



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI PROYEK DESAIN**

**PERANCANGAN *COMPANY PPROFILE*
CHANGE.ORG INDONESIA**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

JAMES

NIM: 5017020031

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
DEPOK
2021**

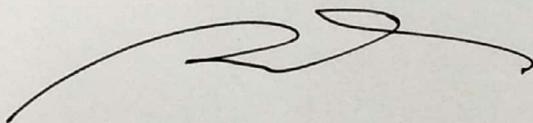
**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Company Profile* Change.org Indonesia
Penulis : James
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

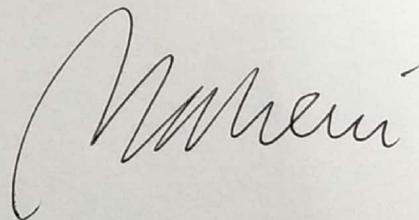
Depok, 7 Agustus 2021

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I



Rian Dwi Antoro S.Sn., M.Sn
NIP. 520000000000000093

Dosen Pembimbing II



MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H
NIP. 197608241999032002

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CHANGE.ORG INDONESIA

Oleh:

JAMES

NIM: 5017020031

Disahkan:

Depok, 23 Agustus 2021

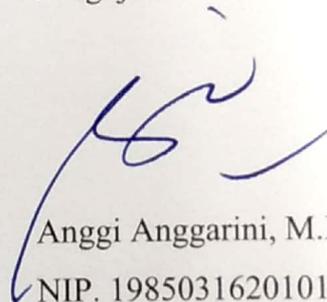
Penguji I



Yulianto Hadiprawiro, S.Sn., M.Ds

NIP. 520000000000000090

Penguji II

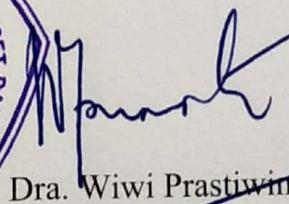


Anggi Anggarini, M.Ds

NIP. 198503162010122002

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M

NIP. 196407191997022001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

Perancangan *Company Profile* Change.org Indonesia

adalah hasil karya saya.

Dengan ini 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, 4 Agustus 2021

Yang menyatakan



James

NIM: 5017020031



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

Sejak berdiri di tahun 2012, Change.org Indonesia belum memiliki sebuah media khusus penyebar informasi yang dapat digunakan untuk memrepresentasikan organisasi mereka. Saat ini, Change.org Indonesia ingin memiliki sebuah citra positif dalam masyarakat terutama *target audience*-nya yang berupa Change.org Indonesia yang terlihat lebih terbuka. Perancangan ini bertujuan untuk menjawab permasalahan tersebut dengan cara merancang sebuah *company profile* dan beberapa media pendukung lain, agar hasil dari rancangan ini nantinya dapat menjadi media yang digunakan dalam merepresentasikan organisasi kepada *target audience*. Dalam prosesnya, penelitian ini menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kualitatif, yang mana cara dalam memperoleh data-datanya adalah dengan memahami obyek yang diteliti secara mendalam. Data-data tersebut didapatkan dari wawancara, observasi, dan studi literatur. Setelah melakukan eksplorasi didapatkan sebuah tema terpilih, yaitu *transparent*. Tema ini ingin menunjukkan citra yang diusung oleh Change.org Indonesia, yaitu terbuka. Selanjutnya, hasil perancangan dari tema tersebut berupa sebuah *company profile* yang memiliki kesan *minimalist* dan *modern* dengan bentuk media berupa persegi. Juga terdapat beberapa media pendukung seperti *small note book* untuk para *target audience* agar dapat selalu mengingat Change.org Indonesia, *pocket cards* yang berisi cara kerja organisasi, dan juga *id card* sebagai pengenalan tim. Seluruh media tersebut dicetak, dengan harapan dapat menimbulkan kesan yang lebih etis jika mengirimkan atau memperlihatkan *company profile* ini dan juga media pendukung lainnya pada para *target audience*. Hal ini dilakukan juga sebagai sebuah upaya pendekatan yang profesional dan beretika, dengan harapan dapat membangun sebuah hubungan baik serta menciptakan citra terbuka yang diharapkan oleh Change.org Indonesia.

Kata kunci: *Transparan, Terbuka, Modern, Minimalist, Citra*



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

Since its establishment in 2012, Change.org Indonesia has not had a special medium for disseminating information that can be used to represent their organization. Currently, Change.org Indonesia wants to have a positive image in society, especially its target audience in the form of Change.org Indonesia that looks more open. This design aims to answer these problems by designing a company profile and several other supporting media, so that the results of this design can later become the media used to represent the organization to the target audience. In the process, this research uses methods with a qualitative approach, in which the way to obtain data is to understand the object being studied in depth. These data were obtained from interviews, observations, and literature studies. After doing the exploration, we got a selected theme, which is transparent. This theme wants to show the image carried by Change.org Indonesia, which is open. Furthermore, the design result of the theme is in the form of a company profile that has a minimalist and modern impression with a square media shape. There are also several supporting media such as small note books for the target audience to always remember Change.org Indonesia, pocket cards that contain how the organization works, and also id cards as team identifiers. All of these media are printed, in the hope of creating a more ethical impression by sending or displaying this company profile and other supporting media to the target audience. This is also done as a professional and ethical approach, with the hope of building a good relationship and creating an open image that Change.org Indonesia expects.

Keyword: *Transparent, Open, Modern, Minimalist, Image*

**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

PRAKATA

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena atas segala berkat dan anugerahnya, sehingga Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Company Profile* Change.org Indonesia” dapat terselesaikan tanpa adanya halangan yang berarti dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir adalah salah satu syarat kelulusan dalam program Sarjana Terapan Prodi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Proses perancangan yang telah dilalui tentu banyak kendalanya, terutama pada kondisi saat ini di tengah pandemi yang masih berlanjut. Namun kendala-kendala tersebut tidak membuat perancangan ini berhenti. Dukungan dari orang tua dan kakak yang sangat besar membuat penulis pada akhirnya dapat menyelesaikan perancangan tugas akhir ini.

Penulis sadar bahwa apa yang telah penulis peroleh tidak semata-mata hasil dari jerih payah penulis sendiri, tetapi hasil dari keterlibatan semua pihak yang ada di sekitar penulis yang telah mendukung secara moral maupun materi. Oleh sebab itu penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Sc. H., Zainal Nur Arifin , Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Ibu Dra., Wiwi Pratiwinarti , M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Anggi Anggarini M.Ds, selaku Ketua Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta.
4. Bapak Rian Dwi Antoro, S.Sn., M.Sn selaku pembimbing materi yang senantiasa selalu memberi saran serta arahan.
5. Ibu MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H selaku pembimbing penulisan yang senantiasa selalu memberi saran serta arahan.
6. Change.org Indonesia yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk dapat membantu perusahaan. Kepada Mas Arief Aziz selaku *Country Director* dan juga Kak Dhenok Pratiwi selaku *Campaign Manager* yang telah



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

mendukung serta membantu penulis dalam pengumpulan data yang dibutuhkan.

7. Narasumber-narasumber yang telah bersedia untuk diwawancarai dan memberikan saran yang membangun.
8. Teman-teman seluruhnya yang sudah membantu dan berjuang bersama dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

Serta semua pihak yang telah membantu terkait pembuatan tugas akhir ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Tugas akhir ini telah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun pastinya tidak terlepas dari berbagai kekurangan yang ada. Untuk itu kritik dan saran dari semua pihak sangat diterima dengan senang hati. Semoga tugas akhir ini dapat bermanfaat. Terima kasih.

