



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN DESAIN *MARKETING COLLATERAL*
PT SOMPO INSURANCE INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
RIZKY AMALIA PUTRI
2106421075

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Desain Marketing Collateral PT Sampo Insurance Indonesia sebagai Media Promosi
Penulis : Rizky Amalia Putri
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Sari Puspita Dewi, M. Pd
NIP. 198208312015042001



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 DESAIN *MARKETING COLLATERAL*
PT SOMPO INSURANCE INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh:

RIZKY AMALIA PUTRI
2106421075

Disahkan:
Depok, 15 Juli 2025

Penguji I


Andriyanto, S.E., M.Kom.

Penguji II


Rachmah Nanda Kartika,
NIP.199206242019032025

Kepala Program Studi


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 :

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 DESAIN *MARKETING COLLATERAL* PT SOMPO INSURANCE INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

adalah hasil karya saya.

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

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

Depok,
Yang menyatakan,

Rizky Amalia Putri
2106421075



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

Dalam industri asuransi yang semakin kompetitif, media promosi memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan dan menjalin komunikasi yang efektif dengan konsumen. PT Sampo Insurance Indonesia tengah memperluas pasarnya di kawasan Asia, termasuk Indonesia. Namun, pendekatan visual pada media promosi yang digunakan masih terkesan *formal* dan belum mencerminkan nilai-nilai budaya Asia, sehingga menyebabkan kurangnya kedekatan emosional antara perusahaan dengan masyarakat lokal. Perancangan ini bertujuan untuk menciptakan media promosi berupa *Instagram post*, brosur, dan *flyer* yang tidak hanya informatif tapi juga berorientasi dan mengakomodasi nilai-nilai budaya Asia. Metode yang digunakan dalam perancangan ini menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif dan mengacu pada tahapan proses desain menurut Robin Landa yaitu *design process (research, analysis, concept development, design, implementation)*. Data pendukung diperoleh melalui wawancara, studi literatur, observasi, serta kuesioner yang kemudian diolah menjadi arahan kreatif. Arahan kreatif tersebut kemudian dikembangkan menjadi suatu konsep desain melalui *mindmap* dan *moodboard* dengan hasil kata kunci perisai, *globe*, jalan, dan *clean*. Proses kreatif selanjutnya adalah pembuatan beberapa sketsa alternatif, digitalisasi desain, hingga *final artwork*. Disajikan juga *prototype* berupa *mockup* untuk diujikan. Hasil akhir perancangan ini adalah desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia sebagai media promosi yang berorientasi dan mengakomodasi nilai-nilai budaya Asia.

Kata kunci: perancangan desain, media promosi, *marketing collateral*, desain grafis, asuransi

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

In the increasingly competitive insurance industry, promotional media plays an important role in building the company's image and establishing effective communication with consumers. PT Sampo Insurance Indonesia is expanding its market in the Asian region, including Indonesia. However, the visual approach in the promotional media used is still formal and does not reflect Asian cultural values, causing a lack of emotional closeness between the company and the local community. This design aims to create promotional media in the form of Instagram posts, brochures, and flyers that are not only informative but also oriented and accommodate Asian cultural values. The method used in this design uses qualitative and quantitative methods and refers to the stages of the design process according to Robin Landa, namely the design process (research, analysis, concept development, design, implementation). Supporting data was obtained through interviews, literature studies, observations, and questionnaires which were then processed into creative directions. The creative direction was then developed into a design concept through mindmaps and moodboards with the keywords shield, globe, road, and clean. The next creative process is the creation of several alternative sketches, design digitization, and final artwork. A prototype in the form of a mockup is also presented for testing. The final result of this design is a marketing collateral design for PT Sampo Insurance Indonesia as a promotional media that is oriented and accommodates Asian cultural values.

Keywords: *design development, promotional media, marketing collateral, graphic design, insurance*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Dengan memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* PT Sampo Insurance Indonesia sebagai Media Promosi” dengan lancar.

Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan pada Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta. Dalam prosesnya, banyak tantangan yang dihadapi, namun dengan dukungan berbagai pihak, penulis dapat melalui seluruh tahapan dengan baik.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, serta doa, terutama 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, S.Ds., M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Anggi Anggarini, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing 1 yang telah memberikan banyak arahan dalam aspek visual dan desain.
5. Ibu Sari Puspita Dewi, M. Pd. selaku Dosen Pembimbing 2 yang telah memberikan arahan dalam aspek materi dan isi laporan.
6. Ibu Gayuh Rahartini dari PT Sampo Insurance Indonesia selaku klien yang telah memberikan waktu dan informasi selama proses perancangan berlangsung.
7. Keluarga penulis yang senantiasa memberikan doa, serta dukungan selama masa studi.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa laporan ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga laporan ini dapat



© 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

memberikan manfaat bagi pembaca dan menjadi referensi bagi mahasiswa lain yang melakukan penelitian sejenis.

Depok, 2 Juli 2025

Rizky Amalia Putri





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
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	4
1.5. Sistematika Penulisan.....	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1. Promosi	6
2.2. Media Promosi	7
2.3. <i>Layout</i>	13
2.3.1. Elemen <i>Layout</i>	14
2.3.2. Prinsip <i>Layout</i>	23
2.4. Warna	25
2.5. <i>Typography</i>	29
2.5.1. <i>Readability</i>	30
2.5.2. <i>Legibility</i>	32
2.6. <i>Design process</i>	33
2.7. <i>Mindmap</i>	35



Hak Cipta :

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

2.8. Moodboard	38
BAB III METODE PERANCANGAN.....	41
3.1. Metode Penelitian.....	41
3.2. Data dan Analisis	44
3.2.1. Profil Klien.....	44
3.2.2. Product Knowledge.....	45
3.2.3. Kompetitor	47
3.2.4. <i>Consumer Insight</i>	50
3.2.5. Analisis SWOT	51
3.3. Arahkan Kreatif.....	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1. Konsep Visual	56
4.1.1. Mindmap	56
4.1.2. Moodboard.....	58
4.2. Proses Desain	60
4.2.1. Sketsa	60
4.2.2. Sketsa Komprehensif Digital	62
4.2.3. Desain Terpilih.....	62
4.3. Prototype dan Testing	63
4.4. Final Artwork	65
4.5. Media Pendukung.....	72
4.6. Pertimbangan Produksi	74
BAB V PENUTUP.....	76
5.1. Simpulan	76
5.2. Saran.....	77
DAFTAR REFERENSI	78
LAMPIRAN.....	80



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 Media Cetak	8
Gambar 2. 2 Brosur	9
Gambar 2. 3 <i>Flyer</i>	10
Gambar 2. 4 Poster	11
Gambar 2. 5 Media Digital.....	12
Gambar 2. 6 <i>Display type</i> dan <i>Text type</i>	15
Gambar 2. 7 <i>Display Type</i>	15
Gambar 2. 8 Text Type	16
Gambar 2. 9 Foto	16
Gambar 2. 10 Ilustrasi.....	18
Gambar 2. 11 Margin	19
Gambar 2. 12 Sistem <i>Grid</i>	20
Gambar 2. 13 <i>Manuscript Grid</i>	21
Gambar 2. 14 Column Grid.....	22
Gambar 2. 15 Modular Grid.....	23
Gambar 2. 16 Warna <i>Additive</i>	26
Gambar 2. 17 Warna Komplementer	27
Gambar 2. 18 Warna Monokrom	28
Gambar 2. 19 Warna Analogus.....	29
Gambar 2. 20 <i>Serif</i>	31
Gambar 2. 21 <i>Sans Serif</i>	31
Gambar 2. 22 Mindmap	35
Gambar 2. 23 <i>Moodboard</i>	38
Gambar 3. 1 Bagan Alur Metode Penelitian	43
Gambar 3. 2 Brosur Allianz	48
Gambar 3. 3 Brosur Zurich	49
Gambar 3. 4 Brosur Axa Mandiri	50
Gambar 4. 1 Mindmap	57



