



© 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

INTERNSHIP REPORT



TRANSLATION OF BRAND IDENTITY FROM INDONESIAN TO ENGLISH IN THE MAKING OF BRAND AND DESIGN GUIDELINES FOR NOBELIUM ASIA AND ACADEMIC LITERACY

ALYA CHAIRUNNISA

2308411005

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

**ENGLISH FOR BUSINESS AND PROFESSIONAL
COMMUNICATION**

BUSINESS ADMINISTRATION DEPARTMENT

DEPOK

2026



© 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

HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN

- a. Judul : Penerjemahan Brand Identity Dari Bahasa Indonesia Ke Bahasa Inggris Dalam Penyusunan Brand And Design Guideline Untuk Nobelium Asia Dan Academic Literacy
- b. Penyusun
 - 1) Nama Lengkap : Alya Chairunnisa
 - 2) NIM : 2308411005
- c. Program Studi : D4 - Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional
- d. Jurusan : Administrasi Niaga
- e. Waktu Pelaksanaan : 5 Januari – 30 April 2026
- f. Tempat Pelaksanaan : Nobelium Asia Pte. Ltd.

Dosen Pembimbing

Dr. Dra. Ina Sukaesih,

Dipl.TESOL.,M.M., M.Hum.

NIP. 196104121987032004

Depok, ... Juni 2026

Pembimbing Perusahaan

Rafli Syahrizal, S. Hum

NJK. 20240221

Mengesahkan,

Koordinator Program Studi

BISPRO

Farizka Humofungo, S.Pd., M.A.

NIP. 499103022023212042





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

PREFACE

All praise and gratitude be to Allah SWT for His mercy and blessings, which enabled the author to complete this internship report. The writing of this internship report is carried out to fulfill one of the graduation requirements in the 6th semester of the English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program at Jakarta State Polytechnic. The author realizes that without the help and guidance from various parties, it would have been very difficult to complete this Internship Report. Therefore, the author would like to express the deepest gratitude to:

1. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A., as the Coordinator of the English for Business and Professional Communication (BISPRO) Study Program.
2. Dr. Dra. Ina Sukaesih, Dipl.TESOL., M.M., M.Hum., as the academic advisor who has dedicated her time, energy, and thoughts to guide the author in writing this internship report, as well as for providing highly meaningful feedback.
3. Kak Rafli Syahrizal, as the company supervisor at Nobelium Asia Pte. Ltd., who has greatly assisted in providing valuable data, information, and experiences for the author during the internship at this company, especially in carrying out tasks related to the preparation of the Brand & Design Guidelines.
4. The author's parents and family, who have always provided moral and material support during the author's education process and the preparation of this report
5. The author's friends, who have always provided motivation and assistance in completing this report, both in the form of ideas and invaluable encouragement.

In the preparation of this internship report, the author realizes that there are still many shortcomings and areas that need to be improved. Therefore, the author highly expects constructive criticism and suggestions from the readers for future improvements



© 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

Depok, June 2026

Alya Chairunnisa





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

TABLE OF CONTENTS

COVER	i
APPROVAL PAGE OF INTERNSHIP REPORT	ii
PREFACE	iii
TABLE OF CONTENTS	v
CHAPTER I	1
INTRODUCTION	1
1.1 Background	1
1.2 Scope of Activities	4
1.3 Period and Location of the Internship	4
1.4 Objectives and Benefits	5
1.4.1 Objectives	5
1.4.2 Benefits	5
CHAPTER II	7
LITERATURE REVIEW	7
2.1 Translation in a Business Context	7
2.2. Brand Identity and Brand Consistency	8
2.3. Brand Voice dan Tone of Voice	9
2.4. Brand & Design Guideline	10
2.5. Localization and Content Adaptation in Multilingual Communication	11
2.6. Terminology Selection and Consistency in Translation	13
2.7. Multilingual Business Communication and Digital Marketing	14



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2.8. Consistency of Visual and Verbal Communication in Brands	15
CHAPTER III	17
IMPLEMENTATION RESULTS	17
3.1 Internship Work Unit	17
3.2 Description of Internship Activities	18
3.3 Description of the Translation Process	20
3.3.1 Preparation Stage	21
3.3.2 Translated Sections	21
3.3.3 Translation Principles Applied	33
3.4 Identification of Challenges Faced	35
3.4.1 Challenges in Task Execution	35
3.4.2 How to Overcome the Challenges	36
CHAPTER IV	39
CLOSING	39
4.1 Conclusion	39
4.2 Recommendations	40
4.2.1 For Nobelium Asia and Academic Literacy	40
4.2.2 For the Study Program	41
4.2.3 For Future Internship Students	41
REFERENCES	43
Appendixes	48



© 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

LIST OF FIGURES

Gambar 3.1.1 Nobelium Asia Organizational Structure 18





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

LIST OF TABLES

Table 3.1 Internship Activity Logbook	19
Table 3.3.2.1 Example of Nobelium Asia Brand Proposition Text	22
Table 3.3.2.2 Example of Academic Literacy Brand Proposition Text.....	23
Table 3.3.2.3 Example of Academic Literacy Brand Statement Text	24
Table 3.3.2.4 Example of Nobelium Asia Brand Statement Text.....	25
Table 3.3.2.5 Example of Nobelium Asia Brand Personality	26
Table 3.3.2.6 Example of Academic Literacy Brand Personality Text	27
Table 3.3.2.7 Example of Academic Literacy Logo & Identity Text	28
Table 3.3.2.8 Example of Nobelium Asia Logo & Identity Text	29
Table 3.3.2.9 Example of Academic Literacy Copywriting Text.....	31
Table 3.3.2.10 Example of Nobelium Asia Copywriting Text	32



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

CHAPTER I INTRODUCTION

1.1 Background

The Internship Program (Praktik Kerja Lapangan/PKL) is a form of learning that provides students with the opportunity to apply academic competencies in real work situations. Through the internship, students not only understand professional workflows but also develop business communication skills, teamwork abilities, time management, and precision in producing outputs directly used by the company. This experience is crucial because the professional world demands applicable skills, especially in producing communication documents and materials that are accurate, consistent, and tailored to the audience's needs. Therefore, the implementation of the internship is expected to serve as a bridge between campus learning and professional practice in the industry

The author conducted the Internship Program at Nobelium Asia Pte. Ltd. with a primary role in Digital Marketing. In this role, the author was involved in creating content for Academic Literacy's social media, which aimed to promote certification products, training, and learning resources in collaboration with the LSP Penulis dan Editor Profesional. Content creation activities included drafting captions, adapting promotional messages, and packaging information to be communicative and relevant to the target audience. In addition to these main duties, the author also occasionally received responsibilities outside of content creation, namely preparing the Brand & Design Guidelines and the Business Model Canvas for Nobelium Asia and Academic Literacy. These activities broadened the scope of the author's internship experience, as they were not only related to daily content production but also involved the preparation of strategic reference documents intended for long-term use.



