuk memperkuat hubungan emosional dengan pengguna, tetapi juga secara signifikan dapat meningkatkan pemahaman terhadap informasi serta fitur lengkap suatu layanan (Roggeveen dkk., 2021).

Bank CIMB Niaga, salah satu dari lima bank swasta terbesar di Indonesia, terus berinovasi dalam layanan perbankan bisnis dengan meluncurkan OCTO Biz. Platform ini dirancang untuk menggantikan BizChannel@CIMB, yang telah menjadi solusi utama pengelolaan keuangan bisnis sejak 2010 (*Company Milestone - CIMB Niaga*, t.t.). OCTO Biz menawarkan peningkatan signifikan, termasuk antarmuka yang lebih intuitif, keamanan transaksi yang terintegrasi, dan kemudahan akses kapan saja dan di mana saja. Dengan fokus pada efisiensi dan



© 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

kenyamanan, *platform* ini bertujuan mendukung kebutuhan kompleks nasabah bisnis sekaligus memperkuat posisi CIMB Niaga sebagai pelopor inovasi di sektor perbankan.

Proses migrasi dari BizChannel@CIMB ke OCTO Biz memerlukan strategi komunikasi dan pemasaran yang efektif untuk memenuhi kebutuhan nasabah bisnis. Pada migrasi tahap sebelumnya yang melibatkan 4.000 nasabah, komunikasi dilakukan melalui panduan digital, webinar, dan pemberian *token of appreciation*. Namun, pendekatan ini dinilai kurang memadai bagi nasabah strategis karena belum adanya media perkenalan yang komprehensif, informasi produk yang mendalam, serta panduan produk yang terstruktur.

Sebagai solusi, dilakukan perancangan terhadap *onboarding kit* yang dirancang untuk memperkuat *branding* OCTO Biz dan meningkatkan *brand awareness* melalui desain visual yang konsisten (O'Connor, 2015). *Onboarding kit* menjadi jembatan komunikasi antara bank dan nasabah strategis, disampaikan melalui tim implementasi dan *relationship manager* yang melakukan visitasi dan pelatihan langsung di perusahaan (Vicente dkk., 2024). Pendekatan ini bertujuan menjaga kelancaran transaksi selama masa transisi sekaligus memperkuat kepercayaan dan loyalitas nasabah. Langkah ini mendukung peningkatan layanan pasca-penjualan (Kotler dkk., 2019) melalui hubungan langsung dengan nasabah (*Customer Relationship Management*) (Roggeveen dkk., 2021).

Distribusi *onboarding kit* pada Agustus 2025 diharapkan memperkuat *brand image* OCTO Biz dan mendukung promosi berbasis *word-of-mouth* melalui pengalaman nasabah yang positif dan personal (Ferraz dkk., 2023). Penelitian lanjutan ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana *onboarding kit* dapat digunakan sebagai alat pengenalan produk kepada nasabah strategis Bank CIMB Niaga. Oleh karena itu, judul yang diangkat adalah “*Perancangan Onboarding Kit untuk Nasabah Bisnis Terpilih sebagai Upaya Pengenalan Produk Business Banking Bank CIMB Niaga*”.



Hak Cipta:

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fakta di lapangan, masalah yang akan dipecahkan melalui penelitian ini adalah, bagaimana proses perancangan *onboarding kit* untuk nasabah terpilih sektor bisnis dari Bank CIMB Niaga sebagai upaya dalam pengenalan produk *Business Banking* terbaru dari Bank CIMB Niaga bernama OCTO Biz?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan rumusan masalah yang ditemukan, ditemukan ruang lingkup pembahasan yang akan dijadikan dasar teori pengembangan desain *onboarding kit* untuk produk *Business Banking* CIMB Niaga antara lain:

1. Proses kreatif perancangan *onboarding kit* OCTO Biz dari Bank CIMB Niaga sebagai sarana pengenalan produk.
2. Penerapan teori desain dan teori pemasaran yang baik dalam pembuatan *Onboarding kit* OCTO Biz.
3. Pengaplikasian identitas dan informasi produk OCTO Biz dalam komponen *onboarding kit*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Berdasarkan masalah dan ruang lingkup penelitian yang telah ditemui, tujuan utama dalam penelitian ini adalah:

1. Menjelaskan proses kreatif perancangan *onboarding Kit* OCTO Biz dari Bank CIMB Niaga sebagai sarana pengenalan produk.
2. Menjelaskan penerapan teori desain dan teori pemasaran yang baik dalam pembuatan *onboarding kit* OCTO Biz.
3. Menjelaskan bagaimana pengaplikasian identitas dan informasi produk OCTO Biz dalam komponen *onboarding kit*.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari penelitian ini diantaranya:



Hak Cipta:

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

1.4.2.1 Manfaat Praktis

a. Bagi Bank CIMB Niaga Tbk

Bank CIMB Niaga dapat memperkenalkan produk terbarunya dengan baik, guna meningkatkan kepuasan dan kepercayaan nasabah untuk terus menggunakan produk dari Bank CIMB Niaga terutama di produk bisnisnya.

b. Bagi Nasabah Strategis Bank CIMB Niaga

Nasabah dapat memahami dengan baik produk OCTO Biz dari Bank CIMB Niaga sebagai pengganti *platform* yang lebih intuitif dari produk sebelumnya. Sehingga OCTO Biz dapat menjadi *platform* andalan baru dalam kegiatan bisnis sehari-hari.

1.4.2.2 Manfaat Teoritis

Hasil dari perancangan *Onboarding kit* OCTO Biz ini diharapkan dapat menjadi referensi penelitian selanjutnya terutama bagi mahasiswa desain grafis. Sehingga kedepannya permasalahan terkait komunikasi terhadap nasabah loyal di bidang perbankan menjadi lebih mudah dipecahkan.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan Tugas Akhir ini akan disajikan dalam 5 Bab dengan sistematika sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Laporan Tugas Akhir akan dimulai dengan bagian pendahuluan yang menjelaskan secara lengkap mengenai latar belakang pemilihan klien serta masalah utama dalam proyek ini. Bab ini akan menjelaskan ruang lingkup dan tujuan penelitian Perancangan *Onboarding Kit* Untuk Nasabah Bisnis Terpilih Sebagai Strategi Optimalisasi Pemahaman Produk *Business Banking* Bank CIMB Niaga. Bab ini akan dilengkapi dengan sistematika penulisan laporan tugas akhir.



Hak Cipta:

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

Berisi Kumpulan kajian teoritis yang akan digunakan dalam proses perancangan tugas akhir ini. Uraian teori akan berhubungan erat dengan *User Centered Design* untuk apresiasi nasabah loyal, dan buku panduan nasabah. Selain itu, akan dibahas pula mengenai prinsip desain dan proses pembuatan editorial desain untuk produk *Onboarding Kit* ini.