Depok, Agustus 2021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

James



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR ISI

| | |
|---|----------|
| Lembar Persetujuan Sidang Tugas Akhir | i |
| Lembar Pengesahan Tugas Akhir | ii |
| Halaman Pernyataan Keaslian..... | iii |
| Abstrak | iv |
| <i>Abstract</i> | v |
| Prakata | vi |
| Daftar Isi | viii |
| 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 | 4 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat..... | 4 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 5 |
| BAB II LANDASAN PERANCANGAN..... | 7 |
| 2.1 <i>Branding</i> | 7 |
| 2.1.1 Manfaat <i>Branding</i> | 8 |
| 2.1.2 Jenis <i>Branding</i> | 9 |
| 2.2 <i>Company Profile</i> | 10 |
| 2.2.1 Fungsi <i>Company Profile</i> | 11 |
| 2.2.2 Isi <i>Company Profile</i> | 11 |
| 2.2.3 Media <i>Company Profile</i> | 12 |
| 2.2.4 Kriteria <i>Company Profile</i> | 13 |
| 2.3 <i>Layout</i> | 13 |
| 2.3.1 Elemen Teks | 14 |
| 2.3.2 Elemen Visual..... | 25 |
| 2.3.3 <i>Invisible Element</i> | 37 |



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

| | | |
|----------------|---|------------|
| | 2.3.4 Prinsip <i>Layout</i> | 47 |
| | 2.3.5 Penerapan <i>Layout</i> pada Buku | 49 |
| | 2.4 Metode Riset Desain..... | 50 |
| BAB III | METODE PERANCANGAN | 53 |
| | 3.1 Metode Riset Desain..... | 53 |
| | 3.2 Metode Pengumpulan Data | 54 |
| | 3.2.1 Sumber dan Jenis Data | 54 |
| | 3.2.2 Teknik Pengumpulan Data | 55 |
| | 3.3 Data dan Analisis..... | 56 |
| | 3.3.1 Profil Change.org Indonesia | 57 |
| | 3.3.2 <i>Product Knowledge</i> | 59 |
| | 3.3.3 Kompetitor..... | 62 |
| | 3.3.4 <i>Consumer Insight</i> | 63 |
| | 3.3.5 <i>Positioning</i> | 65 |
| | 3.3.6 Hasil Analisis Data | 65 |
| | 3.4 Arahkan Kreatif | 68 |
| BAB IV | HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN..... | 73 |
| | 4.1 Konsep Visual..... | 73 |
| | 4.1.1 <i>Brainstorming</i> | 73 |
| | 4.1.2 Alternatif Konsep | 75 |
| | 4.1.3 <i>Moodboard</i> | 76 |
| | 4.2 Proses Desain..... | 78 |
| | 4.2.1 Sketsa Imposisi | 78 |
| | 4.2.2 Sketsa Halus | 78 |
| | 4.2.3 Desain Komprehensif | 81 |
| | 4.2.4 Desain Terpilih | 89 |
| | 4.3 Media Pendukung | 99 |
| | 4.4 Pertimbangan Produksi..... | 101 |
| | 4.5 Tes Desain | 102 |
| BAB V | PENUTUP | 104 |
| | 5.1 Simpulan..... | 104 |

| | |
|-------------------------------|------------|
| 5.2 Saran | 106 |
| DAFTAR REFERENSI | 107 |
| LAMPIRAN | 109 |



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar | |
| Gambar 2.1 <i>Legibility</i> | 18 |
| Gambar 2.2 <i>Readability</i> | 18 |
| Gambar 2.3 <i>Tracking</i> | 19 |
| Gambar 2.4 <i>Leading</i> | 19 |
| Gambar 2.5 Perlakuan Naskah Panjang | 20 |
| Gambar 2.6 <i>Display Type</i> dan <i>Body Type</i> | 21 |
| Gambar 2.7 Karakteristik Warna | 31 |
| Gambar 2.8 Komposisi Warna Komplementer | 32 |
| Gambar 2.9 Komposisi Warna Split-Komplementer | 32 |
| Gambar 2.10 Komposisi Warna Triadik | 33 |
| Gambar 2.11 Komposisi Warna Tetradik | 33 |
| Gambar 2.12 Komposisi Warna Analog | 34 |
| Gambar 2.13 Komposisi Warna Monokromatis | 35 |
| Gambar 2.14 <i>Margin</i> menggantung/jatuh pada halaman tunggal | 38 |
| Gambar 2.15 <i>Margin</i> ukuran sama setiap sisi pada halaman tunggal | 38 |
| Gambar 2.16 <i>Margin</i> asimetris pada halaman tunggal | 39 |
| Gambar 2.17 <i>Margin</i> simetris pada spread | 39 |
| Gambar 2.18 <i>Margin</i> asimetris pada spread | 40 |
| Gambar 2.19 <i>Symmetrical Manuscript Grid</i> | 41 |
| Gambar 2.20 <i>Asymmetrical Manuscript Grid</i> | 42 |
| Gambar 2.21 <i>Symmetrycal Grid (Single-Column)</i> | 43 |
| Gambar 2.22 <i>Symmetrycal Grid (Double-Column)</i> | 43 |
| Gambar 2.23 <i>Symmetrycal Grid (Multiple-Column)</i> | 43 |
| Gambar 2.24 <i>Modular Grid</i> | 45 |
| Gambar 2.25 <i>Baseline Grid</i> | 46 |
| Gambar 2.26 <i>Hierarchical Grid</i> | 47 |
| Gambar 2.27 Bagan Landasan Perancangan | 52 |



© 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

| | |
|---|----|
| Gambar 3.1 Logo Change.org Indonesia | 57 |
| Gambar 3.2 Arief Aziz (<i>Country Director</i> Change.org Indonesia) | 58 |
| Gambar 3.3 Struktur Organisasi Change.org Indonesia..... | 59 |
| Gambar 3.4 Lima isu teratas pada petisi Change.org Indonesia dalam periode 2015-2020..... | 60 |
| Gambar 3.5 Petisi menolak sirkus keliling lumba-lumba | 61 |
| Gambar 3.6 Petisi menyelamatkan hutan Tripa di Aceh..... | 61 |
| Gambar 3.7 Lambang petitionline.com | 62 |
| Gambar 3.8 Logo Greenpeace..... | 63 |
| Gambar 4.1 <i>Mind Mapping</i> | 74 |
| Gambar 4.2 <i>Moodboard Cover dan Layout</i> | 76 |
| Gambar 4.3 <i>Moodboard</i> Warna, Tipografi, dan <i>Photo</i> | 77 |
| Gambar 4.4 <i>Moodboard Object, Texture/Material</i> , dan Ilustrasi | 77 |
| Gambar 4.5 Sketsa Imposisi | 78 |
| Gambar 4.6 Sketsa Halus 1 | 79 |
| Gambar 4.7 Sketsa Halus 2 | 80 |
| Gambar 4.8 Sketsa Halus 3 | 81 |
| Gambar 4.9 Desain Komprehensif 1 | 82 |
| Gambar 4.10 Desain Komprehensif 1..... | 83 |
| Gambar 4.11 Desain Komprehensif 2 | 84 |
| Gambar 4.12 Desain Komprehensif 2..... | 86 |
| Gambar 4.13 Desain Komprehensif 3..... | 87 |
| Gambar 4.14 Desain Komprehensif 3..... | 88 |
| Gambar 4.15 Eksplorasi <i>layout</i> desain terpilih | 90 |
| Gambar 4.16 <i>Color Palette</i> | 91 |
| Gambar 4.17 Tipografi..... | 92 |
| Gambar 4.18 Elemen Visual 1 | 93 |
| Gambar 4.19 Elemen Visual 2 | 94 |
| Gambar 4.20 <i>Photography</i> | 94 |
| Gambar 4.21 <i>Grid System</i> | 95 |
| Gambar 4.22 <i>Cover</i> Desain Terpilih..... | 96 |



© 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

| | |
|---|-----|
| Gambar 4.23 Halaman Daftar Isi | 96 |
| Gambar 4.24 Halaman Kemenangan | 97 |
| Gambar 4.25 Halaman Testimoni | 98 |
| Gambar 4.26 Desain <i>Pocket Card</i> | 99 |
| Gambar 4.27 Desain <i>Note Book</i> | 100 |
| Gambar 4.28 Desain <i>Id Card</i> | 101 |





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel

| | |
|--|----|
| Tabel 2.1 Warna & Kepribadian Seseorang..... | 35 |
| Tabel 2.2 Makna Symbolis Warna..... | 36 |
| Tabel 3.1 Matriks SWOT..... | 66 |
| Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i> | 68 |
| Tabel 4.1 <i>Key Visual</i> | 74 |