© 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

In the practice of corporate marketing and communication, engaging content alone is not enough; companies need to maintain the consistency of their brand identity so that the messages conveyed are easily recognizable and build trust. A strong and consistent brand identity is key to a company's success in reaching a broader market in the modern business world. This consistency is evident in how the company introduces itself, chooses its words, builds its communication tone, and constructs its product narratives. To ensure this consistency, companies typically use guidelines such as Brand & Design Guidelines, which contain standards for the use of visual identity and communication directives. These guidelines help both internal teams and external parties (such as designers or content creators) to produce communication materials that align with the brand's character. At Nobelium Asia and Academic Literacy, the need for these guidelines becomes increasingly important because communication is conducted in two languages, namely Indonesian and English, meaning the risk of message and terminology inconsistency tends to be higher.

Challenges arise when a brand identity initially formed in Indonesian needs to be conveyed in English. Differences in language structure, word choice, levels of formality, and expressive habits can make the same message feel different to the audience. In this context, translation cannot be understood merely as a word-for-word transfer, but rather as a process of preserving communication goals, tone, and brand character to maintain 'one voice' in the target language. A good translation in the context of business communication also needs to consider readability, clarity of instructions, and appropriate terminology so that the guideline document is easy to use as a working reference. In general, effective translation is oriented towards achieving communication functions and its impact on the target readers (Munday, 2016). This is relevant because the Brand & Design Guidelines are not merely informative texts, but standard documents that influence the overall quality of brand communication



© 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

The topic of translating brand identity was chosen because it has a strong correlation with the competencies of the English for Business and Professional Communication (Bispro) Study Program, specifically in the aspects of translation, interpreting (in the context of professional communication), editing, and the production of business texts. The preparation of the Brand & Design Guidelines demands the ability to select appropriate term equivalents, maintain terminology consistency, construct clear and concise sentences, and adapt the language style to suit the target audience. This process is directly related to editing skills because every section of the guideline must be neat, easily understood, and free from multiple interpretations. Furthermore, because the guideline is used for brand communication needs, the author must apply business communication principles such as message accuracy, professionalism, and alignment with the image the company intends to build. Thus, the translation work in the preparation of the guideline serves as a concrete example of the application of Bispro competencies in the industrial environment.

Based on this context, this internship report discusses the process of translating brand identity from Indonesian to English in the preparation of the Brand & Design Guidelines for Nobelium Asia and Academic Literacy. The discussion focuses on the activities the author carried out during the internship, including the adjustment of word choices and language styles, terminology consistency, and how the translation results are used as brand communication standards. This report is expected to illustrate the relevance of Bispro competencies in the professional world, while also demonstrating the internship's contribution to the development of the author's professional skills in the fields of translation and business communication.



Hak Cipta :

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

1.2 Scope of Activities

During the implementation of the Internship Program at Nobelium Asia Pte. Ltd., the author was involved in various activities focusing on digital marketing and brand development. One of the main activities carried out was content creation for Academic Literacy's social media. The author was responsible for creating digital content, such as captions, images, and other visual materials, to promote certification products, training, and learning resources in collaboration with the LSP Penulis dan Editor Profesional.

In addition, the author was also involved in the creation of the bilingual Brand & Design Guidelines, which aimed to maintain the consistency of the company's brand identity in two languages, Indonesian and English. This process involved determining the brand voice, language style, and visual guidelines regarding the use of colors, typography, and logos

Furthermore, the author participated in the preparation of the Business Model Canvas (BMC) for Nobelium Asia and Academic Literacy, which is used to plan and visualize key elements in the company's business model, such as market segmentation, value propositions, distribution channels, and cost structures. The author was also given the opportunity to be involved in various additional tasks related to market research, competitor analysis, and the development of other promotional materials. Overall, the scope of these internship activities focused on the development and implementation of digital marketing strategies, the design of a consistent brand identity, and the preparation of strategic documents to support the company's growth in local and international markets.

1.3 Period and Location of the Internship

a. Internship Period



© 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

The Internship Program was carried out for four months, starting from January 5, 2026, to April 30, 2026, under a Work From Office (WFO) system from Monday to Friday, with working hours from 09.00 to 17.00 WIB

b. Internship Location

This internship was conducted at the Nobelium Asia Pte. Ltd. branch office in Indonesia, located at:

Institution Name : Nobelium Asia Pte. Ltd

Address : Perumahan Pesona Khayangan Blok DX No. 2,
Sukmajaya, Depok 16411

Website : nobelium.asia

1.4 Objectives and Benefits

1.4.1 Objectives

The objectives of this Internship Program are as follows:

- a. To provide the author with the opportunity to apply the knowledge gained during their studies, specifically in the fields of business communication, translation, and digital marketing.
- b. To help the author improve their skills in preparing bilingual Brand & Design Guidelines, creating content for social media, and designing a Business Model Canvas (BMC).
- c. To provide the author with deeper insights into the translation of brand identity from Indonesian to English, as well as how to maintain brand voice consistency across two languages.
- d. To deepen the author's understanding of implementing digital marketing in two languages to reach a broader audience.

1.4.2 Benefits

This Internship Program has several benefits, namely:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- a. Providing valuable hands-on experience in the industrial world for the author, as well as improving practical skills in digital marketing and translation for business communication.
- b. Introducing the author to a professional work environment relevant to their field of study, ensuring they are ready to compete in the professional world after graduation.
- c. Providing new experiences for the author in preparing bilingual brand guidelines and managing business communication projects in a professional environment.





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

CHAPTER IV CLOSING

4.1 Conclusion

The Internship conducted at Nobelium Asia and Academic Literacy during the period of January to April 2026 provided a meaningful experience in the field of translating brand identity texts from Indonesian to English. The main activity that became the focus of this report was the preparation of the Brand and Design Guidelines for two institutions simultaneously, namely Nobelium Asia and Academic Literacy, both of which were prepared in a bilingual format with Indonesian and English texts.

The translation process carried out covered five main sections of the document: Brand Proposition, Brand Statement, Brand Personality, Logo & Identity, and Copywriting. Through the execution of these five sections, it can be concluded that the translation of brand identity texts has different characteristics from the translation of general texts. Brand identity texts are not merely standard informative texts; every word choice within them is designed to build perception, convey values, and reflect the institution's personality. Therefore, the translation approach used cannot simply be literal (word-for-word), but must be oriented towards the equivalence of meaning and communicative function in the target language.