BAB III METODE PERANCANGAN

Membahas secara detail mengenai metode perancangan yang digunakan dalam membuat buku panduan dan *Onboarding Kit* nasabah yaitu metode *Design Thinking* yang akan dilengkapi dengan analisis kualitatif yang relevan dengan proyek ini.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Penjelasan detail mengenai proses perancangan *onboarding kit* dan buku panduan dari penyusunan konsep hingga pembuatan *final artwork* (FAW). Pada bab ini juga akan dibahas secara detail mengenai aspek-aspek desain yang digunakan dalam desain *onboarding kit* OCTO biz.

BAB V PENUTUP

Berisi Simpulan dan saran untuk keberlanjutan penelitian khususnya pada topik desain marketing untuk perusahaan perbankan di Indonesia.

BAB V

SIMPULAN & SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil akhir dan seluruh proses desain yang dilakukan untuk perancangan *onboarding kit* OCTO Biz, dapat disimpulkan bahwa:

1. *Onboarding kit* OCTO Biz dirancang berdasarkan dengan kebutuhan nasabah akan media informasi yang terintegrasi. Perancangan desain ini menggunakan proses *design thinking* yang diawali dengan proses *understanding* untuk memahami kebutuhan klien. Pada proses ini ditemukan bahwa belum adanya media yang efektif dalam memperkenalkan OCTO Biz khususnya kepada nasabah bisnis terpilih bank CIMB Niaga. Selanjutnya proses dilakukan dengan metode *observe/point-of view* untuk mencari masalah yang sedang dihadapi oleh pengguna dan ditemukan bahwa pengguna membutuhkan media penghubung dalam bentuk cetak. Setelah kedua proses tersebut dilakukan, kemudian dilakukan tahap *define* yaitu melakukan elaborasi terhadap masalah klien, masalah pengguna, dan preferensi pengguna sebagai dasar pengembangan desain, dan ditemukan bahwa solusi yang sesuai dari masalah tersebut dengan merancang *onboarding kit* untuk nasabah terpilih. Tahap selanjutnya adalah proses ideasi dengan membuat *mind map*, *moodboard*, juga sketsa. pada tahap ini pengembangan kata kunci untuk *mind map* dengan memanfaatkan *key message* dari OCTO Biz itu sendiri dan ditemukan 4 kata kunci desain utama yaitu: integrasi, dinamis, *account book* dan *network nodes*.

Kata kunci tersebut kemudian dikembangkan melalui *moodboard*. Setelah *moodboard* dibuat, kemudian dilakukan perancangan lima sketsa alternatif yaitu: *Netlink Dynamic* dengan konsep konektivitas yang dinamis menggunakan elemen lingkaran, *Connective flow* dengan konsep integrasi koneksi melalui elemen garis, *Sync Sphere* dengan konsep keutuhan koneksi melalui elemen lingkaran, *Account Net integration* dengan konsep integrasi informasi berupa kotak, dan *Book Sync Network* dengan konsep

Hak Cipta:

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

layout buku rekening dengan elemen utama persegi. Setelah proses ideasi dilakukan, kemudian masuk ke tahap pembuatan prototipe dengan melakukan digitalisasi desain komprehensif untuk 3 sketsa terpilih yaitu alternatif *connective flow*, *sync sphere*, dan *book sync network*. Setelah dilakukan digitalisasi, kemudian desain terpilih yaitu konsep *Sync Sphere* dibuat desain untuk keseluruhan kontennya. Setelah dilakukan digitalisasi seluruh konten, dilakukan proses uji coba cetak desain dan selanjutnya akan masuk ke tahap *testing*. Pada tahap *testing* dilakukan kepada 10 target pengguna yang bertujuan untuk mengetahui apakah desain sudah sesuai dengan kebutuhan pengguna. Hasil *testing* menunjukkan nasabah sudah puas dengan desain yang telah dirancang, namun ada beberapa perubahan yang perlu dilakukan. Setelah dilakukan perubahan berdasarkan hasil *testing*, kemudian desain dibuat *final artwork* siap cetaknya untuk kemudian dilakukan produksi massal.

2. Prinsip dan elemen desain yang diterapkan pada perancangan *Onboarding kit* sebagai sarana pengenalan produk menampilkan kesan yang profesional, dinamis, dan informatif. Elemen desain didominasi dengan penggunaan elemen geometris dengan penggunaan kombinasi transparansi dari warna, juga elemen bola bergerak sebagai ciri khas dari OCTO Biz. elemen desain yang digunakan juga memberikan kesan kesatuan (*unity*) yang diketahui dari kesinambungan warna juga elemen visual berupa lingkaran di setiap halamannya. Pesan integrasi informasi juga terpancar jelas pada desain karena mengelompokkan elemen desain dan informasi yang mirip menggunakan prinsip *proximity*. Pada desain buku panduan OCTO Biz ini juga menggunakan *font Open Sans* sebagai tipografi utamanya dengan variasi berat teks. *Font* tersebut dipilih karena memiliki keterbacaan yang jelas dan terlihat profesional, sehingga membantu desain terlihat baik dan informatif meskipun memiliki konten yang banyak.
3. Desain *onboarding kit* OCTO Biz disusun berdasarkan kemiripan desain yang kemudian akan membuat persepsi terhadap produk OCTO Biz. Persepsi desain ini dibentuk berdasarkan *branding* CIMB Niaga namun di

**Hak Cipta:**

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

khususkan dengan sektor bisnis sehingga desainnya lebih terkesan formal. Pada pengembangan identitas desain produk OCTO Biz, pengembangan awal pada *key value* Bank CIMB Niaga yaitu “*moving forward*” sehingga dibuat desain dengan bentuk *timeline* juga untuk elemen visual khas berbentuk bola bergerak maupun lingkaran dengan kombinasi warna dan transparansi. Desain inilah yang menjadi identitas utama dan diaplikasikan secara menyeluruh ke dalam komponen desain *onboarding kit* OCTO Biz.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan untuk proses perancangan *onboarding kit* OCTI Biz ini, terdapat saran sebagai acuan untuk pengembangan penelitian serupa kedepannya yaitu perlunya strategi pemasaran yang berbeda ketika produk sudah diluncurkan secara publik. Mengingat jumlah nasabah khusus yang sedikit dan perancangan desain yang membutuhkan waktu juga proses panjang, maka kedepannya dibutuhkan proses yang lebih efisien secara waktu dan tenaga namun memberikan *impact* besar untuk nasabah. Selain itu dengan efisiensi proses akan memberikan waktu lebih untuk melakukan evaluasi di setiap proses iterasi yang dilakukan dalam perancangan media pemasaran dan pengenalan produk.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Adam, F., & Putri, S. A. (2023). *PERANCANGAN WELCOME KIT YANG DAPAT MENGIMPLEMENTASIKAN VALUE PERUSAHAAN BLIBLI*.
- Anderson, G., & Heller, S. (2016). *The typography Idea Book: Inspiration from 50 Masters*. Laurence King Publishing.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. Depok : PNJ Press.
- Anggarini, A., & Bangun, D. A. N. (2020). *ALTERNATIF MODEL PENYUSUNAN MOOD BOARD SEBAGAI METODE BERPIKIR KREATIF DALAM PENGEMBANGAN KONSEP VISUAL*.
- Anshari, M., Almunawar, M. N., Lim, S. A., & Al-Mudimigh, A. (2019). Customer relationship management and big data enabled: Personalization & customization of services. *Applied Computing and Informatics*, 15(2), 94–101. <https://doi.org/10.1016/j.aci.2018.05.004>
- Aysa, I. R. (2021). Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia. *Jurnal At-Tamwil*, Vol.3 No.2 September 2021. <https://doi.org/10.33367/at.v2i3.1458>
- Bank Rakyat Indonesia (Persero). (2025). Qlola Internet Banking BRI - Bantuan [Company Website]. *Bantuan*. <https://newbiz.bri.co.id/help>
- BCA. (2025). KlikBCA Bisnis [Company Website]. *Internet banking untuk kebutuhan bisnis nyaman*. <https://www.bca.co.id/id/bisnis/layanan/e-banking-bisnis/klikbca-bisnis>
- Bhegawati, D. A. S., & Utama, M. S. (2020). *THE ROLE OF BANKING IN INDONESIA IN INCREASING ECONOMIC GROWTH AND COMMUNITY WELFARE*. 22(1).
- Bollini, L. (2017). Beautiful interfaces. From user experience to user interface design. *The Design Journal*, 20(sup1), S89–S101. <https://doi.org/10.1080/14606925.2017.1352649>
- Brewster, D. (2024). *The Stereoscope: Its History, Theory, and Construction, with Its Application to the Fine and Useful Arts and to Education*. Alpha Edition. <https://books.google.co.id/books?id=05nZ0AEACAAJ>
- Budiastuti, D. R. (2023). PERAN RELATIONSHIP MANAGER DALAM MEMBINA HUBUNGAN BAIK DENGAN CUSTOMER , STUDI