© 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. 2 <i>Inspirational Board</i>	59
Gambar 4. 3 <i>Reference Board</i>	59
Gambar 4. 4 Sketsa	60
Gambar 4. 5 Sketsa Komprehensif Digital	62
Gambar 4. 6 Testing	63
Gambar 4. 7 Feedback Capture Matrix	64
Gambar 4. 8 <i>Final Artwork Instagram Feeds</i>	66
Gambar 4. 9 Final Artwork Brosur	66
Gambar 4. 10 <i>Final Artwork Flyer</i>	67
Gambar 4. 11 Color Pallete	69
Gambar 4. 12 Tipografi	69
Gambar 4. 13 Mockup Brosur	70
Gambar 4. 14 Mockup Flyer	71
Gambar 4. 15 Mockup Instagram	71
Gambar 4. 16 Mockup Brosur Asuransi Kendaraan	72
Gambar 4. 17 Mockup Brosur Home Insurance	73
Gambar 4. 18 Mockup Brosur <i>Travel</i>	73
Gambar 4. 19 Mockup Flyer	74



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 Matrix SWOT	52
Tabel 3. 2 Creative Brief.....	53





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Loogbok Bimbingan
- Lampiran 2 Transkrip Wawancara
- Lampiran 3 Hasil Kuesioner
- Lampiran 4 Hasil Testing
- Lampiran 5 Dokumentasi
- Lampiran 6 Cek Plagiarisme
- Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup





Hak Cipta :

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan industri asuransi di Indonesia terus meningkat, didorong oleh beberapa faktor utama. Pertama, peningkatan literasi keuangan dan kesadaran masyarakat akan pentingnya perlindungan finansial telah memicu permintaan terhadap produk asuransi. Selain itu, kemajuan teknologi digital memungkinkan perusahaan asuransi menyediakan layanan yang lebih cepat, mudah diakses, dan terjangkau, sehingga menarik lebih banyak konsumen. Kemudian, dukungan pemerintah melalui kebijakan yang strategis, seperti peta jalan pengembangan perasuransian, turut menciptakan kondisi yang mendukung perkembangan industri ini. Namun, pesatnya pertumbuhan tersebut juga mengakibatkan persaingan ketat di antara perusahaan asuransi, terutama dengan banyaknya pelaku industri berskala kecil yang bersaing merebut pangsa pasar yang terbatas (Otoritas Jasa Keuangan, 2023).

Pesatnya pertumbuhan asuransi menimbulkan persaingan yang ketat diantara perusahaan yang lain. Persaingan di industri asuransi umum saat ini terbilang cukup ketat lantaran terdapat 71 perusahaan asuransi bergerak dalam pasar atau lini bisnis yang sama, sehingga menimbulkan persaingan yang ketat diantara perusahaan yang lain. Perusahaan dituntut untuk memikirkan agar produk yang dihasilkan dapat terjual ke pasaran dan diminati sebagai produk yang memiliki kualitas, mengingat tingginya persaingan antara perusahaan yang lain (Nuzulyani & Yusuf, 2023). Perubahan lingkungan bisnis yang cepat dan sangat dinamis, memaksa perusahaan untuk terus secara aktif merumuskan dan mengkomunikasikan strategi untuk menjadi keunggulan yang kompetitif.

Strategi yang dibutuhkan dalam era digital adalah strategi pemasaran yang menarik dan berorientasi pada pengalaman pelanggan. Hal ini karena disebabkan selektifnya masyarakat dalam menerima informasi terutama terkait layanan keuangan dan asuransi. Konsumen kini cenderung memilih merek yang tidak hanya



© 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

menawarkan produk berkualitas, tetapi juga memiliki komunikasi visual yang kuat dan relevan dengan nilai budaya mereka. Salah satu faktor utama yang mempengaruhi efektivitas strategi pemasaran adalah adaptasi terhadap budaya lokal dalam komunikasi pemasaran global (Sinclair et al., 2022).

Di dunia pemasaran global, *marketing collateral* memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan merek dan menarik perhatian konsumen. *Marketing collateral* mencakup berbagai jenis materi promosi yang digunakan oleh perusahaan untuk mendukung strategi pemasaran mereka, seperti brosur, katalog, poster, serta konten digital. Fungsinya sangat penting dalam membangun citra perusahaan, menyajikan informasi yang tepat kepada audiens, dan meningkatkan visibilitas merek di tengah persaingan yang ketat. Selain itu, *marketing collateral* yang dirancang dengan baik mampu menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, memperkuat kredibilitas, dan meningkatkan keterlibatan konsumen terhadap merek (Nuzulyani & Yusuf, 2023).

Desain grafis memainkan peran kunci dalam pengembangan *marketing collateral* karena desain yang menarik dan komunikatif dapat memengaruhi cara audiens memandang suatu merek. Desain yang efektif tidak hanya mempertimbangkan aspek estetika, tetapi juga aspek fungsional, keterbacaan, serta kesesuaian dengan budaya audiens yang dituju (Bowen & Ozuem, 2019).

PT Sampo Insurance Indonesia memiliki visi untuk memperluas pangsa pasar di Asia. Namun, strategi pemasaran yang diterapkan saat ini belum sepenuhnya mencerminkan karakteristik budaya Asia yang khas. Saat ini, strategi pemasaran yang digunakan oleh PT Sampo Insurance Indonesia lebih mengadopsi pendekatan global dengan *standar* komunikasi yang berlaku secara umum dan belum mencerminkan karakteristik budaya lokal yang relevan. Kurangnya elemen budaya Asia dalam media promosi menyebabkan rendahnya keterhubungan emosional antara merek dan konsumen yang menjadi *target* utama perusahaan. Selain itu, media promosi yang digunakan saat ini dinilai belum cukup mendukung pendekatan yang relevan dengan audiens lokal secara emosional maupun visual. Oleh karena itu, diperlukan pembuatan *marketing collateral* yang tidak hanya



© 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

sekadar menyampaikan informasi produk, tetapi juga mampu menarik audiens melalui nilai-nilai budaya Asia yang relevan.

Penelitian sebelumnya berfungsi sebagai landasan untuk memperkaya pembahasan, memberikan perspektif teoritis, serta membedakan posisi dan kontribusi dari penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini, terdapat penelitian terdahulu dengan judul “Perancangan Desain *Marketing Collateral* Agung Jaya Prima Sebagai Upaya Membangun *Brand Awareness*.” Penelitian ini merancang media promosi seperti brosur, banner, dan media sosial untuk toko frozen food Agung Jaya Prima. Penelitian tersebut menggunakan metode *design thinking* yang menekankan pendekatan empatik terhadap permasalahan klien, menghasilkan key visual dengan gaya desain yang *playful* dan *flat design*, serta fokus pada peningkatan *brand awareness* melalui elemen visual yang konsisten.