In practice, there were four principles consistently applied during the translation process. First, fidelity to meaning rather than form, where English sentence structures were adjusted to natural target language conventions. Second, terminology consistency, where the use of every key term was maintained uniformly throughout the documents. Third, the retention of international technical



© 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

terms through the borrowing technique, where standard terms in the fields of branding and graphic design were maintained in their original forms. Fourth, adjustment to the brand register, where diction choices in the translation were aligned with the tone of voice of each institution so that the brand personality remained intact in its English version.

The difference in character between the two institutions also served as a distinct learning experience. Nobelium Asia, as an umbrella institution with a broader scale, requires more formal and authoritative language, while Academic Literacy, as an institution focused on developing individual competencies, requires language that remains professional but also feels more supportive and empowering. Sensitivity to these brand character differences proved to be the key in producing translations that are not only linguistically accurate but also authentic in terms of brand identity.

4.2 Recommendations

Based on the experience during the internship, the following are some recommendations expected to be beneficial for various parties.

4.2.1 For Nobelium Asia and Academic Literacy

- a. The prepared Brand and Design Guidelines document should be equipped with a bilingual terminology glossary containing a list of branding and design terms along with their Indonesian and English equivalents. This will facilitate consistency in the use of terms across all institutional communication lines, especially when the document is forwarded to other parties outside the core team.
- b. The revision and updating process of the brand guideline document should be conducted periodically, especially if there are changes to the institution's identity or communication strategy, so that the Indonesian



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

and English versions are always aligned and do not cause inconsistencies.

- c. For future translation assignments, it would be beneficial to allocate time for an initial briefing session that explains the brand context and language style expectations in a more structured manner, so that both internal and external translators can produce translations that are more consistent with the institution's identity from the very first stage.

4.2.2 For the Study Program

- a. Translation courses in the study program should not only cover literary or journalistic texts, but also introduce students to professional text genres such as branding texts, marketing texts, and institutional texts. This internship experience shows that these texts have unique translation challenges and require specific approaches that have not been widely discussed in lectures.
- b. Internship programs in the translation field should be directed more toward places that provide exposure to professional and corporate texts, so that students gain experience relevant to current industry needs.
- c. The provision of material regarding branding terminology, communication design, and professional English writing needs to be strengthened as preparation for students before entering the professional world in the fields of language and communication.

4.2.3 For Future Internship Students

- a. Before starting the translation of brand identity texts, take the time to truly understand the character and personality of the brand being translated. An understanding of the institution's tone of voice and



© 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

brand personality will be very helpful in making appropriate word choice decisions.

- b. Make it a habit to create terminology notes from the beginning of the translation process. Recording every term equivalent decision that has been made will greatly help maintain consistency, especially when the document being worked on is long or when multiple documents are being worked on simultaneously.
- c. Do not hesitate to read brand guideline text references from international institutions for comparison. Reading numerous examples of English brand identity texts will broaden your references for diction and writing styles that can be applied in the translation process.
- d. Use the internship time not only to complete the assigned tasks, but also to observe and learn how language is used strategically in professional and institutional contexts; this experience is a learning opportunity that will not be obtained merely from university lectures.

**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

REFERENCES

- Aaker, D. A. (1996). *Building strong brands*. Free Press.
- Aaker, D. A., & Joachimsthaler, E. (2000). *Brand leadership*. Free Press.
- Aaker, J. L. (1997). Dimensions of brand personality. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.1177/002224379703400304>
- Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa. (2016). *Pedoman umum ejaan bahasa Indonesia* (4th ed.). Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Bovée, C. L., & Thill, J. V. (2010). *Business communication today* (10th ed.). Pearson Education.
- Bowker, L. (2015). Computer-aided translation technology: A practical introduction. *Linguistica Antverpiensia*, 14, 1–47.
- Calveras, A., & Lorente, P. (2015). The importance of brand guidelines in building strong corporate identities. *Journal of Brand Management*, 22(1), 45–62.
- Chong, D. (2007). The role of internal communication and training in infusing corporate values and delivering brand promise. *Journal of Business Strategy*, 28(2), 34–42.
- Crane, A. (2008). The corporate brand and organisational identity. In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp. 345–365). Oxford University Press.
- De Mooij, M. (2004). *Consumer behavior and culture: Consequences for global marketing and advertising*. SAGE Publications.



© 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

- Esomar, E. (2013). Brand consistency across multiple channels: A practical guide. *Journal of Global Marketing*, 26(4), 201–215.
- Febrianto, R., & Suryanto, B. (2019). Efektivitas glossary dalam penerjemahan dokumen bilingual perusahaan multinasional. *Jurnal Bahasa dan Sastra*, 8(2), 156–172.
- Hardiman, A., & Kusuma, Y. A. (2021). Integrasi elemen visual dan verbal dalam implementasi brand guidelines di perusahaan Indonesia. *Jurnal Komunikasi Bisnis*, 12(1), 45–68.
- Hatim, B., & Mason, I. (1990). *Discourse and the translator*. Longman.
- Hatim, B., & Munday, J. (2004). *Translation: An advanced resource book*. Routledge.
- Hendriawan, P. (2019). Analisis brand voice perusahaan Indonesia di media sosial dan pengaruhnya terhadap engagement konsumen. *Jurnal Pemasaran Digital*, 5(3), 234–251.
- Hermawan, D., Sukarso, & Santoso, R. (2018). Strategi penerjemahan istilah teknis dalam panduan perusahaan multinasional di Indonesia. *Jurnal Linguistik Terapan*, 9(1), 78–95.
- Jak, S., & Kleijn, H. (2012). The impact of visual and verbal brand consistency on consumer perception. *Journal of Marketing Communications*, 18(3), 199–214.
- Kietzmann, J. H., Hermkels, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media: Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.