Hak Cipta :

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

PADA CIMB NIAGA PONDOK INDAH. *Akrab Juara : Jurnal Ilmu-ilmu Sosial*, 8(1), 32. <https://doi.org/10.58487/akrabjuara.v8i1.2034>

Busche, L. (2024). *Brand Psychology: The Art and Science of Building Strong Brands*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Caldwell, C., Zappaterra, Y., & Zappaterra, Y. (2014). *Editorial design: Digital and print*. London : King Publisher.

Company Milestone—*CIMB Niaga*. (t.t.). [Company Website]. Diambil 20 April 2024, dari <https://investor.cimbniaga.co.id/gcg/milestone.html>

Ergonomics of human-system interaction—Part 20: Accessibility guidelines for information/communication technology (ICT) equipment and services (Versi 2). (2017). [Standard]. ISO. <https://www.iso.org/obp/ui/en/#iso:std:77520:en>

Ferraz, R. M., Da Veiga, C. P., Da Veiga, C. R. P., Furquim, T. S. G., & Da Silva, W. V. (2023). After-Sales Attributes in E-Commerce: A Systematic Literature Review and Future Research Agenda. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 18(1), 475–500. <https://doi.org/10.3390/jtaer18010025>

Gil-Gomez, H., Guerola-Navarro, V., Oltra-Badenes, R., & Lozano-Quilis, J. A. (2020). Customer relationship management: Digital transformation and sustainable business model innovation. *Economic Research-Ekonomika Istraživanja*, 33(1), 2733–2750. <https://doi.org/10.1080/1331677X.2019.1676283>

Ha, T. T. (2011). *Theory and design of digital communication systems*. Cambridge University Press.

Habib, M. D., & Sarwar, M. A. (2021). After-sales services, brand equity and purchasing intention to buy second-hand product. *Rajagiri Management Journal*, 15(2), 129–144. <https://doi.org/10.1108/RAMJ-07-2020-0033>

Hannam, B. (2025). *Graphic Design: For Dummies*. John Wiley & Sons, Inc.

Heinze, A., Fletcher, G., Cruz, A., & Rashid, T. (2016). *Digital and Social Media Marketing: A Results-Driven Approach*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Hibit, E. (2022). *Color Theory for Dummies*. New Jersey : John Wiley and Sons.

Hikmah, N., Olii, S. T., & Tuerah, I. J. (2021). *The Readability Level of Reading*



Hak Cipta:

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

Texts in the English Textbook Entitled When English Rings a Bell for the Seventh Grade Junior High School.

Hunt, R. (2020). *Advanced Typography—From Knowledge to Mastery*. Bloomsbury Publishing Plc.

Knowles, M. S., III, E. F. H., & Swanson, R. A. (2014). *The Adult Learner: The definitive classic in adult education and human resource development*. Routledge.

Kolarevic, B., & Duarte, J. P. (2018). *Mass Customization and Design Democratization*. Routledge, Taylor & Francis Group.

Kompella, K. (Ed.). (2019). *Marketing Wisdom*. Springer Singapore. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-7724-1>

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2019). Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. Dalam K. Kompella (Ed.), *Marketing Wisdom* (hlm. 139–156). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-10-7724-1_10

Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). *Marketing Management* (16 ed.). Pearson.

Lewrick, M. (2023). *Design Thinking and Innovation Metrics*. John Wiley & Sons, Inc.

Lidwell, W., Holden, K., & Butler, J. (2010). *Universal Principles of Design, Revised and Updated: 125 Ways to Enhance Usability, Influence Perception, Increase Appeal, Make Better Design Decisions, and Teach through Design*. Rockport Publishers. <https://books.google.co.id/books?id=l0QPECGQySYC>

Lieven, T. (2017). *Brand Gender: Increasing Brand Equity through Brand Personality*. Springer International Publishing.

Lim, S. (2022). A study on the Interactive Expression of Human Emotions in Typography. *International Journal of Advanced Culture Technology*, 10(1), 122–130. <https://doi.org/10.17703/IJACT.2022.10.1.122>

Lupton, E. (2024). *Thinking with type: A Critical guide for Designers, Editor, and students* (3 ed.). Princeton Architectural Press.

Martins, N., & Raposo, D. (2023). *Communication Design and Branding: A Multidisciplinary Approach*. Springer Cham.



Hak Cipta :