Perbedaan yang signifikan dari penelitian ini adalah pada konteks industri dan pendekatan visual. Jika Agung Jaya Prima menyasar segmen industri ritel makanan dengan pendekatan visual yang ceria dan bersifat edukatif, sedangkan penelitian ini merancang *marketing collateral* untuk PT Sampo Insurance Indonesia membutuhkan pendekatan visual yang lebih profesional, emosional, dan berakar pada nilai budaya Asia. Selain itu, tidak ditemukan penelitian sebelumnya mengenai perancangan *marketing collateral* pada PT Sampo Insurance Indonesia sehingga penelitian ini dibutuhkan dan bisa untuk dilakukan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk merancang desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia sebagai media promosi yang berorientasi dan mengakomodasi nilai-nilai budaya Asia.

1.2. Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah Bagaimana proses perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia yang mencerminkan nilai-nilai budaya Asia?

1.3. Ruang Lingkup Pembahasan



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

Ruang lingkup pembahasan pada laporan tugas akhir ini adalah :

1. Proses perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.
2. Penerapan teori desain grafis pada desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.
3. Penerapan desain pada media pendukung.

1.4. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah:

1. Melakukan proses perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.
2. Menerapkan teori desain grafis pada desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.
3. Pengaplikasian desain pada media pendukung.

Manfaat dari penulisan laporan tugas akhir ini adalah:

1. Bagi Penulis, dapat menerapkan teori desain grafis yang dipelajari ke dalam desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.
2. Bagi Industri (PT Sampo Insurance Indonesia), Membantu PT Sampo Insurance Indonesia dalam perancangan desain *marketing collateral*.
3. Bagi Masyarakat, diharapkan dapat menjadi referensi bagi pihak yang ingin memahami proses perancangan desain *marketing collateral*, khususnya dalam konteks perancangan desain *marketing collateral* untuk PT Sampo Insurance Indonesia, dan menjadi sarana edukasi mengenai produk, layanan, dan pengetahuan tentang PT Sampo Insurance Indonesia.

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, sistematika penulisan dibuat untuk memfokuskan pembahasan pada pokok permasalahan. Berikut merupakan sistematika penelitian dari tiap bab beserta keterangannya:

BAB I PENDAHULUAN



Hak Cipta :

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

Bab ini menjelaskan latar belakang perancangan *marketing collateral* untuk PT Sampo Insurance Indonesia sebagai media promosi. Selain itu, bab ini mencakup rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan perancangan, serta manfaat yang diharapkan baik dari segi desain grafis maupun penerapannya.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi kajian teoritis yang menjadi dasar dalam perancangan *marketing collateral*. Teori yang digunakan meliputi teori promosi, media promosi, *marketing collateral*, *layout*, warna, *typography*, ilustrasi, *design process*, *mindmap*, dan *moodboard*.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas metode yang digunakan dalam proses perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia. Pembahasannya mencakup metode riset, teknik pengumpulan data, analisis data, serta arahan kreatif yang menjadi dasar dalam merancang *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan keseluruhan tahapan dalam proses perancangan desain, mulai dari pengembangan konsep visual, pembuatan sketsa, digitalisasi desain, hingga pembuatan prototipe dan proses uji coba (*testing*) juga pembuatan *mockup*.

BAB V. PENUTUP

Bab ini menjelaskan kesimpulan dari keseluruhan proses perancangan, serta saran yang dapat menjadi referensi untuk pengembangan desain *marketing collateral* di masa mendatang.

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1. Simpulan

Berdasarkan proses perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Proses perancangan desain marketing collateral PT Sampo Insurance Indonesia dimulai dari pengumpulan data, proyek perancangan ini dilakukan melalui wawancara, observasi, studi literatur, dan kuesioner. Perancangan ini menggunakan pendekatan *design process* menurut Landa (2018), yang meliputi lima tahap utama: pengumpulan data, analisis masalah, pengembangan konsep, eksplorasi desain, dan implementasi ke media. Proses desain dilakukan melalui pembuatan *mindmap*, *moodboard*, sketsa kasar dan digital, hingga *mockup*. Ditemukan kunci visual seperti "keluarga", "globe", dan "clean". Kata kunci ini kemudian diwujudkan dalam lima alternatif sketsa, dengan sketsa terpilih yang menonjolkan momen kehangatan keluarga sebagai representasi nilai-nilai budaya Asia. Desain terpilih dikembangkan ke dalam media promosi seperti *Instagram feeds*, brosur, dan *flyer* yang menggabungkan elemen visual profesional dan emosional untuk menjangkau audiens secara lebih dekat.
2. Teori desain grafis yang diterapkan dalam desain adalah keseimbangan, kontras, proporsi, white space, dan hirarki visual. Elemen warna yang digunakan adalah merah sebagai warna utama korporat, dipadukan dengan putih dan abu-abu yang menciptakan kesan *clean* profesional, hangat. Jenis huruf yang digunakan adalah TT Interphases Pro, tipografi *sans serif modern* dengan variasi bobot untuk membedakan headline, subjudul, dan *body text*. Pendekatan visual digunakan dengan mengangkat momen-momen emosional seperti kebersamaan keluarga saat bepergian, beraktivitas di rumah, atau dalam suasana liburan, yang mencerminkan nilai budaya Asia dan membangun koneksi emosional dengan audiens.
3. Pengaplikasian desain dalam media pendukung meliputi, media utama dalam perancangan ini adalah *Instagram feeds* karena *platform* ini merupakan salah



© 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

satu media digital yang paling relevan dan efektif dalam menjangkau *target* audiens di Indonesia. Desain *feeds* mencakup berbagai konten seperti pengenalan produk asuransi, tips, dan edukasi mengenai proteksi, yang dikemas dengan pendekatan visual yang komunikatif dan *engaging*. Media pendukung lainnya adalah brosur (yang dibagi ke dalam tiga versi: kendaraan, rumah, dan perjalanan) serta *flyer* satu sisi yang berisi informasi ringkas ketiga produk sekaligus. Seluruh media dirancang dengan visual yang konsisten untuk memperkuat identitas merek Sampo dan mendekatkan perusahaan kepada masyarakat melalui pendekatan visual yang hangat, modern, dan relevan secara nilai.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil perancangan desain *marketing collateral* PT Sampo Insurance Indonesia, saran yang dapat menjadi pertimbangan untuk pengembangan proyek serupa di masa mendatang agar lebih optimal adalah eksplorasi lebih mendalam terhadap kata kunci pada saat tahapan *mindmap*. Hal ini sangat mempengaruhi proses dalam mendesain, pencarian kata kunci bisa dilakukan lebih luas tapi tetap relevan dengan *key message* agar bisa mendapat lebih banyak kata benda dan kata sifat baru yang bisa dijadikan kata kunci ke proses selanjutnya, struktur informasi juga perlu diperhatikan sejak awal agar desain dapat berfungsi di berbagai media dan alur baca bisa sesuai dan pas.