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

- Kusumah, W., & Mardiana, D. (2019). Kejelasan dan struktur logis dalam brand guideline bilingual sebagai kunci implementasi yang efektif. *Jurnal Desain dan Komunikasi Visual*, 6(2), 89–108.
- Locke, C. (2009). Choosing the right words: Terminology in brand communication. In M. R. Cormier & D. J. Cirlin (Eds.), *Terminology and terminology science: Perspectives and applications* (pp. 178–195). Academic Press.
- Molina, L., & Hurtado Albir, A. (2002). Translation techniques revisited: A dynamic and functionalist approach. *Meta*, 47(4), 498–512. <https://doi.org/10.7202/008033ar>
- Munday, J. (2016). *Introducing translation studies: Theories and applications* (4th ed.). Routledge.
- Newmark, P. (1988). *A textbook of translation*. Prentice Hall International.
- Nida, E. A., & Taber, C. R. (1982). *The theory and practice of translation*. Brill.
- Nord, C. (2018). *Translating as a purposeful activity: Functionalist approaches explained* (3rd ed.). Routledge.
- Nugroho, F., & Dewi, S. (2020). Adaptasi brand voice dalam komunikasi multilingual: Studi komparatif perusahaan Indonesia. *Jurnal Bahasa Inggris dan Komunikasi*, 11(4), 312–335.
- O'Neill, L. (2017). Translating brand voice: Linguistic challenges in multilingual branding. *Translation Studies Quarterly*, 15(2), 112–128.
- Putri, R. A., & Setiawan, B. (2020). Brand identity yang kuat sebagai strategi diferensiasi di pasar yang kompetitif: Analisis studi kasus perusahaan Indonesia. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 14(3), 198–216.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pym, A. (2004). *The moving text: Localization, translation, and distribution*. John Benjamins Publishing Company.
- Rahayu, S., Kusumanto, I., & Wijaya, H. (2021). Quality control dalam penerjemahan guidelines perusahaan multinasional di Indonesia: Studi dampak terhadap konsistensi terminologi. *Jurnal Terjemahan dan Lokalisasi*, 7(2), 112–135.
- Ramadhani, F., & Setiawan, A. (2020). Integrasi brand identity dalam konten pemasaran digital dan pengaruhnya terhadap brand recall dan customer trust di pasar Indonesia. *Jurnal Pemasaran Digital dan E-Bisnis*, 9(1), 45–68.
- Santoso, R., & Subagyo, A. (2020). Konsistensi terminologi dalam dokumen lokalisasi dan dampaknya terhadap pemahaman pengguna. *Jurnal Teknologi Komunikasi dan Informasi*, 8(2), 76–95.
- Saryanto, T. (2021). Lokalisasi konten pemasaran untuk pasar Indonesia: Dampak adaptasi budaya dan linguistik terhadap respons konsumen. *Jurnal Bisnis dan Pemasaran*, 13(2), 167–185.
- Schneider, E. (2012). The clarity principle: Writing clear and consistent technical documentation. *Technical Communication Quarterly*, 21(3), 345–362.
- Siregar, N., Rahman, M., & Zulfikar, Z. (2018). Efektivitas brand guidelines dalam meningkatkan konsistensi implementasi brand di perusahaan Indonesia. *Jurnal Manajemen Branding*, 10(1), 23–42.
- Sonneveld, H. B., & Loening, K. L. (Eds.). (2011). *Terminology: Applications in interdisciplinary communication*. John Benjamins Publishing Company.
- Suryani, R., & Hartanto, B. (2021). Strategi pemasaran digital untuk pasar Indonesia: Peran adaptasi konten dan bahasa dalam meningkatkan engagement konsumen. *Jurnal Strategi Pemasaran Digital*, 6(3), 201–225.



© 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

Suryati, D., & Hartono, S. (2019). Penerjemahan fungsional dalam dokumentasi profesional dan dampaknya terhadap komunikasi bisnis yang efektif. *Jurnal Bahasa Terapan*, 7(1), 34–52.

Wahyuningsih, S. (2017). Pertimbangan norma komunikasi lokal dalam penerjemahan dokumen bisnis untuk pasar Indonesia. *Jurnal Linguistik Indonesia*, 35(2), 145–165.

Wijaya, A., & Sutrisno, E. (2018). Dampak konsistensi brand identity terhadap customer loyalty dan purchase intention di pasar Indonesia: Penelitian empiris. *Jurnal Riset Pemasaran Indonesia*, 12(2), 98–118.

Wijaya, S., Hendrawan, P., & Marwoto, L. (2019). Inkonsistensi antara elemen visual dan verbal dalam brand communication dan pengaruhnya terhadap brand perception konsumen Indonesia. *Jurnal Desain dan Brand Management*, 11(1), 78–102.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Appendixes

Appendix 1. Internship Acceptance Letter



NOBELIUM ASIA
2 Venture Drive #19-21, Vision
Exchange, Singapore (608526)

INTERNSHIP ACCEPTANCE LETTER
Ref. No.: 010/NA/HR/II/2026

Jakarta, 6 February 2026

To
Head of BISPRO Study Program
Ms. Farizka Humolungo, S.Pd., M.A.
Politeknik Negeri Jakarta
Jalan Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI
Depok 16425
Indonesia

Dear Ms. Farizka Humolungo,

With reference to the internship (Practicum/Industrial Placement) program of Politeknik Negeri Jakarta, we hereby confirm that Nobelium Asia PTE. LTD. agrees to accept the following students for an internship placement:

No.	Student Name	Student ID	Semester
1	Alya Chairunnisa	2308411005	VI
2	Farsya Ramadhina Hati Pahlevi	2308411022	VI
3	Najdah Nareswari	2308411064	VI

The internship is planned to be conducted as follows:

Internship Period: January – April 2026
Location: Nobelium Asia – Indonesia Representative Office (Perumahan Pesona
Khayangan Blok DX No. 2, Sukmajaya, Depok)

During the internship period, the students will be assigned and supervised in accordance with the company's requirements and applicable regulations. This letter is issued for administrative purposes of Politeknik Negeri Jakarta.

Thank you for your attention and cooperation.



www.nobelium.id
www.nobelium.asia



© 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



Sincerely,
Nobelium Asia PTE. LTD.



Lutfi T. Rizki, Ph.D.
CEO Nobelium Asia





© 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

Appendix 2. Daily Internship Logbook

No	Hari/Tanggal	Aktivitas yang Dilakukan	Tanda tangan
JANUARI			
1.	Sen, 5 Jan 2026	- Membuat BMC Nobelium Asia	
2.	Sel, 6 Jan 2026	- Membuat Brand and Design Guideline Nobelium Asia	
3.	Rab, 7 Jan 2026	- Membuat Brand and Design Guideline Nobelium Asia	
4.	Kam, 8 Jan 2026	- Membuat Brand and Design Guideline Nobelium Asia	



© 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

5.	Jum, 9 Jan 2026	- Membuat Brand and Design Guideline Nobelium Asia	
6.	Sen, 12 Jan 2026	- Membuat BMC Academic Literacy	
7.	Sel, 13 Jan 2026	- Membuat Brand and Design Guideline Academic Literacy	
8.	Rab, 14 Jan 2026	- Membuat Content Planner, Caption, dan Hashtag AcaL - Log in akun Instagram AcaL - Menyusun bio dan membuat link tree AcaL	
9.	Kam, 15 Jan 2026	- Membuat konten untuk di post hari Senin (What is Academic Literacy)	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

