



Hak Cipta :

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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN MARKETING COLLATERAL UNTUK BRAND
ACTIVATION “LIFE AT JASA MARGA” SEBAGAI UPAYA PENGUATAN
EMPLOYER BRANDING DI PT JASA MARGA (PERSERO) TBK**



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:
ARYANI FAJRIYATI
2206421001

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR



Judul Tugas Akhir	: Perancangan Marketing Collateral untuk Brand Activation “Life at Jasa Marga” sebagai Upaya Penguatan Employer Branding di PT Jasa Marga (Persero) Tbk
Penulis	: Aryani Fajriyati
Jurusan	: Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi	: Desain Grafis

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

Depok, 2 Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

Perancangan Marketing Collateral untuk Brand Activation
“Life at Jasa Marga” sebagai Upaya Penguatan Employer Branding
di PT Jasa Marga (Persero) Tbk

Oleh:

Aryani Fajriyati
2206421001

Disahkan:

Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Rachmadita Dwi Pramesti, S.Ds, M.Ds
NIP. 199005112019032019

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan

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



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

**Perancangan Marketing Collateral untuk Brand Activation
“Life at Jasa Marga” sebagai Upaya Penguatan Employer Branding
di PT Jasa Marga (Persero) Tbk**

adalah hasil karya saya.

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

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

Depok, 4 Juli 2026

Yang Menyatakan,

Aryani Fajriyati

2206421001



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

ABSTRAK

Di era VUCA (*Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity*), perusahaan dituntut membangun citra yang menarik dan autentik melalui strategi *employer branding*. PT Jasa Marga (Persero) Tbk sebagai perusahaan infrastruktur tol terkemuka di Indonesia memulai inisiatif *employer branding* melalui kanal Life at Jasa Marga di media sosial, namun kanal tersebut membutuhkan *marketing collateral* yang terstruktur untuk menghadirkan interaksi langsung dengan karyawan. Penelitian ini bertujuan merancang *marketing collateral* untuk *brand activation* Life at Jasa Marga yang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* PT Jasa Marga (Persero) Tbk dengan menerapkan teori desain grafis, guna menghasilkan ikatan emosional antara karyawan dan perusahaan. Perancangan dilakukan menggunakan metode *design thinking* melalui lima tahap: *emphasize, define, ideate, prototype, dan test*, dengan pendekatan kualitatif berupa wawancara terhadap manajer dan karyawan dari masing-masing unit di kantor pusat, observasi visual terhadap aktivitas kantor dan media sosial perusahaan, serta studi literatur. Hasil perancangan menghasilkan rangkaian *marketing collateral* yang terdiri dari *packaging box, x-banner, poster, beserta merchandise (tote bag, notebook, pulpen, sticker pack, pin, keychain, lanyard)*, yang seluruh visualnya dirancang konsisten dengan tone and manner *fun/playful, modern, dan human-centered*, menerapkan warna utama life blue, deep navy, dan roadster yellow, tipografi utama epilogue dan tipografi ekspresif street donuts, serta graphic elements khas berupa *doodles dan shapes* life at jasa marga. Perancangan berbasis *insight* karyawan dan kultur organisasi ini diharapkan mampu menghadirkan *brand experience* yang nyata, meningkatkan keterlibatan emosional karyawan, dan memperkuat kehadiran merek di berbagai *touchpoint activation*.

Kata kunci: *brand activation, desain grafis, employer branding, life at jasa marga, marketing collateral.*