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 REFERENSI

- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*. PNJ Press.
- Aprinawati, I. (2018). *Penggunaan Model Peta Pikiran (Mind Mapping untuk Meningkatkan Pemahaman Membaca Wacana Siswa Sekolah Dasar*. 2(1).
- Ardhillah, G., Yohana, C., & Pratama Sari, D. A. (2023). Pengaruh Iklan Media Sosial dan Selebriti Pendukung terhadap Niat Beli Produk Skincare Lokal di Instagram. *Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Keuangan*, 4(1), 132–145.
- Arifin, I., & Nurjayanti, N. (2024). Rekonstruksi Poster Sebagai Media Aspirasi dan Ppropaganda Mahasiswa. *MITZAL (Demokrasi, Komunikasi dan Budaya) : Jurnal Ilmu Pemerintahan dan Ilmu Komunikasi*, 9(1), 1.
- Astuti, H. (n.d.). *Penggunaan Poster Sebagai Media Komunikasi Kesehatan*.
- Baines, P. (2013). *Essentials of Marketing (6th ed.)*. Oxford University Press. https://books.google.co.id/books/about/Essentials_of_Marketing.html?id=TwQKIZDGe_gC&redir_esc=y
- Belch, G. (2012). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (11th ed.)*. McGraw-Hill Education. [https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1778&keywords =](https://opaclib.inaba.ac.id/index.php?p=show_detail&id=1778&keywords=)
- Bowen, G., & Ozuem, W. (Eds.). (2019). *Leveraging Computer-Mediated Marketing Environments*: IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-7344-9>
- Gumelar, R. (2014). *Layout Majalah Sebagai Sebuah Cerminkan Identitas Pembaca Studi Kasus Layout Majalah Cosmopolitan Dan Aneka Yes*. *Jurnal Komunikasi*, 2.
- Jannah, F., Hadawiah, H., & Majid, A. (2022). Analisis Peran Media Promosi Pada PT. Mayora Dalam Mempromosikan Produk Torabika. *Respon Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ilmu Komunikasi*, 2(2).
- Kaffah, L. (2023). Pemanfaatan Media Cetak Poster Dalam Pembelajaran Bahasa Indonesia Dengan Menggunakan Aplikasi Canva Di Kelas V Sd. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.8246435>
- Kotler, K., Philip, & Armstrong, G. (2016). *Principles of Marketing (16th ed.)*.



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

Pearson Education. Pearson Education.

Kurniawan, E., Pratama, R. Y., Pujawahyuningsih, W., Ramadani, G., Ks, D. D. Y., Firmasnyah, R. A., & Janati, I. Q. (2024). *Peran Foto Produk Sebagai Media Promosi Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Produk UMKM Desa Sumber Gede*. 8(2).

Lesmana, F. (2018). Studi Hermeneutik: Desain *Layout* Buku Biografi Merry Riana. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 18(1).

Lidiana, D., & Firmansyah, I. (2023). Peran *Flyer* Sebagai Media Promosi Pesta Perkawinan Cina Benteng. *Narada : Jurnal Desain dan Seni*, 10(1), 97.

Maharsi, I. (2016). Ilustrasi. *Badan Penerbit ISI Yogyakarta*.

Mirza, I. M. M. (2022). Efektifitas Implementasi Tipografi dalam Desain Grafis Berdasarkan Perspektif Hak Kekayaan Intelektual (HAKI) di Indonesia. *Visualideas*, 2(2), 70–75.
<https://doi.org/10.33197/visualideas.vol2.iss2.2022.908>

Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek Warna dalam Dunia Desain dan Periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084.
<https://doi.org/10.21512/humaniora.v2i2.3158>

Mursalina, H., Wibowo Yunanto, P., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *Pinter : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2), 127–131. <https://doi.org/10.21009/pinter.3.2.7>

Nuzulyani, R., & Yusuf, R. I. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran pada Perusahaan Asuransi dalam Meningkatkan Jumlah Nasabah. *Jurnal Publisitas*, 1.

Puspasari, D., & Hadithya, R. (2023). Pemanfaatan Sosial Media *Marketing* Melalui Konten pada Instragram dalam Upaya Meningkatkan *Brand Image* Sebuah Produk. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 4(2), 239–252.
<https://doi.org/10.51805/jmbk.v4i2.122>

Romadhoni, A. (2023). Pengaruh Fotografi Jurnalistik pada Media Online. *Imaji: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 14(2), 98–107.
<https://doi.org/10.52290/i.v14i2.115>



© 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

- Siregar, F. M., Panggabean, S., & Simanjuntak, H. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Brosur terhadap Kemampuan Siswa Menulis Teks Prosedur Kelas XI SMA Swasta Hosana Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(3), 13587–13604. <https://doi.org/10.31004/jptam.v6i3.4476>
- Solikhah, A. (2023). Strategi Penggunaan *Flyer* di Media Sosial Sebagai Sarana Untuk Menarik Minat Baca Masyarakat. *Journal of Education and Religious Studies*, 3(03), 68–76. <https://doi.org/10.57060/jers.v3i03.119>
- Uluwiyah, A. (2022). *Strategi Bauran Promosi (Promotional Mix) dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat* (Vol. 1). CV Multi Pustaka Utama.
- Otoritas Jasa Keuangan. (2023). *Peta Jalan Pengembangan dan Penguatan Perasuransian Indonesia 2023-2027*. Otoritas Jasa Keuangan. Diakses dari <https://www.ojk.go.id>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Rizky Amalia Putri	
NAMA PEMBIMBING		Sari Puspita Dewi, M. Pd.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Desain Marketing Collateral PT Sampo Insurance Indonesia	
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	14 Maret 2025	Kurang di penulisan kata hubung, keterhubungan antar paragraf, sehingga seperti patah di akhir paragraf dan tidak berkesinambungan ke paragraf setelahnya.	Memperbaiki penulisan dan lebih memperhatikan keterkaitan antar paragraf agar tiap paragraf saling terkait satu sama lain dan berkesinambungan.
2	10 April 2025	Tiap bab baiknya menggunakan bridge dan di akhir tuliskan summary	Membuat bridging di setiap bab agar lebih berkesinambungan antar paragraf
3	2 May 2025	Asistensi revisi setelah Seminar Proposal	Memperbaiki penulisan dan isi sesuai arah dosen penguji dan dosen pembimbing
4	30 May 2025	Asistensi abstrak untuk Seminar Nasional Tetamekraf	Ada beberapa typo dan memperbaikinya
5			
6			
7			
8			
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			



Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Waktu : Rabu, 20 Maret 2025
Nama Informan : Gayuh Rahartini (*Supervisor Brand and Communication PT Sampo Insurance Indonesia*)
Lokasi Wawancara : Daring via Zoom