10.	Sen, 19 Jan 2026	- Upload reels 'This is Academic Literacy' - Mengisi Content Planner	
11.	Sel, 20 Jan 2026	- Upload feeds 'What is Academic Literacy?' - Upload IG story 'Today's Question'	
12.	Rab, 21 Jan 2026	- Membuat nama panggilan untuk followers yaitu 'Acalist' - Upload reels 'Promosinya kencengin dong'	
13.	Kam, 22 Jan 2026	- Redesign infographic UNS FS - Redesign layout dokumen UNS FS - Extract media dari Google Slides untuk UNS FS - Upload feeds 'Gunakan kata-kata ini'	
14.	Jum, 23 Jan 2026	- Edit reels - Minta acc reels namun ditolak hehe	



© 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

15.	Sen, 26 Jan 2026	- Buat motion graphic AcaL - Upload reels 'if the numbers appear unclear.' - Mengumpulkan berkas softcopy untuk skema Sertifikasi BNSP	
16.	Sel, 27 Jan 2026	- Shooting content 'kasih paham bos' - upload feeds 'jenis-jenis sertifikasi' - share feeds di ig story untuk highlight	
17.	Rab, 28 Jan 2026	- edit IG Story 'Website Journal' - edit feeds plagiarisme - edit video - membuat linktree berisi jurnal-jurnal yang mudah diakses - buat cover highlight	
18.	Kam, 29 Jan 2026	- Membantu Kak Aji dalam mendata TUK LSP - Mengupload reels "move your thumb to the beat" - Upload IG story Web Recommendations - Merapikan story ke dalam highlight	
19.	Jum, 30 Jan 2026	- schedule reels 'ada yang menarik tuh' - sosialisasi magang sama kaprodi - edit feeds - copywriting caption reels 'ada yang menarik tuh'	
FEBRUARI			



© 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

1.	Sen, 2 Feb 2026	- Membuat 3 e-book untuk keperluan LSP - Membuat sosial media Sainstext Publishing - Mengupload konten "ada yang menarik tuh" ke reels	
2.	Sel, 3 Feb 2026	- Membuat cover AR BNSP 2025 - Mengedit video 'Kasih Paham Bos'	
3.	Rab, 4 Feb 2026	- Mengupload feeds "Parafrase" ke IG dan Tiktok	
4.	Kam, 5 Feb 2026	- Mengupload feeds "Kenapa harus pilih acal?"	
5.	Jum, 6 Feb 2026	- Finalisasi edit reels 'i would like a ring' - Edit feeds imlek dan ramadhan - Upload reels 'i would like a ring' di ig - Pak Lutfi bilang kita akan buat buku dan drivenya akan dikirim nanti, setelah itu didiskusikan	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6.	Sen, 9 Feb 2026	- Mengupload feeds "pelatihan AcaL" - Mengedit upcoming feeds	
7.	Sel, 10 Feb 2026	- Mengupload "kasih paham bos" - Membuat script untuk next post	
8.	Rab, 11 Feb 2026	- Mengupload "Gunakan kata2 ini di teks akademik kamu" - Melengkapi kerangka buku Tokenization	
9.	Kam, 12 Feb 2026	- Melanjutkan buku Tokenization pak Lutfi - Mencarikan aplikasi belajar bahasa inggris untuk anak pak Lutfi1	
10.	Jum, 13 Feb 2026	- Mengupload feeds "writer's block" - Mungghakan dirumah pak Lutfi - Menyelesaikan buku Tokenization (menambahkan funfact, workbook, dan bukunya ada 7 bab dengan halaman sekitar 200an halaman)	



© 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

11.	Rab, 18 Feb 2026	- Diberikan tugas untuk layouting naskah biografi Detak Nyata Seorang Dokter Pejuang: Kisah Inspiratif Dr. dr. Wijoyo Hadi Mursito, Sp.B., Sp.BTKV(K), S.H., M.H., Pendiri RS Rama Hadi, Purwakarta oleh kak Rafli dari word ke canva menjadi bentuk buku - Up feeds "gunakan kata kata ini part 3"	
12.	Kam, 19 Feb 2026	- Progress layouting naskah biografi Detak Nyata Seorang Dokter Pejuang: Kisah Inspiratif Dr. dr. Wijoyo Hadi Mursito, Sp.B., Sp.BTKV(K), S.H., M.H., Pendiri RS Rama Hadi, Purwakarta - Up feeds ucapan marhaban ya ramadhan	
13.	Jum, 20 Feb 2026	- Progress layouting naskah biografi Detak Nyata Seorang Dokter Pejuang: Kisah Inspiratif Dr. dr. Wijoyo Hadi Mursito, Sp.B., Sp.BTKV(K), S.H., M.H., Pendiri RS Rama Hadi, Purwakarta - Membuat ringkasan buku tokenization	
14.	Sen, 23 Feb 2026	- Progress layouting naskah biografi Detak Nyata Seorang Dokter Pejuang: Kisah Inspiratif Dr. dr. Wijoyo Hadi Mursito, Sp.B., Sp.BTKV(K), S.H., M.H., Pendiri RS Rama Hadi, Purwakarta - Translate buku Tokenization	



© 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

		(Eng-Ind), dibagi menjadi 3 part.1	
15.	Sel, 24 Feb 2026	- Progress layouting naskah biografi Detak Nyata Seorang Dokter Pejuang: Kisah Inspiratif Dr. dr. Wijoyo Hadi Mursito, Sp.B., Sp.BTKV(K), S.H., M.H., Pendiri RS Rama Hadi, Purwakarta - Translate buku Tokenization (Eng-Ind), dibagi menjadi 3 part.	
16.	Rab, 25 Feb 2026	- Translate buku tokenization dari english ke indo	
17.	Kam, 26 Feb 2026	- Translate buku tokenization dari english ke indo	
18.	Jum, 27 Feb 2026	- Translate buku tokenization dari english ke indo	
MARET			



© 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

1.	Sen, 2 Mar 2026	- Mengerjakan layout Annual Report BNSP 2025	
2.	Sel, 3 Mar 2026	- Menyelesaikan Annual Report BNSP 2025 - Menambahkan glossarium sebanyak 25 butir	
3.	Rab, 4 Mar 2026	- Menyelesaikan buku tokenization - Mengekspor file dari pdf ke word dan mengubah header - Menyusun logo dalam P4_Create Module	
4.	Jum, 6 Mar 2026	- Membuat video pengantar tiap chapter pada P4 Create Module	
5.	Sen, 9 Mar 2026	- Finalisasi video pengantar dengan menambahkan video bumper di awal	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6.	Rab, 25 Mar 2026	- Membuat feeds Gunakan Kata-Kata Ini di Tulisan Akademik Kamu Selanjutnya! Part 4 - Mengupload di instagram	
7.	Kam, 26 Mar 2026	- Membuat feeds Perbedaan Parafrase, Kutipan, dan Ringkasan - Mengupload di Instagram	
8.	Jum, 27 Mar 2026	- Membuat feeds quotes - Mengupload feeds quotes	
9.	Sen, 30 Mar 2026	- Membuat feeds 4 Cara Meningkatkan Kemampuan Menulismu - Mengupload feeds di instagram	
10.	Sel, 31 Mar 2026	- Membuat feeds Mitos-Mitos Dalam Penulisan Akademik Part 1 - Mengupload feeds di instagram	
APRIL			