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

- Mayer, R. E. (2002). Multimedia learning. Dalam *Psychology of Learning and Motivation* (Vol. 41, hlm. 85–139). Academic Press. [https://doi.org/10.1016/S0079-7421\(02\)80005-6](https://doi.org/10.1016/S0079-7421(02)80005-6)
- Mayer, R. E., & Fiorella, L. (2021). *The Cambridge Handbook of Multimedia Learning*. Cambridge University Press.
- Micheli, P., Wilner, S. J. S., Bhatti, S. H., Mura, M., & Beverland, M. B. (2019). Doing Design Thinking: Conceptual Review, Synthesis, and Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 36(2), 124–148. <https://doi.org/10.1111/jpim.12466>
- Mollica, P. (2018). *Special Subjects: Basic Color Theory—An Introduction to Color for Beginning*. Quarto Publishing Group.
- Müller-Roterberg, C. (2020). *Design thinking for dummies*. New Jersey : John Wiley & Sons, Inc.
- Munk, J. E., Sørensen, J. S., & Laursen, L. N. (2020). VISUAL BOARDS: MOOD BOARD, STYLE BOARD OR CONCEPT BOARD? *Proceedings of the 22nd International Conference on Engineering and Product Design Education*. The 22nd International Conference on Engineering and Product Design Education. <https://doi.org/10.35199/EPDE.2020.47>
- O'Connor, Z. (2015). Colour, contrast and gestalt theories of perception: The impact in contemporary visual communications design. *Color Research & Application*, 40(1), 85–92. <https://doi.org/10.1002/col.21858>
- Opara, E., & Cantwell, J. (2014). *Color Works Best Practices for Graphic Designers: An Essential Guide to Understanding and Applying Color Design Principles*. Massachusetts : Rockport Publishers.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The Experience Economy: Competing for Customer Time, Attention, and Money*. Harvard Business Review Press.
- Plass, J. L., Moreno, R., & Brünken, R. (2010). *Cognitive Load Theory*. Cambridge University Press.
- Poulin, R. (2018). *Design School Layout: A Practical Guide for Students & Designers*. Quarto Publishing Group.
- PT Bank CIMB Niaga TBK. (2024). *Annual Report CIMB Niaga 2023* (hlm. 936) [Annual Report]. PT Bank CIMB Niaga TBK.
- PT Bank Mandiri. (2025). *Kopra by Mandiri—FAQ* [Company Website].



Hak Cipta :

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

Frequently Asked Question. <https://koprabymandiri.com/faq>

- Raposo, D. (2022). *Design, Visual Communication and Branding*. Cambridge Scholars Publishing.
- Richardson, J. T. E. (2022). *The Legibility of Serif and Sans Serif Typefaces: Reading from Paper and Reading from Screens*. Buckinghamshire : Springer International Publishing.
<https://doi.org/10.1007/978-3-030-90984-0>
- Roggeveen, A. L., Grewal, D., Karsberg, J., Noble, S. M., Nordfält, J., Patrick, V. M., Schweiger, E., Soysal, G., Dillard, A., Cooper, N., & Olson, R. (2021). Forging meaningful consumer-brand relationships through creative merchandise offerings and innovative merchandising strategies. *Journal of Retailing*, 97(1), 81–98. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.11.006>
- Rowles, D. (2018). *Digital Branding: A Complete step-by-step guide to strategy, tactics, tools and measurement* (2nd ed.). Kogan Page.
- Saks, A. M., & Gruman, J. A. (2021). *Advanced Introduction to Employee Engagement*. Edward Elgar Publishing Limited.
<https://books.google.co.id/books?id=V3g8EAAAQBAJ>
- Saltz, I. (2020). *Typography Essentials—100 Design Principles for Working with Type*. Rockport Publishers.
- Samara, T. (2017). *Making and Breaking the Grid: A Graphic Design Layout Workshop* (Second). Quarto Publishing Group.
- Sebastian, K., & Anja, S. N. (2018). Visual Design Thinking: Understanding the Role of Knowledge Visualization in the Design Thinking Process. *2018 22nd International Conference Information Visualisation (IV)*, 362–367. <https://doi.org/10.1109/iV.2018.00068>
- Skolos, N., & Wedell, T. (2006). *Type, Image, Message A Graphic Design Layout Workshop*. Rockport Publishers.
- Skottun, G., & Krüger, Å. (2022). *Gestalt Therapy Practice: Theory and Explanation*. Routledge, Taylor & Francis Group.
- Solomon, M. R. (2019). *Consumer Behavior—Buying, Having, and Being, 13th Edition* (13th ed.). Pearson Education.
- Still, B., & Crane, K. (2017). *Fundamentals of User-Centered Design* (1st ed.). CRC Press - Taylor & Francis Group.



© 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

- Tindall-Ford, S., Agostinho, S., & Sweller, J. (2020). *Advances in Cognitive Load Theory: Rethinking Teaching*. Routledge.
- Tonderau, B. (2019). *Layout Essentials: 100 Design Principles for using grids*. Quarto Publishing Group.
- Vicente, G.-N., Hermenegildo, G.-G., Raul, O.-B., & Pedro, S.-A. (2024). Customer relationship management and its impact on entrepreneurial marketing: A literature review. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 20(2), 507–547. <https://doi.org/10.1007/s11365-022-00800-x>
- Wadsworth, B. J. (1971). *Piaget's Theory of Cognitive Development: An Introduction for Students of Psychology and Education*. McKay. <https://books.google.co.id/books?id=n0juAAAAMAAJ>
- Wang, J., Xu, Z., Wang, X., & Lu, J. (2022). A Comparative Research on Usability and User Experience of User Interface Design Software. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 13(8). <https://doi.org/10.14569/IJACSA.2022.0130804>
- Ware, C. (2020). *Information Visualization: Perception for Design* (4 ed.). Elsevier.
- Wheeler, A., & Millman, D. (2018). *Designing Brand Identity: An essential guide for the whole branding team* (5th Edition). John Wiley & Sons, Inc.
- Ye, Z., Xue, C., & Lin, Y. (2021). Visual Perception Based on Gestalt Theory. *Advances in Intelligent Systems and Computing*, 1322, 792–797. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68017-6_118



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir

a. Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA	Resti Dyah Kusumaasri		
NAMA PEMBIMBING	Anggi Anggarini, M.Ds		
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Onboarding Kit untuk Nasabah Bisnis Terpilih sebagai Strategi Optimalisasi Pemahaman Produk Business Banking Bank CIMB Niaga		
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	2/27/2025	Sudah oke, lanjut ke Bab 2	Fokus ke bagaimana komunikasi berperan, konten yang efektif juga informatif bagi pengguna. Outcome nya adalah tingkat FTL yang tinggi, jadi fokus di komunikasi dan layout yang baik.
2	3/6/2025	Elaborasi lagi kerangka teorinya dulu sebelum lanjut buat penjelasannya. Kerangka teori sudah oke, dengan makro teori: Branding & User-Centered Design	Lanjut kerjakan bab 2, bisa sambil dicicil bab 3 nya
3	3/13/2025	Bab 2 tambahkan satu kalimat berisi onboarding kit pada bagian personalisasi desain Bagan proses desain sudah OK, bisa lanjut Data Survey bisa diolah	Olah data survey, mulai tulis bab 3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4	4/9/2025	Draft proposal disetujui dan di tanda tangani PPT Sempro: 1. Mengubah kalimat masalah "Pendekatan khusus 100 nasabah strategis melalui kunjungan langsung" menjadi yang lebih relevan dengan onboarding kit 2. Menghapus data temuan poin: "Perlu digantinya BizChannel@CIMB Niaga"	1. Diubah menjadi: Belum memiliki media perkenalan yang baik, khususnya untuk 100 Nasabah Strategis 2. Data dihapus, dan layout disesuaikan
5	4/22/2025	Review komentar Penguji Sempro: 1. Consumer Insight - sudah didiskusikan dan dapat lanjut 2. Bab 1 perbaiki, paragraf terakhir dijadikan bridging oaragraf 2 sebelum dibahas mengenai bank CIMB Niaga 3. Sub-Bab untuk panduan umum dibuat sebagai multimedia learning 4. Gambar di bab 2, yang mirip tolong diubah dan dicari lag contoh desain lain 5. Judul approve untuk diganti sebagai "upaya pengenalan produk"	1. Revisi terhadap bab 1 2. Melengkapi bab 2 3. Bisa sambil cicil konsep
6	4/24/2025	Sub Bab "MultimediaLearning" pada bab 2 sudah benar Latar belakang tidak perlu memasukan teori mendalam, hapus yang terlalu dalam Tambahkan mengenai penyusunan prinsip desain pada latar belakang	1. Buat Mindmap & Moodboard 2. Revisi sedikit pada latar belakang
7	5/8/2025	Mengganti Key Visual menjadi: 1. Dynamic 2. Integration 3. Account Book 4. Network Nodes	Lanjut buat Moodboard
8	5/19/2025	References board: 1. Take out bagian onboarding kit perusahaan lain karena tidak relevan 2. fokus ke elemen desain saja, tidak onboarding kit nya 3. arrange supaya unty dan tergambar konsep besarannya seperti apa Sketsa: 1, sketsa objeknya kurang banyak, bisa dikembangkan lagi. Elemen moodboard banyak yang bisa di kembangkan 2. sketsa layoutnya jangan hanya fokus ke peletakan, tapi masukan juga elemen desain bentuknya agar bisa diberi judul besaran dari tema sketsa tersebut.	Revisi moodboard, explore lebih pada sketsa
9	5/23/2025	Moodboard: Better & sudah terlihat konsepnya dengan baik Sketsa: sudah oke, lanjut digitalisasi	Digitalisasi sketsa desain