1. Terima kasih sebelumnya, Bu Gayuh, sudah bersedia meluangkan waktu untuk wawancara ini. Pertama-tama, boleh diceritakan secara umum seperti apa profil PT Sampo Insurance Indonesia dan produk-produk yang ditawarkan?
Sama-sama, senang bisa bantu. Jadi, PT Sampo Insurance Indonesia adalah bagian dari grup global Sampo Holdings yang berasal dari Jepang. Di Indonesia sendiri, kami sudah hadir sejak tahun 1975. Produk kami cukup beragam, dari asuransi kendaraan bermotor, asuransi properti, sampai asuransi perjalanan. Untuk nasabah korporasi maupun individu.
2. Jadi selama ini strategi komunikasi visual yang digunakan Sampo itu lebih ke arah seperti apa, Bu?
Selama ini kami cukup banyak menggunakan pendekatan yang formal, bahkan bisa dibilang cenderung kaku. Karena kami bagian dari grup global, ya branding-nya harus tetap terjaga. Tapi belakangan kami merasa perlu lebih dekat dengan masyarakat. Terutama untuk produk retail seperti asuransi travel, kendaraan, dan rumah.
3. Alasan untuk pakai pendekatan tersebut apa ya bu?
Salah satu alasan kami ingin lebih emosional dan dekat dengan masyarakat karena audiens utama kami sekarang adalah keluarga muda dan pekerja produktif. Mereka tidak terlalu suka bahasa visual yang terlalu formal. Kami ingin desain yang tetap profesional tapi juga hangat. Sesuatu yang bisa "ngena" secara emosional.
4. Nah, dalam diskusi sebelumnya Ibu menyebutkan ingin mengangkat nilai-nilai budaya Asia dalam pendekatan visual ya bu?
Ya, jadi Sampo itu kan berasal dari Jepang, dan budaya Jepang itu sangat menjunjung tinggi empati, perlindungan, dan keharmonisan. Nilai-nilai itu juga kami rasa sangat dekat dengan masyarakat Indonesia. Misalnya nilai gotong



© 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

royong, kekeluargaan, kebersamaan. Nah, kami merasa justru bukan hanya menjual produk, tapi menghadirkan rasa aman dan tenang melalui pendekatan nilai-nilai yang akrab dengan masyarakat.

5. Baik Bu. Kalau dari sisi media yang diinginkan untuk promosi saat ini, apa saja yang paling dibutuhkan?

Yang paling utama saat ini adalah konten untuk media sosial terutama Instagram. Karena di situ audiens kami paling aktif. Tapi kami juga tetap perlu media cetak seperti brosur dan flyer, untuk event atau disebar ke calon nasabah yang ditemui langsung.

6. Noted, Bu. Adakah harapan khusus untuk proyek ini?

Harapannya desain ini bisa jadi wajah baru kami untuk komunikasi ke publik, terutama ke segmen keluarga dan individu. Kami ingin dikenal bukan hanya sebagai asuransi yang kuat dan besar, tapi juga peduli, hangat, dan bisa diandalkan.

7. Terima kasih banyak Bu Gayuh atas waktunya dan penjelasannya. Informasi ini sangat membantu untuk proses perancangan ke depannya.

Sama-sama. Semoga lancar prosesnya ya. Nanti kalau ada yang mau dikonsultasikan lagi, silakan hubungi ya.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

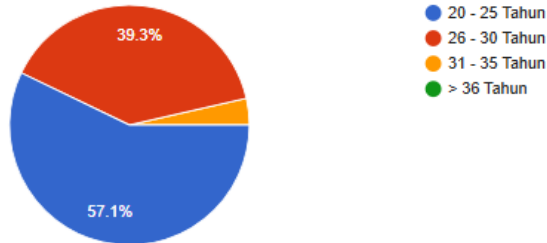
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 3 Hasil Kuesioner

Berapa usia anda?

56 responses

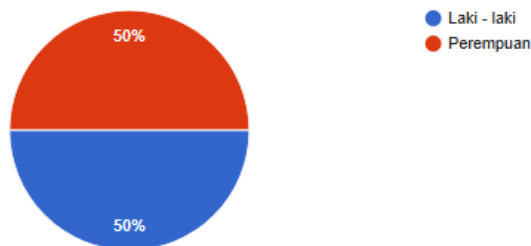
[Copy chart](#)



Jenis kelamin anda?

56 responses

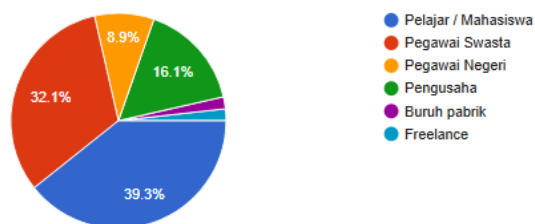
[Copy chart](#)



Pekerjaan?

56 responses

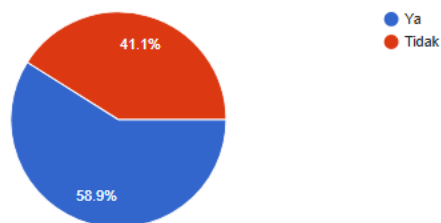
[Copy chart](#)



Apakah anda pernah menggunakan produk asuransi umum sebelumnya?

56 responses

[Copy chart](#)





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

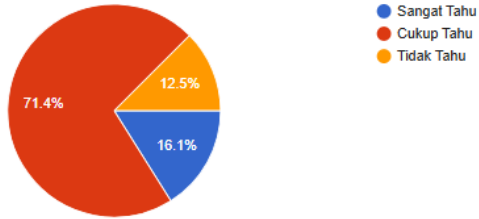
Hak Cipta :

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

Seberapa akrab anda dengan asuransi umum?

[Copy chart](#)

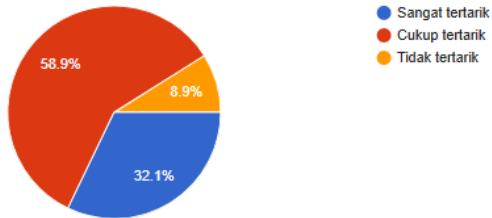
56 responses



Seberapa besar ketertarikan anda terhadap informasi asuransi umum?

[Copy chart](#)

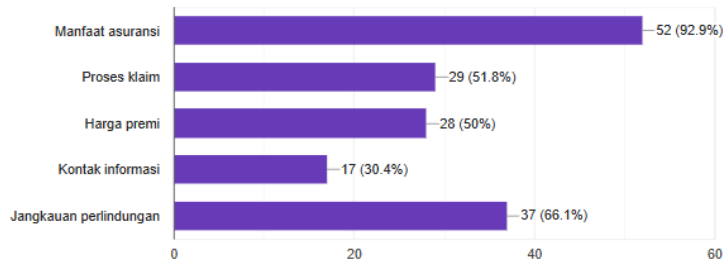
56 responses



Menurut anda, apa yang paling penting ditampilkan dalam desain promosi asuransi? (Bisa pilih lebih dari satu)

[Copy chart](#)

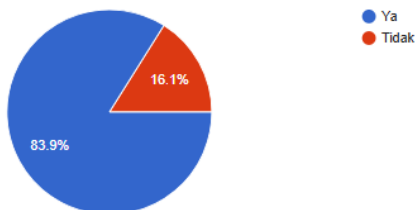
56 responses



Apakah desain visual yang menarik mempengaruhi anda dalam mempertimbangkan produk asuransi?

[Copy chart](#)

56 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

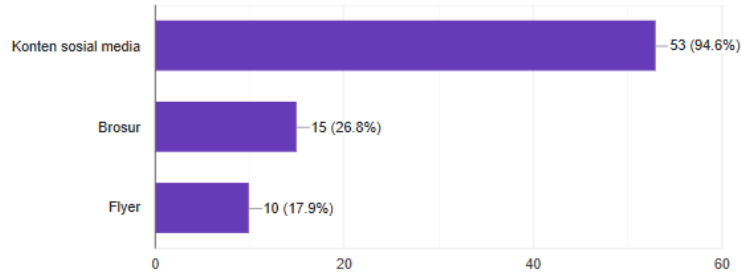
Hak Cipta :

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

Dari ketiga media berikut, mana yang paling menarik perhatian anda? (Bisa pilih lebih dari satu)

[Copy chart](#)

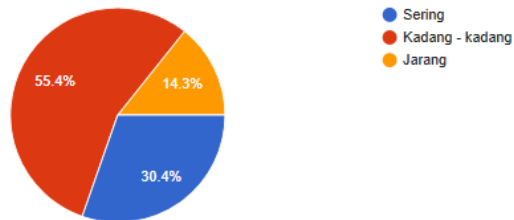
56 responses



Seberapa sering anda memperhatikan konten promosi di instagram?