© 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

1.	Rab, 1 April 2026	- Membuat feeds quotes - Mengupload feeds quotes	
2.	Kam, 2 Apr 2026	- Mengupload feeds Cara Sitasi pakai APA Style	
3.	Jum, 3 Apr 2026	- Membuat feeds quotes - Mengupload feeds quotes	
4.	Sen, 6 Apr 2026	- Membuat feeds Mitos-Mitos Dalam Penulisan Akademik Part 2 - Mengupload feeds di instagram	
5.	Sel, 7 Apr 2026	- Mengupload feeds "Kenapa Proofreading itu Penting?" ke instagram - Membuat poster LSP Perbukuan	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

6.	Rab, 8 Apr 2026	- Membuat reels challenge - Mengupload reels challenge	
7.	Kam, 9 Apr 2026	- Membuat feeds "mau hasil foto yang..." - Mengupload feeds	
8.	Jum, 10 Apr 2026	- Membuat feeds quotes - Mengupload feeds quotes	
9.	Sen, 13 Apr 2026	- Mengupload reels mengenai "POV : masih stuck di zona nyaman" - Progress reels selanjutnya untuk promotional video	
10.	Sel, 14 Apr 2026	- Mengupload reels mengenai "Join International Certification NOW!"	



© 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

11.	Sen, 20 Apr 2026	- Desain logo Nusantara Virtual dan Nusantara Legacy	
12.	Sel, 21 Apr 2026	- Edit reels arsy jam - Edit feeds hari kartini - post hari kartini	
13.	Rab, 22 Apr 2026	- Revisi reels Arsy jam dinding - Upload reels	
14.	Kam, 23 Apr 2026	- Masih mengumpulkan data-data	
15.	Jum, 24 Apr 2026	- Membuat flyer	



© 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

16.	Sen, 27 Apr 2026	- Membuat flyer	
17.	Sel, 28 Apr 2026	- Membuat flyer - Upload video ke YouTube AcaL	
18.	Rab, 29 Apr 2026	- Membuat flyer	
19.	Kam, 30 Apr 2026	- Menambah AcaL - Upload video ke YouTube AcaL	



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



Appendix 3. Academic Supervision Logbook

KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
SAINS, DAN TEKNOLOGI
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
JURUSAN ADMINISTRASI NIAGA

Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kampus UI, Depok 16425
Telp: (021)7270036, Hunting, Fax : (021) 7270034
Laman: <http://www.pnj.ac.id>, e-mail: humas@pnj.ac.id

BUKU PENGHUBUNG/PEMBIMBING KAMPUS

Nama Mahasiswa : Alya Chairunnisa
NIM : 2308411005
Program Studi : Bahasa Inggris untuk Komunikasi Bisnis dan Profesional
Judul Laporan : Penerjemahan Brand Identity Dari Bahasa Indonesia Ke
Bahasa Inggris Dalam Penyusunan Brand And Design
Guideline Untuk Nobelium Asia Dan Academic Literacy

No	Hari/Tgl	Materi Bimbingan	Tanda Tangan
1.	27 Februari 2026	Fokus di BAB 1, membahas keseluruhan dari BAB 1 dan ACC untuk ke BAB 2	
2.	17 April 2026	Fokus di BAB 2, langsung membahas keseluruhan BAB 2 dan ACC untuk ke BAB 3	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.	08 Juni 2026	Fokus pada keseluruhan laporan sebelum di translate dan ACC untuk langsung di translate.	
4.	12 Juni 2026	Laporan versi ID dan EN sudah ACC	

Depok, Juni 2026

Pembimbing,



Dr. Dra. Ina Sukaesih,

Dipl.TESOL.,M.M., M.Hum.

NIP. 196104121987032004

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Appendix 4. Company Evaluation Results

HASIL EVALUASI Pembimbing Perusahaan/Industri

Nama Mahasiswa : Alya Chairunnisa
 NIM : 2308411005
 Judul PKL : Penerjemahan Brand Identity Dari Bahasa Indonesia Ke
 Bahasa Inggris Dalam Penyusunan *Brand And Design Guideline*
 Untuk Nobelium Asia Dan Academic Literacy

Nilai Praktik Kerja Lapangan

No	Komponen Penilaian	Range Nilai	Nilai yang Dicapai
1	Kemampuan Berbahasa Secara Lisan	10 - 20	19
2	Kemampuan Berbahasa Secara Tulisan	10 - 20	19
3	Kerja Sama	10 - 20	18
4	Kedisiplinan	10 - 20	19
5	Etika	10 - 20	20
Total Nilai			95

Depok, 10 Juni 2026
 Pembimbing Perusahaan/Industri



Rafli Syahrizal, S.Hum.
 NIK. 20240221

Saran Pembimbing perusahaan/industri terhadap mahasiswa PKL

1. Mahasiswa perlu terus meningkatkan kemampuan kerja sama, terutama dalam koordinasi tim, komunikasi tugas, dan inisiatif saat menyelesaikan pekerjaan bersama.