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

10	5/29/2025	Abstrak Semnas tetamekraf: 1. Kurang menjelaskan masalah 2. Masukan manfaat penelitian pada paragraf terakhir Progress Digitalisasi: 1. layout sudah 90% 2. Elemen ilustrasi 100% 3. elemen photo & visual - 70%	Revisi abstrak dan langsung upload Lanjutkan digitalisasi
11	6/5/2025	"Bimbingan desain terpilih: 1. Sudah oke dan lebih rapih, lanjutkan seluruh desain dan konten 2. Cover dibuat lebih baik, perhatikan grid dan sistem gridnya Bimbingan Penulisan Laporan: 1. Latar belakang sudah ok, clear 2. untuk moodboard dan konsep desain, jelasin aja KATA KUNCI nya. gaperlu dijelaskan tentang inspirasi yg jadi layout maupun elemen 3. Moodboard inspiratinal dijelasin lagi keywords yg ada 4. Sebelum concept board, masukan thumbnail sketch, jelaskan mengenai pengembangan dan stilasi desain 5. Sub bab digant jgn design thinking.ubah jadi: Konsep visual (penentuan kata kunci, visualisasi kata kunci, concept board) > sketsa (alternatif & komorehensif) > Desain terpilih > media pendukung > pertimbangan proses produksi"	lanjut desain terpilih, revisi cara penulisan
12	6/16/2025	Bimbingan testing hasil desain: 1. Testing untuk desain, dan ada beberapa input untuk di revisi seperti penambahan whitespace dan pemberian informasi untuk setiap tutorial fitur yang ada 2. Untuk kemasan, mock up di generate dulu, dan desain kartunya approve untuk di tempel di tutup kemasan karena menarik perhatian Bimbingan Poster semnas: 1. ubah jadi point2, mock up kemasan dibuat Bimbingan penulisan laporan: 1. tukar posisi moodboard, masih salah 2. bagian lain dilanjutkan	Revisi point tersebut, dan bisa lanjut Testing + FAW
13	6/22/2025	Untuk pertanyaan testing, tolong lebih fokus ke onboarding kit (kemasan), yang lainnya aman. Bisa cek turnitin	Pengecekan turnitin & penambahan testing objectives
14	6/24/2025	Kemasan diubah jadi yang sederhana, sisanya sudah oke. TTD Persetujuan sidang	buat PPT Sidang
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			



© 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

b. Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
	NAMA MAHASISWA	Resti Dyah Kusumaasri	
	NAMA PEMBIMBING	Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M	
	JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan Onboarding Kit untuk Nasabah Bisnis Terpilih sebagai Strategi Optimalisasi Pemahaman Produk Business Banking Bank CIMB Niaga	
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	3/15/2025	Pengenalan judul dan produk proyek. review latar belakang	Lanjut bab 2
2	3/24/2025	Update progress untuk sempro dan review format kerangka teori	Lanjut bab 3
3	4/8/2025	untuk Heading 1 dibuat ukuran 14, yang lainnya 12 saja untuk lampiran, spacingnya 1 cukup tapi ada jeda antar lampiran	Revisi format, siap sempro
4	4/22/2025	Review hasil revisii sempro	Lanjut bab berikutnya
5	5/14/2025	Penyesuaian format, sudah sesuai, perhatikan kalimat asing	Cek untuk italic di setiap kata asing
6	6/24/2025	Sudah sesuai dengan template, ACC sidang	Buat PPT sidang
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Hasil Cek Plagiarisme



Similarity Report ID: oid:3618:102089314

PAPER NAME	AUTHOR
DG8C_RESTI DYAH KUSUMAASRI_PERA NCANGAN ONBOARDING KIT UNTUK NA SABAH BISNIS TERPILIH SEBAGAI UPAY A PE	RESTI DYAH KUSUMAASRI

WORD COUNT	CHARACTER COUNT
18795 Words	118045 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
99 Pages	2.7MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jun 23, 2025 8:00 AM GMT+7	Jun 23, 2025 8:04 AM GMT+7

● 3% Overall Similarity

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

- 3% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database

- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material

- Quoted material

Summary



© 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



Similarity Report ID: oid:3618:102089314

● 3% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 3% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 1% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

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

1	investor.cimbniaga.co.id	<1%
	Internet	
2	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
3	repository.unj.ac.id	<1%
	Internet	
4	mafiadoc.com	<1%
	Internet	
5	repo.itera.ac.id	<1%
	Internet	
6	es.scribd.com	<1%
	Internet	
7	repository.its.ac.id	<1%
	Internet	
8	repository.uin-suska.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



Hak Cipta :

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

3. Transkrip Wawancara

Catatan:

Q : Penulis

A : Narasumber

a. A Priyamanto - TB Product Lead

Waktu Wawancara : 8 Januari 2025

Metode Wawancara: *1 on 1 interview*

Tujuan : Mengetahui *goals* dari pengembangan OCTO Biz

Bahasa : Inggris

Q: Hi mas agung, sorry for taking up your time. I'm Resti and now I would like to ask about how and why OCTO Biz was developed? Was there any problem before?

A: Hi Resti! oh, of course. First things first was the need of the banking industry. We as a Bank wanted to make sure that we have enough and up-to-date features. In addition, we also have a sizable regional project to develop RTB (BizChannel@CIMB) into an up-to-date platform. This regional project is also a "competition" between CIMB Group's regional channels and to meet the needs of the market. For the problem itself is that the old Bizchannel needs to be upgraded with better data processing and the latest UI to make it easier to use the application. Therefore, we from Niaga Group want to answer this challenge and also want to make consumers happy with our initiatives. So far, the regional teams that have made a lot of progress on this project are Malaysia and Indonesia. For Malaysia itself, the urgency of development is the problem with their RTB Platform. Therefore, the Indonesian group just wants to make sure consumers can transact easily.