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Tugas Akhir

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Lampiran 3 Resume





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

Setiap perusahaan pastinya selalu berusaha meraih kepercayaan publik, terutama dari *target audience* mereka. Kepercayaan publik terhadap suatu organisasi atau perusahaan selalu berkaitan erat dengan apa yang disebut sebagai citra perusahaan. Dalam pemahamannya, citra perusahaan merupakan suatu kesan atau pemikiran yang muncul dalam masyarakat terhadap sebuah perusahaan, yang mana proses terbentuknya itu melalui pengetahuan serta pengalaman pribadi mereka. Citra positif sebuah perusahaan yang melekat pada masyarakat dapat berdampak baik bagi perusahaan, tingkat *awareness* yang tinggi akan terbentuk dan hal tersebut dapat memudahkan perusahaan dalam menjalankan kegiatannya, baik itu perusahaan yang terkait dengan produk ataupun jasa. Menurut Marcia & Messner (dalam Fahri, 2016), salah satu hal yang dapat dilakukan dalam membangun citra positif dari sebuah perusahaan adalah dengan memberikan informasi yang benar dan transparan terhadap publik ataupun *target audience* dari perusahaan tersebut.

Dalam mewujudkan terbangunnya citra positif tersebut, perusahaan membutuhkan suatu media yang dapat menampung informasi secara jelas dan memiliki kesan yang kredibel. Menurut Rachmat Kriyantono (dalam Liem, 2015), sebuah buku yang disebut sebagai *company profile* merupakan suatu media yang mampu mempresentasikan sebuah perusahaan ataupun organisasi, di mana media ini berisi gambaran umum dari perusahaan, namun setiap perusahaan dapat memilih informasi apa saja yang memang ingin ditampilkan kepada publik. Tidak jarang ketika banyak perusahaan membuat sebuah *company profile* yang ditujukan pada satu *target audience* khusus, hal ini bertujuan untuk memaksimalkan pesan yang ingin disampaikan, serta memperbesar tercapainya tujuan dari pembuatan media tersebut. Pada dasarnya *company profile* memiliki tujuan untuk mendekatkan perusahaan dengan *target audience* ataupun target potensial dari sebuah perusahaan. Selain itu, media ini juga memiliki beberapa fungsi ataupun kelebihan



© 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

lain, seperti sebagai representasi perusahaan di hadapan masyarakat, lalu *company profile* juga dapat digunakan sebagai pelengkap dari komunikasi lisan yang mana dengan adanya media ini dapat memperbesar kemungkinan tercapainya sebuah *mutual understanding*, dan yang tidak kalah penting juga *company profile* dapat membangun serta meningkatkan citra dari sebuah perusahaan jika dia dirancang secara menarik, jelas, dan tepat dalam menggambarkan *image* dari perusahaan.

Change.org merupakan sebuah *digital platform* berupa situs web petisi yang dioperasikan oleh Change.org, Inc., sebuah perusahaan bersertifikat B Amerika yang memiliki tujuan utama untuk menjadi sebuah wadah yang memberdayakan siapapun, dimanapun untuk memenangkan kampanye-kampanye sosial, yang mana berbentuk petisi-petisi. Pada Juni tahun 2012 Change.org membuka perwakilan di Indonesia dengan menawarkan kerja sama dengan Usman Hamid dan Arief Aziz di Jakarta. Selain karena Indonesia merupakan negara demokratis yang cukup besar di Asia, pertimbangan untuk membuka perwakilan Change.org di Indonesia juga dipengaruhi oleh tingginya pengguna internet di Indonesia, terlebih dalam penggunaan media sosial. Karena itu, kemudian Change.org memanfaatkan kondisi sosial tersebut dan menyediakan bahasa Indonesia di halaman websitenya.

Berdasarkan *House of Infographics* yang menangani visual dari data akhir tahun Change.org Indonesia pada tahun 2017, dari sekitar 300-an petisi yang dibuat setiap tahunnya di *platform* Change.org Indonesia, hanya terdapat 4-9 petisi yang berhasil mengubah kebijakan atau menang jika menurut istilah Change.org. Terkait dengan data tersebut, dapat dikatakan jika persentase keberhasilan sebuah petisi untuk menang dalam *platform* Change.org terbilang belum cukup besar. Destrity menjelaskan dua hal yang mungkin mempengaruhi keberhasilan kampanye petisi *online* berdasar dari penelitian yang telah dia lakukan, yang pertama keaktifan penggerak petisi dalam melakukan eskalasi petisi *online* melalui aktivitas advokasi kebijakan lain, dan yang selanjutnya bergantung juga dengan penerimaan respon positif dari pembuat kebijakan (atau biasa disebut juga *decision makers* pada Change.org) terhadap tuntutan petisi (dalam Manzil, 2018).

Berdasar dari hasil wawancara dengan *Campaign Manager* di Change.org Indonesia, sejak berdiri di tahun 2012, Change.org Indonesia belum memiliki



© 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

sebuah media khusus penyebar informasi yang dapat digunakan untuk mempresentasikan organisasi kepada berbagai pihak untuk menjalin kerja sama ataupun menciptakan sebuah citra yang dapat membangun *awareness* dari *audience* yang dituju. Selama ini media yang digunakan masih berupa *slide* presentasi dengan informasi yang belum lengkap serta visualisasi yang terbatas. Hal ini berpengaruh terhadap kelancaran pembentukan citra Change.org Indonesia, serta tingkat *awareness* dari *target audience* mereka seperti salah satunya yaitu pembuat kebijakan atau *decision makers*. Sebenarnya, Change.org Indonesia menginginkan adanya citra positif yang tumbuh dalam masyarakat ataupun *target audience* terhadap *brand*-nya. Lagi menurut *Campaign Manager* dari Change.org Indonesia, citra yang diharapkan itu berupa Change.org Indonesia yang terlihat lebih terbuka. Maksudnya, *platform* ini selalu terbuka untuk menjembatani dialog antara pembuat kebijakan (*decision makers*) dengan pembuat petisi, seperti contohnya antara pemerintah dan masyarakatnya ataupun antara perusahaan dengan konsumennya. *Platform* ini juga diharapkan memiliki kesan sebagai *platform* yang terbuka untuk siapa saja yang mau membuat perubahan, bukan hanya untuk orang ataupun kelompok tertentu. Dan yang terakhir, terbuka yang dimaksudkan ini adalah terbuka untuk melakukan upaya dalam mencari solusi bersama dari setiap permasalahan yang ada.

Berkaitan dengan penjelasan yang ada, penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang dihadapi dengan cara merancang *company profile* dan beberapa media pendukung lainnya sehingga dapat membantu Change.org Indonesia dalam menjalin kerja sama dengan organisasi, instansi pemerintahan atau perusahaan lain dan juga untuk meningkatkan citra Change.org Indonesia yang lebih terbuka serta *awareness* dari *target audience* yang dituju. Oleh karena itu, penulisan tugas akhir ini berjudul “Perancangan *Company Profile* Change.org Indonesia”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut di atas, maka rumusan masalahnya adalah bagaimana merancang *Company Profile* Change.org Indonesia?