[Copy chart](#)

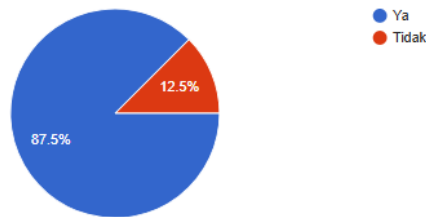
56 responses



Apakah anda tertarik dengan promosi melalui konten sosial media yang menarik? (Carousel, infografis, fitur story instagram)

[Copy chart](#)

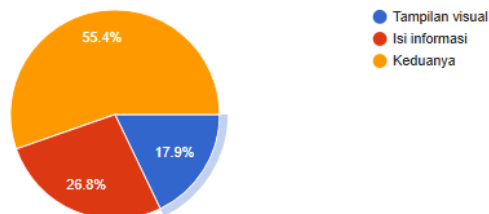
56 responses



Saat menerima brosur / flyer asuransi umum, apa yang lebih menarik perhatian anda?

[Copy chart](#)

56 responses





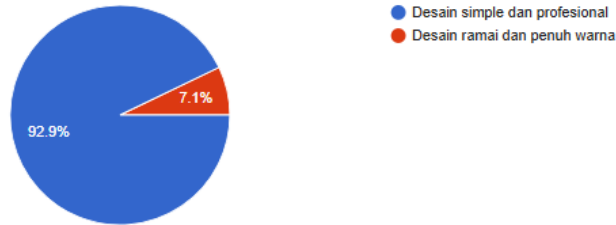
Hak Cipta :

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

Menurut anda, mana desain yang lebih efektif?

56 responses

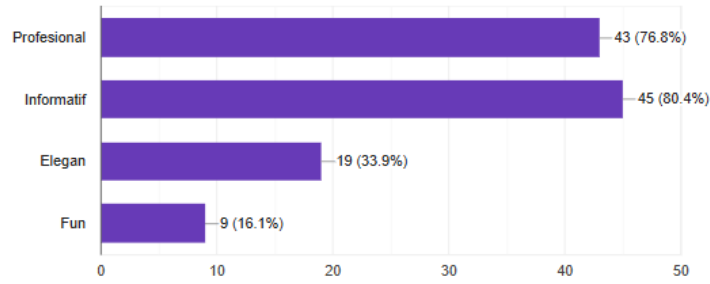
Copy chart



Apa kesan yang ingin anda rasakan dari konten promosi asuransi umum? (Bisa pilih lebih dari satu)

56 responses

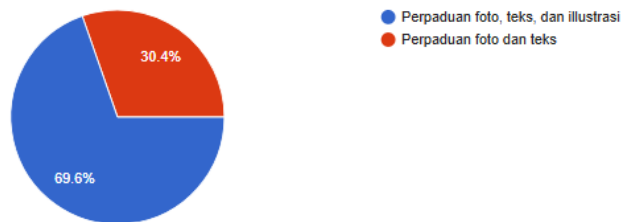
Copy chart



Desain mana yang menurut anda lebih meyakinkan terhadap pertimbangan produk asuransi?

56 responses

Copy chart





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Apa yang menurut anda perlu diperbaiki / ditambahkan dalam desain media promosi asuransi umum?

56 responses

Informasi yang detail

tidak

informasi yang lebih jelas

Informasi yg lebih lengkap dan desain yg lebih menarik

jangan terlalu banyak warna

Informasi dan tampilan yang elegan

desain harus lebih ke minat gen z agar lebih menarik

keterangan benefit asuransi

menyederhanakan informasi yang ada

Apakah anda memiliki preferensi khusus terkait desain yang membuat anda percaya / tertarik terhadap produk asuransi?

56 responses

Tidak menggunakan kalimat hiperbola

memiliki

Memiliki benefit yang unggul dibanding produk asuransi lain, informasi yang jelas, kontak yang mudah dihubungi dan desain yang mudah dilihat

belum ada

ya, yang memiliki banyak informasi dan sedikit gambar

desain yang memvisualisasikan manfaat asuransi

ya

Cukup

cukup cantumkan hal yang perlu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4 Hasil Testing

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Menarik karena visualnya eye catching		Urutan konten baca kayak pas buka harusnya bisa lihat ttg produk dulu, kalau ttg produk ada di bagian luar jadi kyk kurang enak dibaca (harus nyari-nyari dulu)
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Iya, corporate banget		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Foto		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Iya, karena dipisah- pisah jadi lebih ngerti lebih detail		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?		Kurang sih, urutan bacanya kurang enak	
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Tentu, karena keluarga		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Iya, terasa		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Iya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Pas		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak karena hasilnya bagus	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Cukup terbaca	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Iya tersampaikan		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya, Apalagi bagian foto keluarga menarik sih		Desainnya sudah bagus, tapi mungkin warnanya ada yang bikin teks jadi gak kebaca.
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Iya		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Isi		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Ya, mudah untuk dimengerti		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?		Tidak, urutan konten kurang rapi, jadi yang penting tuh gak pertama dilihat mungkin bisa diperbaiki	
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Ya, Karena menggambarkan suasana keluarga		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Iya, karena terasa kekeluargaannya		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya, lumayan		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Cukup tebal dan hasilnya bagus		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?	Cukup terbaca dan pas		
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Iya, informasi penting ada semua		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya		Saran untuk flyer dan brosur agar contact ditaruh agak atas, khawatir ketika di cetak terkena potong
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Lumayan oke ya rapih dan menarik		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Foto, ilustrasi, teks		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	asanya mudah dimengerti, tidak bertele-tele		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	a, informasi sudah dikemas dengan baik		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	rena kegiatan seperti liburan, mudik terasa		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Ya		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	ukup tebal dan cocok untuk promosi jangka panjang		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Tidak, masih terbaca	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Ya		



© 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

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya, visual cukup menarik		Menarik penggambarannya jadi lebih menyentuh karena mengenai keluarga.
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Terlihat profesional		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Gambar		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Ya, kontennya informatif		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Ya		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Ya, karena ini temanya kekeluargaan sekali		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Iya, menunjukan kebersamaan		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya, karena cukup informatif		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Bagus dan tidak mudah rusak		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?	Masih wajar, tidak mengganggu keterbac		
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Masih terbaca dengan baik	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	cukup membantu memahami produk asuransi yang dijual		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya, desain menarik karena warnanya cerah jadi terlihat fun		Ada beberapa teks yang kurang terbaca mungkin bisa diperbaiki
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Ya, profesional dan emosional		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Keseluruhan		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Sudah cukup jelas informasinya		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Cukup jelas		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Sangat dekat dengan kehidupan sehari-hari		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Sangat menggambarkan karena tema dekat dengan keseharian		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Sudah oke		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak mengganggu	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?	Sudah oke		
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Mungkin bisa tambah beberapa ilustrasi agar lebih enak dilihat		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Pertama kali lihat langsung fokus ke gambar keluarga. Menarik sih oke		Sudah baik, menarik secara visual dan mudah dipahami untuk isinya
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Ya terlihat terpercaya		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Foto, ilustrasi, teks		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Iya, karena mudah membedakan tiap produk		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Mudah dipahami		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Terasa dekat		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Iya terlihat penuh kehangatan ya		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Tentu		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Sudah cocok		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Cocok ya tidak mengganggu	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Cukup besar dan terbaca	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Iya		