Q: Ah, understand! So, the project was started as the regional project "competition" but on Indonesia team, there is an pressure on how Bank can tackle all of the consumers needs. So, for the migration process, why you came up with the least active consumers first? Instead of the active one?

A: Back to the topic, this is Business Banking. Not Consumer Banking. So if we say the risk and the process, the Business banking was the hardest and so much obstacle to be solved. So we want to make sure all of this things not happen while we doing the migration while we develop more features in the future. So, the target was the least one OR the most active with limited transaction features that used by company. So slowly, the active one will migrated later with the completed features and it will increase the active customers on OCTO Biz platform.

Q: Ah, got it! Lastly i wanna ask about what the team goals in terms of migration and communication?

A: For our own main goal is how many active users and transactors after all consumers are migrated. However, when we migrate consumers, we will calculate the first-time login rate, to ensure that our communication is in good condition and all information can be known by all BizChannel Users before opening a new channel in OCTO Biz.

Q: Ah, really great info! Thank you so much for your time!

A: Your welcome res! good luck on your thesis!

b. E Handianty - Commercialisation Lead

Waktu Wawancara : 31 Januari 2025

Metode Wawancara: *1 on 1 interview*

Tujuan : Mengetahui Strategi Komunikasi dari OCTO Biz

Bahasa : Indonesia

Q: Hi Kak Ev! Jadi disini aku mau tanya-tanya mengenai strategi komunikasi OCTO Biz, sebenarnya main purpose untuk strategi bertahap itu apa ya kak, apakah memang secara regulatory harus seperti itu?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

A: Hi Res! Hmm kenapa harus bertahap karena memang untuk meminimalisir resiko yah. Tapi secara ketentuan dari BI dan OJK (pihak regulator), sebelum dilaksanakan *grand launch*, harus ada *assessment* terbatas yang dilakukan dengan subjek konsumen. Untuk memenuhi hal tersebut, kita laksanakan *launching* secara bertahap. Mungkin disini yang akan kontradiktif adalah, kok butuh *assessment* tapi yang diambil malah *least active* nasabah? Ya karena memang kita mau *face-2 face feedback* biar input nasabahnya lebih jujur dan jelas, jadi untuk *improve* kedepannya lebih tepat.

Q: Hmm kalau begitu, kenapa harus nasabah kurang aktif kak dibanding nasabah aktif? Bukannya malah jadi sulit yah karena pengalaman terhadap OCTO Biz nya sedikit?

A: Great point! But, kalau kita lihat lagi reasoning akan suatu hal, bisa dilihat kenapa dia gak aktifnya. Apakah memang Bizchannel susah di gunakan dibanding bank lain? atau memang hanya back up? Kalau memang dia tidak aktif dengan alasan ada platform yang lebih mudah, itu justru tujuan kita. Jadi mereka benar-bener bisa kasih feedback jujur dari aplikasi lama (BizChannel@CIMB) dan aplikasi baru (OCTO Biz), juga perbedaannya dari bank langganannya mereka. Hal ini yang bisa jadi kunci feedback kita kedepannya.

Q: Ah paham! oiya kak, kan sebelumnya *least active*, terus sekarang tiba-tiba *strategic*, kenapa seperti itu? dan kenapa pola komunikasi yang dibangun beda banget dibanding tahap lain?

A: Kenapa kita tiba-tiba nasabah *strategic*, alasan utamanya adalah mereka sangat aktif, sehingga kita harus memberikan mereka opsi untuk kapannya di migrasi. Selain itu pada tahap selanjutnya, fitur kita sudah mumpuni kok untuk mereka pakai. Nah atas kepercayaan diri ini lah yang membuat kita mau langsung migrate nasabah *strategic*. Selain itu, kenapa sih pola komunikasinya beda? Simplenya untuk memberikan kesan mewah dan beda dari bank lain. Tapi tujuan utamanya adalah, untuk memastikan nasabah aktif ini benar-benar paham dengan OCTO Biz, jadi saat proses transisi, tim terkait langsung dapat melakukannya dengan mudah. Ini juga salah satu cara *after-sales* meningkatkan *after-sales* yang kita bangun sebelumnya.

Q: Wow nice insight kaak! Will do it for our HTGS Book!

A: Yap, semangat res!

c. R.M Putri - Digital Transformation

Waktu Wawancara : 31 Januari 2025

Metode Wawancara: *1 on 1 interview*

Tujuan : Outcome yang diharapkan dari onboarding kit

Bahasa : Indonesia

Q: Halo kak riz! Jadi disini aku mau tanya-tanya mengenai apakah *outcome* yang diharapkan oleh tim mengenai onboarding kit ini?

A: Hi Res! untuk *outcome*, dari tim sih mau meminimalisir sentimen negatif dari nasabah, apalagi kan mereka aktif banget nih pake CIMB, jadi kita berharap dengan *welcoming* yang baik, mereka bisa paham dan kenal dulu nih ke OCTO Biz, sebelum kita *training* dan migrasi si nasabah ini.

Q: Komunikasi seperti apa yang disukai sama nasabah kak, apalagi kan target nasabahnya sangat *segmented* yah?

A: Nah, karena memang nasabahnya tergolong usia tua, informasinya tuh harus to-the point dan bahkan kalau bisa dikotak-kotakin per infonya. Ini juga mendukung inisiasi transformasi digital kita, biar kedepannya bisa meminimalisir menghubungi langsung ke CS, jadi nasabah bisa cari tau sendiri. Tujuan komunikasi ini sebenarnya bukan meminimalisir penggunaan *customer care* yah, tapi untuk meningkatkan literasi mandiri nasabah, dan dampak lainnya adalah mengurangi beban dari pihak *customer care*.

Q: Hm kalau begitu, berarti desain yang dibutuhkan memang sesuatu yang fungsional dan terintegrasi dengan baik ya kak sama nasabah? Secara konten apakah ada yang perlu ditekankan?



Hak Cipta :

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

A: Kita si pengennya benar-benar fokus sama produknya, dan disediakan juga panduan umum, jadi nasabah bisa langsung baca, Karena somehow nasabah tuh pasti dikasih link panduan, tapi memang males buka nya. Kalau sudah ada yang tercetak kan jadi gak ada alasan untuk gak baca. Kalau secara desain bikin profesional, tapi gak kaku. Kayak style CIMB sekarang, cuma memang sedikit lebih fun.

Q: Ah get it! Mau nanya lagi kaak, kan kalau secara production budget ini sudah tinggi, nanti untuk pengirimannya gimana kak? apakah bakal ganggu *cash flow*, or ini adalah cara yang tepat?

A: Oh sangat aman, why? karena visitasi itu agenda rutin RM ke nasabahnya, jadi bener-bener ini masuk ke *routine* agenda para RM, jadi memudahkan proses distribusi nya.