© 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

Appendix 5. Brand & Design Guideline Nobelium Asia

Our Brand	Brand Preposition Nobelium Asia merupakan sebuah institusi payung yang menaungi tiga klaster keluaran utama, yaitu kebijakan & tata kelola, layanan, serta produk. Dengan fokus pada sertifikasi kompetensi, pelatihan, dan solusi teknologi, Nobelium menghadirkan sebuah ekosistem terintegrasi untuk mendukung inovasi di sektor pengetahuan. Melalui konsep #ideas-for-nobility, Nobelium berkomitmen untuk mentransformasi industri pengetahuan dan menciptakan dampak positif yang berkelanjutan dengan mendorong ide serta inisiatif yang menginspirasi kemajuan dan keunggulan di berbagai bidang. Nobelium secara aktif menjalin keterlibatan dan kolaborasi dengan talenta Asia di tingkat global, dengan mengakui kontribusi berharga mereka serta memfasilitasi peran mereka dalam membentuk masa depan Asia yang lebih cerah. Nobelium Asia is an umbrella institution encompassing three clusters of main deliverables: policy & governance, services, and products. Focused on competency certification, training, and technology solutions, Nobelium provides an integrated ecosystem to support innovation across the knowledge sector. Through the #ideas-for-nobility concept, Nobelium is committed to transforming the knowledge industry and creating a sustainable positive impact by promoting ideas and initiatives that inspire progress and excellence in diverse fields. Nobelium actively engages and collaborates with Asian talents globally, recognizing their valuable contributions and facilitating their involvement in shaping a brighter future for Asia.
Pedoman Brand dan Desain Brand & Design Application 2	
Our Brand	Brand Statement Brand Positioning Statement adalah bagian penting untuk mengkomunikasikan dan memposisikan <i>brand</i> sehingga mudah dikenali oleh klien. <i>Brand statement</i> tidak hanya membedakan Nobelium Asia dari institusi yang lain, tetapi juga mencerminkan nilai, tujuan, dan peran yang diberikan dalam membangun lingkungan pengetahuan. Nobelium Asia yakin bahwa pengetahuan, kompetensi, dan inovasi merupakan fondasi yang penting bagi kemajuan dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, <i>brand statement</i> Nobelium Asia adalah "Ideas For Nobility". A Brand Positioning Statement is an important part of communicating and positioning a brand so it is easily recognized by clients. The brand statement not only differentiates Nobelium Asia from other institutions, but also reflects the values, goals, and role it plays in building a knowledge environment. Nobelium Asia believes that knowledge, competence, and innovation are important foundations for the progress and welfare of society. Therefore, Nobelium Asia's brand statement is "Ideas For Nobility".
Pedoman Brand dan Desain Brand & Design Application 3	



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Our Brand

Brand Personality

• Profesional dan Berintegritas

Setiap inisiatif, layanan, dan produk Nobelium Asia dijalankan dengan standar tinggi, tata kelola yang baik, serta komitmen terhadap kualitas dan kredibilitas.

• Kolaboratif dan Inklusif

Nobelium Asia secara aktif melibatkan dan berkolaborasi dengan talenta Asia di tingkat global, serta membuka ruang bagi berbagai pemangku kepentingan untuk berkontribusi dalam ekosistem pengetahuan.

• Progresif dan Solutif

Nobelium Asia tidak hanya menghasilkan gagasan, tetapi juga menerjemahkannya menjadi kebijakan, layanan, dan solusi teknologi yang relevan dengan tantangan masa kini dan masa depan.

• Berdampak dan Berkelanjutan

Setiap upaya Nobelium Asia diarahkan untuk menciptakan dampak positif jangka panjang yang mendorong keunggulan, kemajuan, dan nilai bersama bagi Asia.

• Professional and Integrated

All initiatives, services, and products of Nobelium Asia are carried out with high standards, sound governance, and a strong commitment to quality and credibility.

• Collaborative and Inclusive

Nobelium Asia actively engages and collaborates with Asian talents globally, while creating opportunities for diverse stakeholders to contribute to the knowledge ecosystem.

• Progressive and Solution-Oriented

Nobelium Asia not only generates ideas, but also transforms them into policies, services, and relevant technological solutions to address current and future challenges.

• Impact-Driven and Sustainable

Every Nobelium Asia's effort is made to create a long term positive impact that encourages excellence, progress, and value for Asia.

Our Logo & Identity

Logo Rationale

Bentuk utama dari logo Nobelium Asia adalah susunan lingkaran yang membentuk struktur radial dan simetris dengan satu lingkaran pusat sebagai poros utama. Lingkaran pusat yang memiliki ukuran lebih besar dari lingkaran lain mempresentasikan pengetahuan dan nilai fundamental Nobelium Asia.

Pola melingkar menggambarkan kesinambungan, konektivitas, dan dampak jangka panjang, sejalan dengan peran Nobelium Asia sebagai payung institusi yang menjembatani kebijakan dan tata kelola, layanan, dan produk dalam satu kesatuan lingkungan pengetahuan.

The primary shape of the Nobelium Asia logo is a circle that creates a radial and symmetrical structure with a single central circle as the main axis. The central circle, which is larger than the other, represents the knowledge and fundamental values of Nobelium Asia.

The circular patterns illustrate the continuity, connectivity, and long term impact. It is in line with the role of Nobelium Asia as an umbrella institution that bridges policy and governance, services, and products within a unified knowledge environment.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Copywriting

Brand Spelling

Penulisan nama *brand* Nobelium Asia selalu menggunakan huruf kapital pada huruf awal setiap kata.



NOBELIUM ASIA

Capitilization on Titles

Untuk semua judul, kepala berita, subjudul, gunakan kapitalisasi kalimat, seperti contoh, hanya huruf pertama dari kalimat yang dikapitalisasi, kecuali terdapat kata benda khusus atau nama diri. Ini berlaku pada penulisan *UX* dan *copywriting* pemasaran.

Penulisan ini digunakan untuk mencerminkan nada Nobelium Asia yang profesional. Komunikasi brand ini senantiasa disampaikan dengan cara yang jelas dan terpercaya.

Nobelium Asia must always be written with capital letters at the beginning of each word.



Nobelium Asia

For all titles, headlines, subheadings, use sentence case, for example, only the first letter of the sentence is capitalized, except proper nouns. This is applicable for both *UX* and marketing *copywriting*.

This aims to reflect Nobelium Asia's professional and authoritative tone, where communication is delivered clearly, credibly, and with a sense of trust.

Copywriting

Copywriting Style and Usage

Nobelium Asia berbicara secara profesional, jelas, dan berwibawa. Setiap pesan disampaikan dengan bahasa yang informatif dan terstruktur, bertujuan membangun kepercayaan serta menghargai audiens sebagai individu profesional yang sedang berkembang.

Nobelium Asia communicates professionally, clearly, and authoritatively. Every message is delivered in an informative and structured manner, aiming to build trust and to respect the audience as developing professionals.

Our Tone of Voice

Tone

Structured, clear, concise, respectful, confident

Voice

professional, informative, credible, reliable, purposeful



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

Appendix 6. Brand & Design Guideline Academic Literacy

Brand Proposition



Academic Literacy, disingkat Acal, adalah sebuah institusi yang berfokus pada pengembangan kompetensi penulisan akademik di Indonesia. Acal berkomitmen untuk menyediakan pelatihan, sertifikasi, dan sumber daya yang mendukung para penulis akademik dalam mengembangkan keterampilan menulis mereka.

Academic Literacy (Acal) is an institution focused on developing academic writing competencies in Indonesia. Acal is committed to providing training, certification, and resources that support academic writers in enhancing their academic writing skills.

Brand Statement



Brand Positioning Statement adalah bagian penting untuk mengkomunikasikan dan memposisikan *brand* sehingga mudah dikenali oleh audiens. *Brand statement* tidak hanya membedakan Academic Literacy dari institusi yang lain, tetapi juga mencerminkan nilai, tujuan, dan peran yang diberikan dalam membangun lingkungan pengetahuan.