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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini, ditentukan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

1. Proses perancangan *company profile* Change.org Indonesia.
2. Penerapan teori-teori yang mendukung perancangan *company profile* Change.org Indonesia.
3. Penerapan media pendukung kegiatan penyebaran informasi Change.org Indonesia.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Dalam penyusunan tugas akhir ini, ditentukan tujuan dan manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Tujuan
Adapun tujuan dari penulisan Laporan Tugas Akhir ini adalah sebagai berikut:
 - a. Menjelaskan proses perancangan *company profile* Change.org Indonesia.
 - b. Menjelaskan penerapan teori desain grafis yang mendukung proses perancangan *company profile* Change.org Indonesia.
 - c. Menjelaskan penerapan media pendukung seperti *Pocket Card, Small Note Book, dan Id Card.*

2. Manfaat

Adapun manfaat perancangan *company profile* ini adalah sebagai berikut:

- a. Manfaat bagi perusahaan
Perancangan *company profile* ini bertujuan agar Change.org Indonesia memiliki sebuah media yang dapat memberikan informasi tentang Change.org Indonesia itu sendiri, agar para target audiens seperti *decision makers* (berupa instansi/organisasi/tokoh, dan lainnya) yang merupakan sosok penting dalam memenangkan sebuah petisi pada *platform* dapat mengenal secara lebih tepat Change.org Indonesia dan



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

mampu membangun serta meningkatkan citra positif yang berupa kesan Change.org Indonesia yang lebih terbuka, rasa kepercayaan, serta *awareness* yang nantinya dapat membantu sebuah petisi untuk menang.

b. Manfaat bagi akademis

Adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi dalam hal menjadi sumber referensi untuk penelitian terkait perancangan *company profile* yang ditujukan untuk membangun ataupun meningkatkan citra positif serta *awareness* dari sebuah perusahaan.

c. Manfaat bagi masyarakat umum

Penelitian terkait perancangan *company profile* Change.org Indonesia ini diharapkan dapat membantu masyarakat untuk dapat mengenal dan mengetahui secara tepat tentang Change.org Indonesia. Sehingga masyarakat memiliki *awareness* dan dapat lebih percaya terhadap Change.org Indonesia sehingga dapat terjalinnya sebuah hubungan yang baik.

1.5 Sistematika Penyusunan

Untuk mempermudah prosesnya, penyusunan penulisan tugas akhir ini disusun secara sistematis dan terinci. Didalamnya terdapat 5 (lima) bagian yang antar bagiannya memiliki satu kesatuan dalam proses penyusunannya, sehingga pembaca dapat dengan mudah memahami isi dari penulisan tugas akhir ini.

Adapun sistematika penyusunan penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjabarkan mengenai Latar Belakang Perancangan *Company Profile* pada Change.org Indonesia, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat, serta Sistematika Penyusunan dari penulisan tugas akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisi tentang teori-teori yang dipakai untuk mendukung tema dalam perancangan tugas akhir. Landasan perancangan dijelaskan

dengan membahas studi desain grafis berupa teori *Branding, Company Profile, Layout*, dan Metode Riset Desain.

BAB III METODE PERANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang metode riset desain, metode pengumpulan data, dan selain itu juga menjelaskan tentang *profile* perusahaan, hasil riset, analisis data riset serta arahan kreatif.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada bab ini berisi tentang pembahasan mengenai visualisasi konsep perancangan *company profile* Change.org Indonesia, yang menjelaskan tentang penentuan konsep visual, proses desain, hasil akhir desain, media pendukung desain serta pertimbangan produksi.

BAB V PENUTUP

Bab terakhir berisi tentang kesimpulan dan saran yang diperoleh terkait desain perancangan *company profile* Change.org

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

4.1 Simpulan

Company profile merupakan media yang dapat dimanfaatkan oleh suatu perusahaan dalam upayanya meningkatkan kepercayaan publik dan *awarness*, serta dalam membangun suatu citra terhadap *target audience*-nya. Berdasarkan proses yang telah dilakukan selama perancangan, pencarian serta pengumpulan data sangat penting dan dibutuhkan dalam mendukung kelancaran perancangan sebuah *company profile*. Baik itu pengumpulan data lewat wawancara, studi literatur, sampai ke observasi, semuanya sangat berpengaruh ke data penelitian yang akhirnya akan berujung pada konsep visual yang diangkat. Selain itu pada tahap terakhir setelah perancangan, melakukan sebuah *test* desain kepada *target audience* atau masyarakat luas dapat dilakukan untuk melakukan sebuah evaluasi desain dengan tujuan mencari tahu apakah desain yang telah dibuat sudah tepat sasaran atau belum. Selanjutnya dijabarkan beberapa kesimpulan lainnya dari perancangan ini:

1. Terkait dengan *company profile* Change.org Indonesia, konsep visual yang dirasa tepat muncul setelah didapatnya data lewat beberapa cara tadi, yaitu *minimalist* serta *modern* dengan kesan atau citra yang ingin ditampilkan itu terbuka. Dalam hal ini terbuka diwakilkan oleh tema yang dari hasil *brainstorming*, yaitu *transparent*. Konsep visual *minimalist* dan *modern* ditampilkan lewat pemilihan warna yang tidak banyak dan memvariasikannya lewat komposisi monoromatis, penggunaan tipografi *sans serif*, pemilihan ilustrasi dengan garis tipis, dan juga pemanfaatan *white space*. Setelah melakukan proses desain, ditemukan jika *transparent* tidak hanya dapat direpresentasikan lewat elemen visual saja, namun pemilihan material juga dapat mendukung konsep tersebut. Maka dari itu selain penggunaan elemen visual yang berupa garis tipis yang membentuk gelombang dan penyederhanaan bentuk lainnya, penggunaan material cetak seperti *kalkir paper* mampu menunjang tema *transparent* ini.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Dalam perancangan *company profile* Change.org Indonesia ini, telah dilakukan pemilihan konten yang tepat untuk *target audience*-nya, informasi yang diberikan juga adalah informasi yang sebenarnya dan transparan tanpa menutupi suatu hal. Hal itu dilakukan sebagai salah satu cara dalam membangun citra positif dari Change.org Indonesia. Selain itu, teori *layout* yang diterapkan terkait dengan elemen teks, visual, serta *invisible element* menjadi kunci untuk membuat rancangan *company profile* ini terlihat dinamis dan luas, yang mana hal tersebut mendukung tema yang diangkat. Pemberian ukuran ataupun warna yang berbeda dibanding elemen lain yang ada pada *layout*, digunakan untuk membentuk suatu *emphasis* pada sebuah halaman atau *spread*. Juga pemilihan warna utama yang tidak lebih dari 3 (tiga) membuat kesan yang nyaman di mata. Warna putih dipilih sebagai warna dominan selain warna merah yang merupakan *corporate color*, karena dapat menciptakan kesan ruang yang tampak lebih luas dan besar. Hal tersebut digunakan untuk mendukung citra yang diusung, yaitu citra terbuka. Selanjutnya, penerapan *sans serif* pada tipografi dan garis tipis pada elemen visual, membuat kesan yang sederhana (*minimalist*) dan tentu *modern*. Selain itu juga, penggunaan elemen foto dengan warna yang sebenarnya memberi kesan kredibel pada *company profile* ini.
3. Media turunan diperlukan dalam mendukung kegiatan perusahaan untuk membentuk sebuah citra positif bersama dengan media utamanya yang berupa *company profile*. Sebuah *pocket cards* yang bertema “How Change.org Works?” menjadi salah satu media turunan yang dibuat, karena bentuknya yang kecil dan mudah disimpan, media ini dapat menjadi alternatif *target audience* yang belum sempat membaca keseluruhan dari *company profile* untuk terlebih dahulu sedikit mengenal tentang Change.org Indonesia. Selain itu *small note book* juga dibuat sebagai buah tangan dari Change.org Indonesia, yang dapat diberikan kepada mitra ataupun *target audience* untuk dapat mereka gunakan secara pribadi. Dengan adanya *note book* ini di sekitar mereka, diharapkan dapat membuat Change.org Indonesia selalu teringat.

Dan yang terakhir *id card*, media ini diperlukan sebagai tanda pengenalan pegawai perusahaan.

4.2 Saran

Dari penelitian yang telah dilakukan, *company profile* dapat menjadi salah satu media untuk membangun citra perusahaan. Dalam kaitannya dengan itu diperlukan konsep yang kuat dan dapat dekat dengan *target audience* yang dituju. Namun dalam prosesnya, terdapat beberapa kendala untuk menjangkau para *target audience* ini untuk mengumpulkan data penunjang perancangan. Lewat kendala ini, peneliti menyarankan dalam penelitian berikutnya agar tetap mencari alternatif pengumpulan data lain atau mengubah target wawancara dengan catatan, target wawancara atau narasumber memiliki keterkaitan dengan *target audience* yang dituju. Pengumpulan data yang baik dan tepat nantinya akan memudahkan jalannya penelitian hingga ke perancangan. Selain itu, saat melakukan *test* desain untuk melakukan evaluasi, baiknya dilakukan pada *target audience* dari desain. Jumlah dari responden juga harus dipikirkan untuk dapat memperkuat hasil dari *test* tersebut, pastikan jumlahnya tidak sedikit agar hasil dari *test* tersebut mampu menjadi perwakilan jawaban dari *target audience* yang dituju.