Q: Owala, ternyata seperti itu. Baiklah kalau begitu, thank you so much kak!

A: Sama-sama, *good luck!*

d. T.S Dhillon - Digital Transformation

Waktu Wawancara : 8 Januari 2025

Metode Wawancara: *1 on 1 interview*

Tujuan : Tentang Nasabah Strategis

Bahasa : Indonesia

Q: Halo kak raj! Jadi disini aku mau tanya-tanya mengenai nasabah strategis?

A: Jadi, nasabah strategis itu nasabah yang nilai transaksinya paling tinggi diantara yang lain, kita ambil nya top 100. Tertingg ini bukan hanya nominal yah, tapi misal pendapatan atas pajak, volume transaksi, biaya transaksi yang dikeluarkan, gitu-gitu.

Q: Kenapa nasabah strategis? Apakah secara signifikan mereka meningkatkan keuntungan perusahaan?

A: Oh tentu! Semakin banyak uang yang keluar dan masuk dari rekening nasabah, itu meningkatkan produktivitas nilai transaksi, sehingga ini yang meningkatkan laba bank setiap tahunnya. Makanya kita pilih hanya 100 nasabah itu.

Q: Oh, jadi itu ya alasan kenapa kita mengutamakan nasabah top 100 ini? woke kaak kalau begitu, terima kasih banyak!

A: Yes, sangat tepat! wokee, sama-sama. goodluck res!

e. N.E Asriyani - TB Liabilities / RM Head

Waktu Wawancara : 31 Januari 2025

Metode Wawancara: *1 on 1 interview*

Tujuan : Proses komunikasi RM

Bahasa : Indonesia

Q: Halo mbak en! Jadi disini aku mau tanya gimana biasanya RM memberikan merchandise gitu? Ini rutin kah?

A: Bisa dibilang rutin, ini salah satu komunikasi kita. jadi RM tuh akan visitasi ke nasabah, seenggaknya 2 bulan sekali. Nah mereka tuh suka nyari-nyari bahan untuk disampaikan. Kalau ada ini, membantu RM banget untuk bahan visitasi.

Q: Sebelumnya pernah ada buku panduan tercetak gitu gak ya mbak? dan Biasanya bagaimana?

A: oh untuk Sales & RM ada, onboarding kit namanya. Tapi kita tuh buat modelnya lepas pasang. So if there is changes di info, tinggal kita keluarin, dan masukin halaman barunya. Cuma kan kalian buat nasabah nih, kayaknya memang bagus buku seperti itu. Komunikasinya terarah.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Q: Oh, jadi ini ruti. tapi nasabah tuh suka gak ya di kunjungi gitu mbak? or ada yang pernah memberikan sentimen negatif?

A: Sentimen negatif ya pasti ada, tapi 90% nasabah tuh suka banget dikunjungi, apalagi bawa hampers gini kan. Mereka juga open to discussion buat feedback promo kita kedepannya. Ini juga buat nasabah makin semangat transaksi. nah ini berguna banget buat OCTO Biz buat menarik nasabah baru juga.

Q: Oh ternyata seneng yah nasabahnya! baik mbak kalau begitu, terima kasih informasinya!

A: Iya, ini pendekatan bagus kok! Sama-sama resti, good luck!



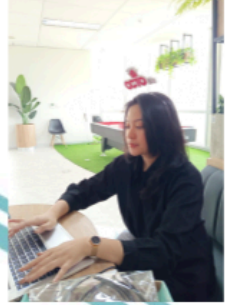


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6. 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

7. Daftar Riwayat Hidup



Penulis adalah anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak (alm.) Dwidjoprabowo dan Ibu Supriyatini. Penulis dilahirkan di kota Bekasi pada tanggal 30 April 2003. Penulis menempuh Pendidikan sekolah menengah atas (SMA) di SMA Negeri Unggulan MH Thamrin Jakarta pada tahun 2018 hingga 2021. Penulis kemudian mengikuti seleksi bersama masuk perguruan tinggi negeri (SBMPTN) pada tahun 2021 dan berhasil

diterima sebagai Mahasiswa Program Studi Desain Grafis, jurusan teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Selama penulis aktif sebagai mahasiswa, penulis turut aktif sebagai Asisten peneliti Dosen pada tahun 2022 serta panitia dari berbagai *event* yang ada di Politeknik Negeri Jakarta. Penulis aktif di Unit Kegiatan Mahasiswa sebagai anggota untuk divisi *Software Development*, *Computer Student Club*, Politeknik Negeri Jakarta pada tahun 2021, serta sebagai kepala divisi Desain dan Dokumentasi untuk CSC PNJ pada tahun 2022 hingga tahun 2023.

Selain Organisasi dalam kampus, penulis juga aktif pada organisasi luar kampus yaitu Novo Club by Paragon Corp, aktif menjadi anggota sejak tahun 2022 dan pada tahun 2023 aktif menjadi *Graphic Designer* untuk akun instagram resmi Novo Club yaitu [@novoclub.id](https://www.instagram.com/novoclub.id). Pada tahun 2024, penulis juga mengikuti kegiatan kampus mederka bernama Bangkit, yang berfokus dalam mempelajari pembuatan aplikasi android melalui aplikasi android studio. Penulis berhasil lulus dari program tersebut dengan hasil yang memuaskan

Kini penulis aktif sebagai *intern* di perusahaan PT CIMB Niaga TBK dengan posisi *graphic designer* di tim *product*, dan akan berlanjut hingga 15 februari tahun 2026. Saat ini penulis sedang fokus mendalami tentang *digital transformation*, *business*, dan *marketing*. Penulis juga mimpi untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi dengan jurusan *Business Administarion* maupun *creative marketing* untuk memahami lebih lanjut mengenai bagaimana bisnis dan *marketing* bekerja.



© 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

RESTI DYAH KUSUMAASRI

+62 85157855375 | kusumaasriresti@gmail.com | www.linkedin.com/in/resti-kusumaasri

A talented graphic designer specializing in digital transformation, marketing, and go-to-market strategies. Proficient in Adobe Creative Suite, Figma, and Microsoft Office, excel at creating impactful designs and campaigns that drive brand growth. Her achievements include leading Novo Club's branding, attracting 100k+ followers, and crafting effective marketing solutions. With creativity, critical thinking, and data-driven insights, she delivers strategies aligned with organizational objectives.

Portfolio : <https://www.behance.net/restikusumaasri>

Field of Interest : Graphic Design, Corporate Communication, Marketing, Social Media

EDUCATIONAL BACKGROUND

State Polytechnic of Jakarta – Depok, Indonesia

Bachelor of Applied Graphic Design, CGPA: 3.93

September 2021 – July 2025 (Expected)

- Actively engaged in social community service activities (Pengabdian Masyarakat), research projects as Undergraduate Research Assistant, and both internal and external organizational committees.