Academic Literacy yakin bahwa kemampuan menulis akademik yang baik adalah komponen penting dalam pengembangan pengetahuan, integritas akademik, dan keunggulan akademik.

Oleh karena itu, *brand statement* Academic Literacy adalah ***Ignite Your Academic Journey.***

A Brand Positioning Statement is an important part of communicating and positioning a brand so it is clearly recognized by its audience. The brand statement not only differentiates Academic Literacy (Acal) from other institutions, but also reflects its values, goals, and role in strengthening the academic knowledge ecosystem in Indonesia.

Acal believes that strong academic writing skills are a fundamental component of knowledge development, academic integrity, and scholarly excellence.

Therefore, Academic Literacy's brand statement is ***Ignite Your Academic Journey.***



© 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

Brand Personality



Kepribadian sebuah *brand* memiliki peran penting dalam menjaga hubungan baik dengan kliennya. *Brand personality* diekspresikan melalui berbagai elemen, mulai dari identitas visual, gaya penulisan, hingga *tone of voice* dalam setiap bentuk komunikasi. Ketika sebuah *brand* menjadi relevan, kepribadiannya akan tertanam secara alami dalam persepsi dan alam bawah sadar audiens.

Academic Literacy adalah institusi berbasis pengetahuan yang berfokus pada pengembangan kompetensi penulisan akademik di Indonesia melalui pelatihan, sertifikasi, dan penyediaan sumber daya pendukung. Untuk membangun pemahaman yang utuh terhadap peran dan potensi Academic Literacy, kepribadian *brand* dirumuskan secara jelas dan terstruktur agar dapat diterapkan secara konsisten di seluruh titik interaksi *brand*.

A brand's personality plays a significant role in building a good relationship with clients. Brand personality is expressed through various elements, including visual identity, writing style, and tone of voice across all forms of communication. When a brand becomes relevant, its personality is naturally recognized and embedded in the perceptions and minds of its audiences.

Academic Literacy is a knowledge-based institution focused on academic writing competency development in Indonesia through training, certifications, and the provision of supporting resources. To build a comprehensive understanding of the roles and potential of Academic Literacy, the brand's personality is clearly defined and structured, allowing it to be applied consistently across all touchpoints.

Brand Personality



Brand Personality Academic Literacy

• Credible

Academic Literacy adalah institusi yang dipercaya secara akademik dan institusional, sesuai standar nasional dan internasional, serta mendukung program pemerintah seperti Kementerian Pendidikan Tinggi, Sains, dan Teknologi melalui program Diktisaintek Berdampak.

• Empowering

Academic Literacy hadir untuk memberdayakan penulis akademik, baik itu mahasiswa, dosen, dan peneliti agar mampu berkembang secara mandiri dan berkelanjutan.

• Visioner

Academic Literacy memandang pengetahuan, kompetensi, dan inovasi sebagai fondasi utama dalam mendorong kemajuan masyarakat dan pembangunan kawasan.

Academic Literacy's Brand Personality:

• Credible

Academic Literacy is a trusted academic institution that upholds national and international standards and supports government-led programs such as Diktisaintek Berdampak under the Ministry of Higher Education, Science, and Technology.

• Empowering

Academic Literacy empowers academic writers including students, lecturers and researchers to develop their competencies sustainably.

• Visioner

Academic Literacy views knowledge, competency, and innovation as the fundamental drivers of social progress and regional development.



© 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

Logo Rationale



Bentuk utama dari logo Academic Literacy adalah lingkaran yang tersusun dari elemen-elemen visual organik. Yang dibangun dari rangkaian bentuk melengkung dan bulat yang menyerupai figur manusia bergaya abstrak, disusun secara radial dan berulang membentuk satu kesatuan yang harmonis. Susunan melingkar memberikan kesan terpusat, stabil, dan menyatu, sementara variasi arah lengkungan menghadirkan dinamika dan pergerakan visual.

Logotype "AcaL" dirancang sebagai representasi identitas Academic Literacy yang akademik, profesional, dan mudah diakses. Penekanan visual pada huruf "L" merepresentasikan Literacy sebagai inti dari identitas AcaL.

The primary shape of the Academic Literacy logo is a circular shape composed of organic visual elements. It is constructed from a series of curved and rounded forms that resemble abstract human figures, arranged radially and repetitively to create a harmonious whole. The circular composition gives a sense of centrality, stability, and unity, while variations in the direction of the curves represent visual dynamism and a sense of movement.

The "AcaL" logotype is designed to represent the identity of Academic Literacy as an academic, professional, and accessible institution. Visual emphasis on the letter "L" represents Literacy as the core of the AcaL identity.



Pedoman Brand dan Desain | Brand & Design Application

10

Brand Spelling



Penulisan nama *brand* Academic Literacy selalu menggunakan huruf kapital pada huruf awal setiap kata.

Academic Literacy must always be written with capital letters at the beginning of each word.



ACADEMIC LITERACY



Academic Literacy

Pedoman Brand dan Desain | Brand & Design Application

32



Hak Cipta :

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

Copywriting Style and Usage



Academic Literacy berbicara secara jelas dan profesional. Setiap pesan disampaikan dengan bahasa yang informatif dan terstruktur, bertujuan membangun kepercayaan serta menghargai klien sebagai individu profesional yang sedang berkembang.

Academic Literacy communicates clearly and professionally. Every message is delivered in an informative and structured manner, aiming to build trust and to respect the clients as developing professionals.

Our Tone of Voice

Tone

Formal, Encouraging, Concise, Respectful, Confident

Voice

Academic, Professional, Informative, Credible, Clear

Logo Variations



Dalam kondisi tertentu di mana penggunaan warna asli tidak memungkinkan, Academic Literasi menyediakan beberapa variasi logo yang diperbolehkan, sebagai berikut:

• Gradient Version

Versi gradien dapat digunakan untuk kebutuhan visual yang lebih dinamis, terutama pada media digital atau materi komunikasi yang bersifat kreatif, selama keterbacaan dan kontras logo tetap terjaga.

• Light Background Version

Logo dapat digunakan di atas latar atau foto berwarna terang apabila diperlukan, dengan memastikan logo tetap terlihat jelas dan tidak kehilangan identitas visualnya.

• Monochrome Version

Logo monokrom digunakan pada kondisi di mana metode reproduksi terbatas pada warna hitam dan putih. Pastikan terdapat kontras yang memadai antara logo dan warna latar agar keterbacaan dan visibilitas tetap optimal.

For those instances where the full color version won't work, we have the following approved variations :

• Gradient Version

The gradient version can be used for a more dynamic look.

• Light Background Version

The light background version can be used if necessary.

• Monochrome Version

The mono logo is used wherever reproduction methods are restricted to black and white. Make sure that there's enough contrast between the logo and background color