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

- Adilah, N. (2017). Perbedaan Hasil Belajar IPA melalui Penerapan Metode Mind Map dengan Metode Ceramah. *Indonesian Journal of Primary Education*.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Anggriani, V. (2021). Perancangan Corporate Identity PT. Dolan Kreasi Indonesia. *Kemadha*.
- Cherry, Kendra (2021). *The Color Psychology of White*. www.verywellmind.com.
- Hananto, B. A. (2018). Melihat Keseimbangan Visual dalam Tipografi (Studi Kasus Karya Desain Logotype Pada Mata Kuliah Tipografi Dasar). *Jurnal Titik Imaji*.
- Khasanah, N. (2019). Pengembangan Media Moodboard Pada Mata Kuliah Desain Busana Lanjut Prodi Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Semarang.
- Liem, R., Erandaru, & Sutanto, R. P. (2015). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*.
- Manzil, N. S. (2018). Pengaruh Keterbukaan Struktur Peluang Media Petisi Online Change.org terhadap Keberhasilan Penggagas Petisi Melancarkan Protes kepada Pembuat Kebijakan.
- Mubarok, K. I., Supatmo, & Nugrahani, R. (2019). Perancangan Multimedia Interaktif Company Profile Dan Katalog Produk Sebagai Media Promosi Zie Batik Semarang. *Arty: Jurnal Seni Rupa*.
- Murti, B. N. (2016). Rancang Bangun Company Profile Berbasis Web Untuk Efisiensi Penyajian Informasi Pada SMA Antartika Sidoarjo.
- Poulin, R. (2017). *Design School: Layout: A Practical Guide for Students and Designers*. Beverly: Rockport Publishers.

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

- Prasetyo, B. D., & Febriani, N. S. (2020). *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Prasiska, Y. V., Pertiwi, B., Nabila, Y. R., Indah, K., & Safitri, D. (2017). CSR Dan Citra Perusahaan. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi (JBE)*.
- Pratama, R. J., & Yasa, I. N. (2020). Perancangan Buku Ilustrasi Sebagai Media Informasi Tentang Stres. *SASAK: DESAIN VISUAL DAN KOMUNIKASI*.
- Rahmadanty, A. A. (2020). Perancangan Company Profile CV. Pola Raya Studio.
- Razi, A. A., Mutiaz, I. R., & Setiawan, P. (2018). Penerapan Metode Design Thinking pada Model Perancangan UI/UX Aplikasi Penanganan Laporan Kehilangan dan Temuan Barang Tercecer. *Demandia*.
- Rustan, S. (2014). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Salam, S. (2017). *Seni Ilustrasi*. Makassar: Badan Penerbit UNM Universitas Negeri Makassar.
- Setiady, G. V. (2019). Perancangan Buku Ilustrasi Pedoman untuk Ilustrator Buku Cerita Anak.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swasty, W. (2017). *Serba Serbi Warna Penerapan pada Desain*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Valentino, D. E. (2019). Pengantar Tipografi. *Jurnal TEMATIK*.



LAMPIRAN

Lembar Bimbingan dengan Pembimbing I

| LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR | | | |
|---|---|--|---|
| PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS | | | |
| JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN | | | |
| POLITEKNIK NEGERI JAKARTA | | | |
| NAMA MAHASISWA | James | | |
| NAMA PEMBIMBING | Rian Dwi Antoro S.Ds., M.Sn | | |
| JUDUL TUGAS AKHIR | Perancangan <i>Company Profile</i> Change.org 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 | Senin, 29 Maret 2021 | Review Outline - Bagian Latar Belakang dan Tujuan belum terlalu fokus. - Data pendukung masih kurang. | - Revisi langsung di BAB I - Memfokuskan Latar Belakang dan Tujuan dari perancangan. - Mencari data tambahan yang dapat mendukung Latar Belakang masalah yang ada. |
| 2 | Minggu, 11 April 2021 | BAB I - Bagian Latar Belakang, tidak perlu pakai teori yang disitasi. Ubah bentuk kalimat yang ada dengan kalimat berdasar pemahaman pribadi terkait teori yang diketahui. - Bagian Tujuan, cari tahu citra positif seperti apa yang ingin dibangun ataupun ditingkatkan dari adanya <i>company profile</i> yang akan dibuat. | - Menghilangkan bagian sitasi teori dengan menggantinya menggunakan kalimat yang berasal dari pemahaman pribadi terkait teori yang dibahas. - Melakukan wawancara lagi ataupun menghubungi klien terkait citra positif apa yang ingin dibangun ataupun ditingkatkan dari adanya <i>company profile</i> yang akan dibuat. |
| 3 | Minggu, 15 April 2021 | BAB I - Secara keseluruhan sudah okay. Masukkanya, mungkin untuk citra ini bisa ditambahkan selain terbuka, peduli, aktual, terpercaya, kredibilitas, integritas, independen, dll. - Bisa lanjut ke BAB II. | - Coba untuk mengusulkan dan mendiskusikan masukan yang terkait penambahan citra pada klien. - Lanjut penulisan BAB II. |
| 4 | Jumat, 30 April 2021 | BAB II - Ubah urutan dari kerangka teori dan mencari beberapa teori tambahan. | - Mengubah urutan kerangka teori dan melanjutkan ke BAB III |
| 5 | Sabtu, 8 Mei 2021 | Asistensi Pertanyaan Wawancara - Bisa menyesuaikan pertanyaan dengan contoh yang diberikan. | - Mereview ulang pertanyaan dengan referensi dari pembimbing. - Melakukan wawancara. |
| 6 | Senin, 10 Mei 2021 | - Adanya perubahan struktur dari kerangka teori di BAB II berdasar hasil rapat dosen. | - Mengubah struktur dari kerangka teori di BAB II. - Menambahkan beberapa teori baru yang diperlukan. - Menghapus beberapa teori yang tidak diperlukan lagi. |
| 7 | Sabtu, 15 Mei 2021 | - Dijelaskan lebih lanjut terkait penulisan BAB II dan BAB III. - Diarahkan untuk memperkuat BAB I dengan menggunakan hasil penelitian yang telah ada ataupun teori terkait. | - Melanjutkan penulisan BAB III. - Melakukan wawancara. - Menambahkan beberapa hal yang kurang pada BAB I dan BAB II. |
| 8 | Rabu, 19 Mei 2021 | - BAB I sudah okay. - BAB II bisa dilengkapi lebih lagi dengan gambar. - BAB III Pada bagian studi literasi, bisa disebutkan beberapa judul buku yang dijadikan landasan teori. | - Mengerjakan semua review dan melanjutkan dalam melengkapi proposal seminar tugas akhir. |
| *untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya | | | |

Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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



Hak Cipta :

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

Transkrip Wawancara

1. Wawancara dengan Arief Aziz selaku *Country Director* Change.org Indonesia.

Waktu wawancara : Senin, 10 Mei 2021

Lokasi wawancara : *Online*, lewat *Zoom Meeting*

James : Yang pertama itu aku ingin tahu apa sih sebenarnya yang ditawarkan dari Change.org Indonesia itu kepada penggunanya secara garis besar?

Mas Arief : Secara garis besar yang ditawarkan adalah bahwa siapapun dimanapun, selama dia memiliki akses internet dapat memulai dan membangun kampanyenya sendiri terhadap isu-isu yang mereka pedulikan dari, apa namanya.. di sini perangkat utamanya adalah petisi *online*

James : Nah, petisi ini itu dapat disebut sebagai produk dari Change ga sih mas?

Mas Arief : Maksudnya produk itu gimana?