© 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

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Iya, desainnya rapi cukup baik untuk menarik perhatian		Motif batik ada teks, kurang terbaca
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Ya		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Foto		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Iya		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Pesan yang disampaikan cukup jelas		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Ya, relate dengan kehidupan		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Terlihat sangat kekeluargaan		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Iya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Sudah pas		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Sudah pas	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Tentu		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya, karena bisa menyampaikan pesan dengan baik		Sudah oke tapi ada beberapa teks yang typo dan kurang terbaca ya
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Ya		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Isi dan gambar		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Iya		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Cukup mudah dipahami		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Ya		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Terlihat nilai-nilai kebersamaan, perlindungan gitu sih		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Tertarik		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Cocok seperti brosur dan flyer pada umumnya		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak ya ini oke	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Terbaca dengan baik	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Ya		

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Ya		Letak call service agak terlalu ujung ya jadi kurang enak dilihat
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Ya		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Keseluruhan		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Jelas		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Mudah dipahami		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Dekat dengan kehidupan		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Ya		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Pas, tidak terlalu tebal ataupun tipis		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Tidak	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Ya		



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

No	Pertanyaan	Ya	Tidak	Saran dan Masukkan
1	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap desain ini? Apa menarik perhatian?	Sudah oke, penggunaan gambar dan penataannya pas		Font sudah pas, urutan konten perlu diperbaiki, beberapa teks kurang terbaca karena background, warna oke, kualitas pemilihan bahan brosur dan flyer oke.
2	Apa desain terlihat profesional dan meyakinkan secara emosional?	Iya, karena mengangkat tema keluarga ya jadi menyentuh		
3	Elemen visual mana yang paling menarik perhatian Anda?	Keseluruhan		
4	Setelah melihat desain ini, apakah Anda memahami produk/layanan yang ditawarkan?	Ya, mudah dipahami dan jelas isinya		
5	Apakah pesan yang disampaikan mudah dipahami?	Ya		
6	Apakah visual dalam desain ini terasa dekat dengan kehidupan Anda sehari-hari?	Tentu, karena mengenai kebersamaan		
7	Apakah menurut Anda desain ini menggambarkan nilai-nilai budaya yang familiar? (misalnya: keluarga, kebersamaan, perlindungan)	Ya		
8	Apakah Anda tertarik mencari tahu lebih lanjut tentang produk asuransi ini setelah melihat materi promosi ini?	Ya		
9	Bagaimana pendapat Anda mengenai bahan kertas yang digunakan pada brosur dan flyer apakah sudah pas?	Sudah pas, tidak mudah rusak, kualitas cetak baik dan keterbacaan oke		
10	Apakah efek glossy pada permukaan kertas menurut Anda mengganggu keterbacaan teks atau tidak?		Tidak	
11	Menurut Anda, bagaimana keterbacaan teks apa font terlalu kecil?		Tidak	
12	Apakah informasi dalam brosur dan flyer tersampaikan dengan baik menurut Anda?	Tersampaikan dengan baik		





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5 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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Cek Plagiarisme

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



iThenticate®

Similarity Report ID: old:3618:102519865

PAPER NAME

DG8C_Rizky Amalia Putri_Perancangan
Marketing Collateral PT Sampo Insurance
Indonesia sebagai Media

AUTHOR

Rizky Amalia Putri

WORD COUNT

14247 Words

CHARACTER COUNT

91734 Characters

PAGE COUNT

87 Pages

FILE SIZE

2.4MB

SUBMISSION DATE

Jun 26, 2025 10:14 AM GMT+7

REPORT DATE

Jun 26, 2025 10:17 AM GMT+7

16% Overall Similarity

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

- 15% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

● 16% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 15% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	press.pnj.ac.id Internet	3%
2	scribd.com Internet	1%
3	repository.pnj.ac.id Internet	1%
4	axa-mandiri.co.id Internet	<1%
5	123dok.com Internet	<1%
6	sompo.co.id Internet	<1%
7	eprints.uny.ac.id Internet	<1%
8	cermati.com Internet	<1%

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

9	fliphtml5.com	<1%
	Internet	
10	docplayer.info	<1%
	Internet	
11	jurnal.binamandiri.ac.id	<1%
	Internet	
12	bankmayapada.com	<1%
	Internet	
13	neliti.com	<1%
	Internet	
14	Mohamad Sudi, Zulham, Serepina Tiur Maida, Titiék Surya Ningsih, Ya...	<1%
	Crossref	
15	widuri.raharja.info	<1%
	Internet	
16	anyflip.com	<1%
	Internet	
17	glints.com	<1%
	Internet	
18	finansial.bisnis.com	<1%
	Internet	
19	jurnal.peneliti.net	<1%
	Internet	
20	johannessimatupang.wordpress.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

21	Siti Nazilah, Tita Setiawati. "Media Alat Bantu Promisi Fakultas Teknik ..."	<1%
	Crossref	
22	repository.fe.unj.ac.id	<1%
	Internet	
23	repository.dinamika.ac.id	<1%
	Internet	
24	moam.info	<1%
	Internet	
25	mskelompok1.blogspot.com	<1%
	Internet	
26	asuransimobilku.com	<1%
	Internet	
27	id.123dok.com	<1%
	Internet	
28	jptam.org	<1%
	Internet	
29	repository.upi.edu	<1%
	Internet	
30	Eirene Kardiani Gulo. "Studi Kualitatif Pemanfaatan Media Digital dala..."	<1%
	Crossref	
31	Yayan Firmansyah, Raihana Rahiela. "Pengembangan Konten Media So..."	<1%
	Crossref	
32	penerbitgoodwood.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

33	repository.radenintan.ac.id	<1%
	Internet	
34	text-id.123dok.com	<1%
	Internet	
35	asei.co.id	<1%
	Internet	
36	I Gusti Agung Gede Alit Dwi Arcana, Putu Desi Anggerina Hikmaharyan...	<1%
	Crossref	
37	e-journal.umaha.ac.id	<1%
	Internet	
38	idoc.pub	<1%
	Internet	
39	artikelpendidikan.id	<1%
	Internet	
40	libraryproceeding.telkomuniversity.ac.id	<1%
	Internet	
41	repository.isi-ska.ac.id	<1%
	Internet	
42	coursehero.com	<1%
	Internet	
43	core.ac.uk	<1%
	Internet	
44	dspace.uil.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