SMAN Unggulan MH. Thamrin – Jakarta, Indonesia

High School Diploma of Natural Science, Final Grade: 92.33

July 2018 – June 2021

- Active in social community and Art Communities
- Member of Chemistry Olympiad Class: Excellent in problem solving and formula analysis

EXPERIENCES

CIMB Niaga – South Jakarta, Indonesia

Digital Transformation Graphic Designer, Transactional Banking

February 2024 – Now

- Creating Go-to-Market Strategy for new product on business sector
- Corporate communication design for internal training and Learning Development
- Creating merchandise and guidebook for customers
- Create and design Features user guide for customers to understand the transaction and account maintenance process.

Bangkit Academy led by Google, Tokopedia, Gojek, & Traveloka – Remote

Mobile Developer – UI/UX Designer

September 2024 – January 2025

- Creating Go-to-Market Strategy for Capstone project with theme "Indonesian Culture"
- Managing project and team milestone
- Create prototype and demo video for ExploreIndonesia application

Novo Club by Paragon Corp – Jakarta, Indonesia

Graphic Designer @novoclub.id

September 2023 – November 2024

- Create Brand guidelines for Novo Club by Paragon in expressive and playful way but still considered about the Novo Club and Paragon Identity.
- Create Promotional Media Needs for social media especially Instagram for @novoclub.id.
- Create Publication needs for proposal and Cover Letter Design for Novo Club's External activities.

Graphic Designer Trainer for Digital Project Novo Club Batch 3

June 2024 – September 2024

- Create materials for online training.
- Coordinator for Novo Club's member activity in digital project.
- Design QC before upload it to @novoclub.id Instagram.

State Polytechnic of Jakarta – Depok, Indonesia

Designer of Business Unit & Training Centre

March 2023 – June 2024

- Creating Go-to Market strategy for Business Unit & Training Centre of PNJ. Elaborate the market strategist and how to promote it
- Creating the interactive book design both in digital version (using Adobe InDesign) and printed version using paper engineering.
- The design is chosen as official catalogue for Business Unit & Training Centre of PNJ and the project was written into a journal article with title "PENINGKATAN VALUE UNIT BISNIS DAN TRAINING CENTER PNJ MELALUI KATALOG PROGRAM PELATIHAN BERBENTUK BUKU INTERAKTIF" on 30th June 2024 in Sinta 2 national Journal Site

Undergraduate Research Assistant

March 2023 – April 2024

- Contribute to designing the Label of "Jagad Sambel". The design hold "HKI" Certification from Ministry of Law and Human Rights. On 29th January 2024, the Journal Article has successfully published on Sinta 4 National Journal site with title "Proses Semiosis pada Desain Kemasan dengan Elemen Storytelling dalam Label Kemasan Jagad Sambel".
- Contributing in "The Influence of Green Packaging esthetics on Consumer Purchase Decisions: A Study on Sensatia Botanicals Refill Pouch Packaging" research as data analyst and translator.
- Contribute to designing the Packaging Design Structure for State Polytechnic of Jakarta's canteen and as writer for journal article called "Perancangan Kemasan Makanan yang Representatif dan Fungsional bagi Pengguna (Studi Kasus Pada Kemasan Kantin Politeknik Negeri Jakarta)" and on May 1st 2023, the Article Journal was published on Sinta 3 National Journal Site.



© 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

Designer of Paduzee's Brand on DG Berkemas

July 2023 – September 2023

- Contributed to DGBerkemas, a community service activity (Pengabdian Masyarakat) by State Polytechnic of Jakarta's Graphic Design Major, offering free branding and packaging design support for Indonesian UMKM. Designed eco-friendly paper bags for Paduzee's brand. Utilized recycled craft paper and rami's rope for sustainability. The design holds "HKI" certificates from the Ministry of Law and Human Rights.

Designer of PNJ's 2024 Official Calendar

October 2022 – December 2022

- Contribute as designer, Team Leader & Creative Director
- Adapt a whimsical Style with a storytelling concept on a formal education calendar.

Kalta Bina Insani, Consulting & Training – Jakarta, Indonesia IT & Multimedia Intern

March 2023 – October 2023

- Renew the website Design and content for kaltabinainsani.co.id
- Making report layout for Kalta Bina Insani's further project. Able to finished 3 book layouts in 2 months.

ORGANIZATIONS & VOLUNTEER EXPERIENCES

PasaRame Exhibition by Graphic Design PNJ – Jakarta, Indonesia Designer

March 2023

- Creating an appealing promotional poster on Instagram for PasaRame 2023

Computer Student Club PNJ – Depok, Indonesia Head of Creative & Documentation division

October 2022 – October 2023

- Create a weekly Instagram carousel in Indonesian & English. Also achieved more than 700++ new followers in CSC's Instagram
- Coordinate tasks for staff to ensure timely post or design launches.

DG Berkemas by Graphic Design PNJ – Depok, Indonesia General Committee

July 2023 – September 2023

- Contribute as master of Ceremony for opening and closing event for DG Berkemas PNJ
- Handled 10 UMKM brands in craft & fashion category and as PIC between brands & designers.

Good Leader Good teacher by Novo Club of Paragon Corp – Depok, Indonesia Designer & Module Maker

March 2023

- As designer for banner, souvenir, and placard for GLGT Visitation to SMK Tri Sukses Depok
- As Modul Maker to present and share to Multimedia Major in SMK Tri Sukses Depok

ACHIEVEMENT

Journal Article Publication

PENINGKATAN VALUE UNIT BISNIS DAN TRAINING CENTER PNJ MELALUI KATALOG PROGRAM PELATIHAN BERBENTUK BUKU INTERAKTIF - Andharupa, Jurnal Desain Komunikasi Visual dan Multimedia – SINTA 2 June 30th 2024

PROSES SEMIOSIS PADA DESAIN KEMASAN DENGAN ELEMEN STORYTELLING DALAM LABEL KEMASAN JAGAD SAMBEL - Petra Christian University, Surabaya, Indonesia – SINTA 4 January 29th 2024

PERANCANGAN DESAIN KEMASAN MAKANAN YANG REPRESENTATIF DAN FUNGSIONAL BAGI PENGGUNA - Jurnal Politeknologi – SINTA 4 May 1st 2023

Sertifikat Hak Kekayaan Intelektual (DJKI)

Jagad Sambel label Packaging – Undang Rebon Variant (HKI Credential: 000538211) November 6th 2023

Paduzee's Paper Bag Design (HKI Credential: 000510053) September 5th 2023

Digital Poster Design – Polytechnic Creative festival 2023

2nd position for "Message in Poster Digital Painting" Category October 12th 2023

SKILLS & CERTIFICATIONS

Certifications

Intermediate Android - Dicoding Indonesia December 2024

Machine Learning for Android - Dicoding Indonesia November 2024

Fundamental Android – Dicoding Indonesia October 2024

Skills

- Adobe Creative Suite:** Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Adobe XD
- Design Thinking:** Market Analysis, Communication Strategy, Communication & Marketing Planning
- Microsoft Office:** Word, Excel, Power point, Publisher
- Website & Android Design:** Figma, Adobe XD, WordPress, Android Studio
- Soft Skills:** Leadership, problem solving, effective communication, team work
- Professional Working Proficiency in English**