James : Sejauh apa yang aku lihat kan Change itu menawarkannya lebih ke arah jasa ya mas, mulai dari membantu *petition starter* melakukan eskalasi petisi, atau audiensi dengan pembuat kebijakan. Tapi sebenarnya ada ga sih sesuatu yang dapat dikatakan sebagai produk dari Change.org?

Mas Arief : Bisa, bisa dibilang sebagai produk

James : Tapi mungkin yang membuat petisinya itu bukan Change ya mas?

Mas Arief : Iya, yang membuat petisi bukan Change

James : Nah ngomongin soal target audiens, siapa sebenarnya target yang dituju oleh Change mas?

Mas Arief : Kita tidak ada target audiens yang spesifik tapi yang jelas adalah orang-orang yang memang peduli terhadap atau paham terhadap isu sosial, nah dari sisi apa namanya, demografi hal tersebut ini ya beragam, ada yang tua banget ada yang muda banget, cewek dan cowok juga hampir sama kita lihat penggunanya, jadi kita persisnya sih nggak ada yang kita targetkan



© 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

hanya, orang-orang yang ingin membuat perubahan dan ingin melihat perubahan, itu

James : Mungkin secara demografi dan geografi itu umum, tapi secara psikografi itu yang ingin membuat perubahan ya mas?

Mas Arief : Iya betul

James : Nah ngomongin soal petisi, sejauh yang aku tahu kayanya cuma Change ya mas, sebenarnya ada ga sih *platform* lain atau perusahaan lain yang bergerak di bidang sama dan dapat dikatakan sebagai kompetitor dari Change?

Mas Arief : Sulit sebenarnya untuk menganalisa siapa persisnya kompetitor kita, karena juga banyak yang kita pikir kompetitor justru kita sering kolaborasi dengan mereka. Adapun satu situs petisi *online*, kalo gasalah namanya *petitionline.net* yang itupun kita gatau persisnya terkait legalitasnya dan di belakangnya siapa dan segala macam. Tapi kelihatannya tetep yang paling banyak digunakan adalah dari Change.

James : Jadi bisa dikatan kalau gaada kompetitor secara langsung ya mas?

Mas Arief : Iya bener, gaada kompetitor secara langsung. Adapun misalnya kaya Greenpeace atau WWF atau 350.org atau Amnesty gitu, Mereka membuat semacam halaman khusus untuk petisi dengan petisi yang mereka buat sendiri. Tetapi kan *main activity* mereka bukan di petisi ya, lebih ke advokasi ya. Kalau mau dihitung mungkin ada ya *platform* petisi dari luar negeri juga, tapi mungkin jarang dipakai disini.

James : Kelebihan dari Change.org Indonesia itu apa sih?

Mas Arief : Kelebihannya adalah bahwa kita kita menyerahkan, isu-isu yang dipedulikan atau isu-isu yang diadvokasikan itu kita serahkan kepada pengguna, dalam hal ini adalah masyarakat Indonesia itu sendiri, jadi bukan kita yang menentukan apa kira-kira isu-isu yang penting tetapi masyarakat bisa menentukan itu sendiri. Karena masyarakatlah yang paling tahu apa yang dibutuhkan atau apa perubahan-perubahan yang paling dibutuhkan. Itu satu kelebihan, kelebihan yang lain adalah bahwa kita memiliki staf secara lokal



© 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

gitu di Indonesia, yang bisa membantu pengguna-pengguna ini kemudian menyampaikan pesan-pesan mereka apakah itu ke publik, ke media, ke pengambil keputusan dan orang-orang lain. apalagi kelebihan kita ya, utamanya itu sih, dua itu sih.

James : Seberapa sering dan penting sih kerja sama yang dilakukan oleh Charge.org itu?

Mas Arief : Kalau kerja sama dalam arti yang luas, kita setiap hari selalu bekerja sama dengan penggagas petisi, dengan organisasi masyarakat sipil ya kan misalnya kalau itunya korupsi maka kita bekerjasama dengan ICW gitu namun begitu bukan tipe kerjasama yang ada kontrak kerjasama gitu kemudian ada transaksinya dan segala macam gitu ini ada hal-hal yang lebih seperti itu gitu yang mungkin kita lakukan beberapa event dan pernah kita kerja sama untuk melakukan survei dan segala macam itu biasanya adalah untuk, apa ya, untuk mencapai atau mendukung misi kita yang di luar dari petisi gitu, jadi misalnya isunya adalah isu mengenai perubahan iklim, pada saat itu kita melihat bahwa perubahan iklim belum banyak diketahui sama orang, maka mungkin sebelum kita bisa melihat banyak petisi di isu tersebut kita harus meningkatkan apa namanya awarness dari masyarakat terhadap isu perubahan iklim dan caranya adalah misalnya menggunakan survei, kita mengadakan event dan segala macam gitu sih

James : Kan kalau dari apa yang aku cari atau aku yang lihat di media sosial kayak banyak banget itu persepsi yang muncul di antar masyarakat tentang Change.org masih kasar banget itu, kayak belum terbentuk suatu kesatuan yang utuh gitu ya, ada yang bilang apa sih ngaruhnya sama masyarakat itu, tapi ada juga yang sebagian bilang ini emang bener kok membantu. Sebenarnya kalau menurut mas pribadi citra itu penting atau nggak dan citra apa yang memang sudah ada sebelumnya di Change?

Mas Arief : Penting banget, itu sangat penting dan penting untuk sebuah Citra itu persis merefleksikan kenyataan dari siapa kita, tidak lebih, tidak kurang. Kalau misalnya lebih kita gagal, kalau misalnya kurang kita pun juga gagal. tapi siapa sebenarnya Change.org? Itu perlu dicitrakan supaya orang,



© 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

nomor satu untuk tahu siapa kita dan kapan menggunakan petisi online, dan percaya bahwa memang petisi online itu bisa membantu dalam kampanye atau gerakan mereka. Nomor 2 penting untuk kita citrakan kisah-kisah sukses terhadap penggagas petisi yang udah berhasil menjalankan petisi mereka, bisa jadi banyak yang mendengarkan isi mereka tapi bisa juga berarti berarti bahwa ketika mereka menang. maka berhasil kita mau menjadi bagian dari sebuah siklus yang meningkatkan kepercayaan diri masyarakat bahwa people power itu efektif, bahwa kalau misalnya kita mau melihat perubahan kita harus mulai dari masyarakat, masyarakat lain harus bersuara. jadi itu dua alasan kenapa apa namanya Citra itu sangat penting nomor satu adalah supaya orang tahu siapa kita dan siapa yang bisa menggunakan kita dan confident dalam menggunakan kita tapi nomor dua yang lebih penting lagi supaya orang percaya diri terhadap kekuatan dari masyarakat itu sendiri.

2. Wawancara dengan Dhenok Pratiwi selaku *Campaign Manager* Change.org Indonesia.

Waktu wawancara : Senin, 10 Mei 2021

Lokasi wawancara : *Online, lewat Zoom Meeting*

James : Sebenarnya apa sih yang ditawarkan dari platform change.org itu kepada pengguna?

Kak Dhenok : Jadi yang kami tawarkan itu adalah sebuah platform yang bisa digunakan siapa saja dengan gratis itu untuk menggalang dukungan atas kampanye-kampanye sosial yang ingin mereka lakukan gitu, jadi intinya kita menghubungkan antara salah satu penggagas petisi dengan calon-calon pendukungnya mereka, dan juga kita menghubungkan antara penggagas petisi dengan pendukungnya dengan target petisi atau kegiatan namanya atau decision makers atau pengambil keputusan

James : Sebenarnya target audience dari change.org itu siapa kak?

Kak Dhenok : target audience kita sih Semua orang sih. Jadi kita percaya kalau demokrasi itu bisa berjalan ketika diikuti oleh seluruh masyarakat



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

sebagai partisipannya. Jadi kita bukan menganggap apa ya, kalau mungkin orang-orang menganggap petisi itu kayak mencari musuh dengan decision makers, atau sebenarnya decision makers tuh di sini nggak, kita membuka ruang dialog kita membuka ruang komunikasi sehingga suara masyarakat bisa didengar oleh para pengambil keputusan begitu juga sebaliknya suara pengambil keputusan itu juga didengar oleh masyarakat sehingga terjadi proses kompromi, komunikasi atau ya mereka saling memahami kondisi satu sama lain.