45	media.neliti.com	<1%
	Internet	
46	infolowongankarir.blogspot.com	<1%
	Internet	
47	kumpulankaryasiswa.wordpress.com	<1%
	Internet	
48	inovasinews.com	<1%
	Internet	
49	slideshare.net	<1%
	Internet	
50	Iis Aprinawati. "PENGUNAAN MODEL PETA PIKIRAN (MIND MAPPIN...	<1%
	Crossref	
51	garuda.kemdikbud.go.id	<1%
	Internet	
52	irfanjulio.blogspot.com	<1%
	Internet	
53	repository.bsi.ac.id	<1%
	Internet	
54	staidagresik.ac.id	<1%
	Internet	
55	telkomuniversity.ac.id	<1%
	Internet	
56	anzdoc.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

57	dewililyana.bm.uma.ac.id	<1%
	Internet	
58	ejournal.umbandung.ac.id	<1%
	Internet	
59	etheses.uin-malang.ac.id	<1%
	Internet	
60	intan0806.blogspot.com	<1%
	Internet	
61	iranrml.wordpress.com	<1%
	Internet	
62	projects.co.id	<1%
	Internet	
63	psasir.upm.edu.my	<1%
	Internet	
64	repository.uin-suska.ac.id	<1%
	Internet	
65	sumberbelajarvocstenmlg.wordpress.com	<1%
	Internet	
66	akuntansilengkap.com	<1%
	Internet	
67	bankmandiri.co.id	<1%
	Internet	
68	arikristanto81.blogspot.com	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

69	blog.crowdo.com	<1%
	Internet	
70	broloc.blogspot.com	<1%
	Internet	
71	ejurnal.stie-trianandra.ac.id	<1%
	Internet	
72	globalaksarapers.com	<1%
	Internet	
73	harrania.com	<1%
	Internet	
74	kc.umn.ac.id	<1%
	Internet	
75	kumparan.com	<1%
	Internet	
76	nicolasaxy418553.pointblog.net	<1%
	Internet	
77	pt.scribd.com	<1%
	Internet	
78	repository.uinsaizu.ac.id	<1%
	Internet	
79	republika.co.id	<1%
	Internet	
80	fikal.my.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© 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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102519865

81	ifcc-footwear.id Internet	<1%
82	pewartanusantara.com Internet	<1%
83	rappler.com Internet	<1%
84	Dharma Setyawan, Fina Sundari. "MARKETING DIGITAL WISATA PINUS..." Crossref	<1%
85	Hanifah Hanifah. "Pengaruh Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pel..." Crossref	<1%
86	Hendriyanto, Hendriyanto. "Manajemen Pengembangan Sumber Daya ..." Publication	<1%
87	autocillinjabulanipku.blogspot.com Internet	<1%
88	bigstore.bisnis.com Internet	<1%

Sources overview



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

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup

RIZKY AMALIA PUTRI

(+62) 8979892356 | rizky.amalia.putri13@gmail.com | www.linkedin.com/in/rizkyamaliaputri | www.behance.net/putriumi13

Mahasiswa akhir semester di Politeknik Negeri Jakarta jurusan Desain Grafis. Saya memiliki keterampilan dan minat dalam bidang desain, meliputi desain kemasan, desain editorial, grafis media sosial, dan 3D Digital. Saya memiliki ketertarikan terhadap desain grafis, 3D Modelling, dan pembuatan video. Perjalanan akademis saya telah membekali saya dengan dasar yang kuat di bidang ini, dan saya sangat bersemangat untuk mengaplikasikan keterampilan dan kreativitas saya dalam dunia kerja.

Education Level

Politeknik Negeri Jakarta - Depok	Sep 2021
Diploma in Graphic Design, 3.88/4.00	
• Top 10 ACE (Accounting Competition): Essay and Infographic Competition 2022	
• Semifinalist Inpack Design Competition 2022	

Experience

PT Sampo Insurance Indonesia	Feb 2025 - Now
Graphic Designer Intern	
• Mendesain berbagai materi pemasaran digital dan cetak (konten sosial media, banner, videotron)	
• Membuat desain materi cetak untuk keperluan event	
KLY (Kapanlagi Youniverse)	Sep 2024 - Des 2024
Commercial Designer Intern	
• Menciptakan desain komersial yang menarik dan efektif untuk promosi digital	
• Merancang dan mengembangkan desain grafis untuk keperluan pemasaran dan promosi	
• Membuat keperluan desain lain seperti Video Superimpose logo brand, Squeeze Frame, Running Text, dan L Frame	
PT Vidio Dot Com	Feb 2024 - Jun 2024
Commercial Designer Intern	
• Menciptakan desain komersial yang menarik dan efektif untuk promosi digital	
• Merancang dan mengembangkan desain grafis untuk keperluan pemasaran dan promosi	
• Membuat keperluan desain lain seperti Video Superimpose logo brand, Squeeze Frame, Running Text, dan L Frame	
Formadiksi Visit Politeknik Negeri Jakarta	May 2023 - Aug 2023
Graphic Designer	
• Berkontribusi aktif dan bertanggung jawab dalam desain media sosial	
• Mengembangkan konsep desain sesuai dengan tema dan tujuan acara	
• Membuat dan memvisualisasikan lebih dari 50 konten untuk Instagram	
Pengabdian Masyarakat Program Studi Desain Grafis (DG Berkemas)	Jun 2023 - Sep 2023
Staff	
• Menyambut tamu dan bertanggung jawab terkait proses pendaftaran	
• Mengelola konsumsi	
Gelar Aksi Terima Kasih (Galaksi) Teknik Grafika Penerbitan	Nov 2021 - Dec 2021
Staff	
• Berkolaborasi dengan anggota tim untuk mendekorasi dan mengkoordinasikan acara	
• Mengelola dan mendistribusikan pakaian panitia	
Tim Desain SMK Negeri 4 Kota Tangerang Selatan	Mar 2020 - Jun 2021
Graphic Designer	
• Membuat kebutuhan visual seperti desain flyer event, buku peraturan sekolah, dan neon box	
Novo Club Group Project	Mar 2023 - Aug 2023
Good Leader Good Teacher Program	
• Menyusun dan menyampaikan materi presentasi ke sekolah tujuan	
• Mengelola distribusi merchandise dan hadiah ke sekolah sebagai bagian dari promosi produk Paragon	
Company Profile Book Project UPA-RTPU	Mar 2023 - Jul 2023
Photographer	
• Bertanggung jawab dalam fotografi, termasuk retouching foto, editing dan implementasinya dalam buku profil perusahaan	
• Berkolaborasi dengan layout desainer dalam proses desain	
Lunch Box Design Project Politeknik Negeri Jakarta	Nov 2022 - Jan 2023
Mockup Designer & Animator	
• Bertanggung jawab dalam merancang struktur desain kemasan dan pembuatan mockup digital	
• Membuat video animasi produk untuk kebutuhan promosi	
Academic Calendar Project Politeknik Negeri Jakarta	Sep 2022 - Nov 2022
Graphic Designer	
• Berkoordinasi dengan tim sepanjang proses brainstorming hingga final artwork	
• Membuat mockup produk menggunakan software 3D	

Certification & Skills

- Certificate of Competence (2020): Junior Multimedia Designer
- Training Certificate (2023): Thematic Academy Digital Talent
- Novo Club Leadership Program (2023): Boothcamp online training and Group Project
- Software: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe Premiere Pro, Adobe After Effect, 3D Blender
- Skills: Editorial Design, Social Media Design, 3D Digital & Animation, Videography.
- Portfolio: www.behance.net/putriumi13