James : Audiensi menjadi salah satu hal yang ditawarkan dari change.org ya kak?

Kak Dhenok : Jadi proses berkomunikasi kita itu ada berbagai macam cara, yang pertama dari fitur platform kita sendiri jadi kalau orang memasukkan email decision makers di dalam petisinya maka setiap ada orang yang mendukung petisi tersebut akan sampai ke emailnya si decision makersnya ini. Jadi komunikasi melalui berbagai platform, ada juga kita melalui media sosial kita, kita membuat konten terus kita take decision maker kita, terus akhirnya terhubung komunikasinya. selain itu kita juga melalui media, kita mengadakan konferensi pers atau mengirim press release ke media tentang petisi tersebut sehingga kemudian didengar juga oleh pengambil keputusan yang membaca media tersebut. Atau ada lagi jalur lamanya petisi delivery atau audiensi, kita bertemu secara langsung baik melalui online atau offline berdialog langsung dengan decision makers untuk mencari kesepahaman dan kesepakatan.

James : Standart petisi dikatakan besar seperti apa? Apakah petisi dapat dikatakan sebagai sebuah produk dari change.org?

Kak Dhenok : Kalau dikatakan besar itu tergantung, karena kalau dilihat dari persentase jumlah pengguna change.org dengan jumlah rakyat Indonesia secara keseluruhan itu mungkin tidak begitu banyak karena yang bisa mengakses internet pertama, kedua mengerti caranya menggunakan platform atau apa atau media social yang terbiasa gitu, atau yang ketiga orang-orang yang aktif bersuara. Ada juga orang yang misalnya tahu change.org itu apa,



© 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

Terus apa namanya aktif internet juga gitu, tapi mereka ya diem aja nggak mau bersuara, tidak akan menjadi bangunan change.org itu.

Nah, produk kita itu sebenarnya bukan cuman petisi, jadi petisi itu adalah tools tapi tim change.org ada campaigners dan sebagainya Itu membantu untuk memfasilitasi si penggagas petisi ini agar bisa didengar agar suaranya bisa besar dukungannya bias besar. Selain melalui petisi, kami juga membantu hanya untuk membuat acara gitu misalnya event apa ya, misalnya ada event nonton bareng tentang paus, tentang penyelamatan paus. Awareness itu harus selalu dibangun, kita harus mencari cara beyond petition gimana caranya biar isu-isu yang diangkat oleh para penggagas dari sebuah petisi bisa didengar lebih banyak orang lagi gitu.

James : Ada perusahaan lain yang bisa dikategorikan sebagai kompetitor?

Kak Dhenok : Kalau di Indonesia itu ada kalau nggak salah itu ada petitionline.net, sekarang ga tau masih ada atau enggak tapi itu mereka hadir setelah kita. Kalau di luar negeri itu ada Avast, tetapi beda sih kalau gini kalau change itu kan kita lebih ke platform “open platform” jadi yang menggagas petisi itu adalah orang lain kita hanya memfasilitasi kalau Avast itu mereka yang membuat petisinya gitu, mereka yang membuat kampanye-kampanye kalau tim change.org kita nggak bisa membuat kampanye itu, bukan kita yang berkampanye tapi kita membantu orang lain untuk menggalang dukungan atas kampanye sosial mereka gitu. Terus kalau di Indonesia yang punya produk petisi juga ada greenpeace, ada amnesty. Brand Association change.org udah kuat banget.

James : Kelebihan dari change.org itu dapat dikatakan luas ya jangkauannya?

Kak Dhenok : Nah jangkauannya luas karena siapa saja bisa buat petisi dan tidak dibatasi. Tadi aku bilang di awal jika dibandingkan dengan jumlah penduduk indonesia, secara keseluruhan kecil dibanding dengan organisasi atau perkumpulan pemainnya petisi lainnya itu kita sangat besar itu terus kita juga karena kita open platform jadi setiap orang mudah untuk membuat petisi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

itu bisa jadi kelebihan atau kekurangan itu dua sisi mata uang jadi kayak saking mudahnya bikin petisi maka kamu akan menemukan petisi petisi yang receh itu yang nggak penting gitu kan tapi di sisi lain itu adalah memang semangat demokrasi gitu Jadi tidak ada batasan orang untuk untuk tidak bisa membuat petisi.

3. Wawancara dengan Adi selaku Subkoordinator Media dan Publikasi dan Plt Subkoordinator Komunikasi Pers Biro Humas dan Kerjasama Luar Negeri dari Kementerian Kelautan dan Perikanan Republik Indonesia yang mewakili *Decision Makers* (Pembuat Kebijakan).

Waktu wawancara : Senin, 18 Mei 2021

Lokasi wawancara : *Online*, lewat *WhatsApp*

James : Apa yang mas ketahui tentang Change.org Indonesia?

Mas Adi : Change.org merupakan sebuah bentuk partisipasi publik masa secara masif untuk memberikan opini, tanggapan, masukan yang sifatnya teknis, dan berhubungan dengan hajat orang banyak. Change.org itu memberi suatu wadah untuk berkumpul bagi orang-orang yang memiliki ketidakpuasan terhadap para pembuat kebijakan.

James : Apa pendapat mas terkait petisi-petisi yang ditujukan kepada para pembuat kebijakan?

Mas Adi : Sah-sah saja, Undang-Undang mengakomodir kebebasan berpendapat. Tidak dilarang, dan tidak menyalahi aturan. Pertanyaannya kan apakah petisi tersebut akan memberi efek? Apakah petisi tersebut mewakili warga Indonesia? Sebagai salah satu bagian dari pembuat kebijakan, hal terkait ini tidak mudah, banyak yang dipertimbangkan, setiap keputusan yang dibuat selalu berdasar skala prioritas dan di dalam berbagai keterbatasan, serta tidak akan bisa memuaskan seluruh pihak.

James : Apakah mas mengetahui jika ada petisi yang ditujukan pada instansi tempat mas menjabat?



© 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

Mas Adi : Tau, Change.org Indonesia yang masif di media sosial ditangkap oleh *engine media monitoring*. Terkait dengan tuntutan petisi, semua itu ada prosedur dan dapat dilakukan secara tepat lewat prosedur tersebut.

James : Menurut mas apa kelebihan atau kekurangan dari *platform* petisi online Change.org Indonesia ini?

Mas Adi : Change.org Indonesia itu harus diapresiasi dengan banyaknya isu ataupun kasus petisi yang berhasil dimenangkan dan memberi harapan dalam membuat perubahan baik dalam masyarakat.

James : Sejauh ini kesan atau citra seperti apa yang muncul dalam pikiran mas terkait dengan Change.org Indonesia?

Mas Adi : Menuju atau berubah ke hal yang positif, yang lebih baik, cepat terkait dengan media digital.

James : Apa pendapat mas tentang *company profile*, menurut mas apakah penting jika sebuah perusahaan memilikinya? Apa alasannya?

Mas Adi : Penting, karena untuk memastikan profil dari perusahaan dapat dijangkau oleh masyarakat secara masif, benar, positif, Yang nantinya dapat mewujudkan tujuan dari sebuah perusahaan atau organisasi.

James : Seperti apa tampilan dari *company profile* Change.org Indonesia yang mas harapkan?

Mas Adi : Mungkin lebih kepada visual yang konsisten dan mampu menggambarkan citra ataupun tujuan dari perusahaan itu sendiri.

James : Terkait konten ataupun isinya, apa kiranya yang ingin mas lihat di dalam *company profile* dari Change.org Indonesia?

Mas Adi : Konten yang menyajikan bahan yang dapat merepresentasikan perusahaan. Lebih ke tujuan, semangat, concern, langkah-langkah taktis yang akan dilakukan, serta capaian-capaian yang telah didapat untuk memberi semangat serta legitimasi jika Change.org sudah dipandang oke karena telah melakukan hal-hal yang baik.



© 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. Wawancara dengan Diki Rafiki dari Lembaga Bantuan Hukum Padang yang mewakili *Petition Starters* (Penggagas Petisi).

Waktu wawancara : Senin, 20 Mei 2021

Lokasi wawancara : *Online*, lewat *WhatsApp*

James : Yang pertama itu, darimana awalnya mas mengetahui tentang Change.org Indonesia? Dan sejak kapan?

Mas Diki : Saya mengetahui dari *website*, mengenal change ini sudah semenjak kuliah pada tahun 2017an kalau g salah.

Mas Diki : Lalu berjalannya waktu saya masuk ke lbh padang, yang fokus untuk melakukan advokasi hak asasi manusia, selain itu advokasi ini penting berkolaborasi.

Mas Diki : Nah salahsatunya dengan change.

Mas Diki : Awal saya memakai change untuk advokasi di saat advokasi dr romi pada tahun 2019. Dan hasilnya cukup lumayan bagus dan di akhiri dengan kemenangan

James : Sudah cukup lama berarti ya mas untuk tahu soal change.org ini

James : Lalu dalam melakukan advokasi lewat petisi di change.org ini bagaimana *support* yang diberikan oleh tim Change.org Indonesia kepada para pembuat petisi seperti mas?

Mas Diki : *Support* yang di berikan oleh tim change.org cukup bagus, dimana petisi yang saya buat selalu dibantu oleh tim baik mbak dhenok dan mbak orin. Dibantunya dalam mengubah kata-kata hingga langkah advokasinya

James : Berapa banyak jumlah petisi yang pernah mas buat di *platform* Change.org?

Mas Diki : Petisi yang sudah saya buat ada 6 buah (petisi soal dr. Romi, kasus smb, era, pltu, alde, dan bung).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

James : Menurut mas apa kelebihan dan juga kekurangan dari Change.org Indonesia? (Baik dari *platform* dan tim yang ada atau berdasar pengalaman mas)

Mas Diki : Kelebihannya tim *change* cukup aktif mendiskusikan konten dan strategi bersama pembuat petisi. Kekurangannya terkadang *website* eror dan membuat petisi agak sulit.

James : Kalau disimpulkan dengan pengalaman mas selama ini, kesan atau citra apa yang muncul dalam pikiran mas terkait dengan Change.org Indonesia?

Mas Diki : Citra yang saya rasakan terkait *change*, yakni sebuah media advokasi yang bergerak di jalur khusus (*petisi*). Setiap melakukan atau mau membuat petisi kerangka fikir orang pasti menuju ke *change*.

James : Apa pendapat mas tentang *company profile*, menurut mas apakah penting jika sebuah perusahaan memilikinya? Apa alasannya?

Mas Diki : Penting sih, dikarenakan sebagai informasi awal dari perusahaan untuk bagi orang orang untuk melihatnya.

James : Seperti apa tampilan dari buku *company profile* Change.org Indonesia yang mas harapkan? (Bisa berdasar selera desain mas pribadi)

Mas Diki : Dinamis dan *powerfull*.

James : Terkait konten ataupun isinya, apa kiranya yang ingin mas lihat di dalam buku *company profile* dari Change.org Indonesia?

Mas Diki : Saya terkait dengan cara kerjanya. Hehe

James : Waah baik mas. Terima kasih banyak ya mas sudah bersedia membantu saya. Maaf jika sudah merepotkan mas

5. Wawancara dengan Siti Mazumah dari Lembaga Bantuan Hukum Asosiasi Perempuan Indonesia untuk Keadilan (Apik) yang mewakili *Petition Starters* (Penggagas Petisi).

Waktu wawancara : Senin, 17 Mei 2021

Lokasi wawancara : *Online*, lewat *WhatsApp*



© 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

James : Sebelumnya darimana awalnya mbak mengetahui tentang Change.org Indonesia? Dan sejak kapan?

Mbak Zuma : Dari 2014

James : Apakah mbak mengetahui ada *platform* lain yang serupa dengan Change.org? (Terkait platform petisi online)

Mbak Zuma : Ada tp tidak begitu paham

James : Lalu apa yang membuat mbak memutuskan untuk menggunakan *platform* Change.org?

Mbak Zuma : Karena change.org sudah membantu banyak kasus untuk mendapatkan dukungan publik secara luas dan ditujukan pada pihak yg menjadi tujuan kampanye secara langsung (aparatus penegak hukum, pemerintah, dll)

James : Berapa banyak jumlah petisi yang pernah mbak buat di platform Change.org?

Mbak Zuma : 3 kayaknya bisa lebih tp aku lupa, kasus anak korban ks yg dibebaskan pengadilan, kasus nuril bersama jaringan dan satu lagi kasus di pornografi

James : Apakah ada petisi yang berhasil menang? Berapa jumlahnya? Salah satunya terkait apa?

Mbak Zuma : ada, kasus anak yg jadi korban ks menang begitu juga untuk nuril

James : Bagaimana *support* yang diberikan oleh tim Change.org Indonesia kepada para pembuat petisi seperti mbak selama ini?

Mbak Zuma : Membantu mengedit narasi kampanye, buat kotak kardus, ngajarin buat petisi dan update, mendampingi penyerahan petisi

James : Menurut mbak apa kelebihan dan juga kekurangan dari Change.org Indonesia? (Baik dari platform dan tim yang ada)

Mbak Zuma : Sudah dikenal orang, gampang buat diakses, dan tim change bersedia bantu mengemas dg baik



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

James : Kalau disimpulkan dengan pengalaman mbak selama ini, kesan atau citra apa yang muncul dalam pikiran mbak terkait dengan Change.org Indonesia?

Mbak Zuma : Change banyak bantu kasus yg butuh perhatian dan dukungan publik, memudahkan kami dalam advokasi kasus

James : Apa pendapat mbak tentang *company profile*, menurut mbak apakah penting jika sebuah perusahaan memilikinya? Apa alasannya?

Mbak Zuma : Iya, karena itu adalah *brand* yg mewakili *company* kita

James : Seperti apa tampilan dari *company profile* Change.org Indonesia yang mbak harapkan? (Berdasar selera desain)

Mbak Zuma : Hahah ini aku g bisa jawab

James : Terkait konten ataupun isinya, apa kiranya yang ingin mbak lihat di dalam *company profile* dari Change.org Indonesia?

Mbak Zuma : Tampilan kampanye2 *urgent* yg harus kita dukung

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

Resume

CV

EDUCATION

College
Politeknik Negeri Jakarta
2017–Now

Senior High School
SMK N 40 Jakarta
2014–2017

Junior High School
SMP N 2 Bekasi
2011–2014

SKILL SET

Logo Design
Visual Branding
Social Media
Content Design
Digital Drawing
& Vector Illustration
Packaging Design

SOFTWARE

Adobe Photoshop (Advanced)
Adobe Illustrator (Intermediate)
Adobe InDesign (Intermediate)
Adobe Premiere (Beginner)
Adobe After Effect (Beginner)

EXPERIENCES

Brand Profile Designer
For "Popiro"
2019

I worked in a team, and I'm the leader on this great team. My responsibility are layouting, and help to handle photography and illustration.

Part Time Graphic Designer
In "Carmelita Catering"
2017–2019

I have a responsibility to make poster, banner, logo, and social media design for "Carmelita Catering" and the restaurant.

Graphic Designer
Intern at Change.org
Indonesia

2020–2021
I worked there as Graphic Designer that have responsibility in making digital contents and others.

Internship Program
In DISKOMINFOMAS
Pemprov DKI Jakarta
2016

I worked there as Graphic Designer that have responsibility in making poster, logo, character illustration, infographic, and many more.

CONTACT

Bekasi, Indonesia
 sihombingjames6@gmail.com
 +62 857 8122 6275

SOCIAL

@sihombingmes
 James Sihombing
 sihombingmes



Bekasi, January 6 th 1999

JAMES SIHOMBING

GRAPHIC DESIGNER

I do enjoy anything about design, especially in digital drawing. I can work in a team or individual well. I always try to expand my skills, knowledge, and build up good character. My role model of life are my parents, they had taught me how to be a committed person.

CV