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

In the VUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) era, companies are required to build an attractive and authentic image through employer branding strategies. PT Jasa Marga (Persero) Tbk, as Indonesia's leading toll infrastructure company, initiated its employer branding efforts through the Life at Jasa Marga channel on social media; however, the channel requires structured marketing collateral to facilitate direct interaction with employees. This study aims to design marketing collateral for the Life at Jasa Marga brand activation that is able to convey the employer branding strategy message of PT Jasa Marga (Persero) Tbk by applying graphic design theory, in order to cultivate an emotional bond between employees and the company. The design process was carried out using the design thinking method through five stages: emphasize, define, ideate, prototype, and test, with a qualitative approach comprising interviews with managers and employees from each unit at the head office, visual observation of office activities and the company's social media presence, and a literature review. The design outcome produced a series of marketing collateral consisting of a packaging box, x-banner, poster, and merchandise items including a tote bag, notebook, pen, sticker pack, pin, keychain, and lanyard, all of which were visually designed in a manner consistent with a fun/playful, modern, and human-centered tone, incorporating the primary colors of Life Blue, Deep Navy, and Roadster Yellow, the primary typeface Epilogue alongside the expressive typeface Street Donuts, as well as distinctive graphic elements in the form of Life at Jasa Marga doodles and shapes. Grounded in employee insights and organizational culture, this design is expected to deliver a tangible brand experience, enhance employees' emotional engagement, and strengthen the brand's presence across various activation touchpoints.

Keywords: brand activation, graphic design, employer branding, life at jasa marga, marketing collateral.



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala nikmat, rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir dengan judul Perancangan Marketing Collateral untuk Brand Activation “Life at Jasa Marga” sebagai Upaya Penguatan Employer Branding di PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Program Studi Desain Grafis di Politeknik Negeri Jakarta. Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyusunan laporan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan, bimbingan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis sekaligus dosen pembimbing penulis yang telah membimbing dan membantu selama penyusunan Tugas Akhir.
4. Ayah dan ibu penulis yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, motivasi, dan dukungan yang tiada henti dan menjadi sumber kekuatan penulis dalam menyelesaikan studi.
5. Rama dan Syahmi, selaku kedua adik penulis yang selalu memberikan doa, dan menghibur selama perkuliahan.
6. Corporate Communication Department PT Jasa Marga (Persero) Tbk dan Jasa Marga Learning Institute yang telah memberikan kesempatan, dan bantuan berupa data serta informasi yang diperlukan Tugas Akhir ini.
7. Najwa Audrey Nareswari Nadine, sahabat penulis yang selalu mendukung, menemani dan mendengarkan penulis di berbagai situasi dan kondisi.
8. Mutiara Dewi Ramadanti, sahabat penulis yang senantiasa memberikan semangat, bantuan dan mendengar keluh kesah selama perkuliahan.



© 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

9. Arina Nur Hidayah, Nur Putri Hapsari, Haura Nada Zahra, Muhammad Ziddan Zhaky Zaffrandiray, Nicholas Reynara dan Faishal Faturrahman, rekan penulis yang senantiasa mendengar keluh kesah selama perkuliahan dan mengisi hari-hari penulis dengan canda tawa.
10. Sabrina, Nisa, Raishya, Catherine, Nandhita, Kadin, Santri dan teman-teman magang lainnya selama di PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang sudah memberikan motivasi, ide, dan bantuan selama proses pengerjaan tugas akhir.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dan telah memberikan dukungan, semangat dan motivasi pada penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir.
12. Kopi Kenangan, sebagai brand kopi yang selalu menemani penulis, khususnya melalui menu Pistachio Aren Latte, terima kasih karena telah menemani penulis dalam menyelesaikan Tugas Akhir hingga selesai.
13. Terima kasih kepada diri sendiri yang selalu berhasil menghadapi rintangan, hingga menyelesaikan pendidikan di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat, baik bagi penulis maupun bagi pembaca, serta menjadi kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu desain grafis dan employer branding di Indonesia.

Depok, 4 Juli 2026

Aryani Fajriyati
2206421001



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	4
1.4.1 Tujuan.....	4
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II.....	7
LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Employer Branding.....	7
2.1.1 Fungsi Employer Branding.....	7
2.2 Brand Activation.....	8
2.3 Marketing Collateral.....	9
2.3.1 Manfaat Marketing Collateral.....	10
2.3.2 Jenis Marketing Collateral.....	11
2.4 Desain Grafis.....	18
2.5 Elemen Desain Grafis.....	18
2.5.1 Warna.....	18
2.5.2 Tipografi.....	22
2.5.3 Layout.....	26
2.5.4 Gambar.....	28
2.6 Prinsip Desain Grafis.....	30



© 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

2.6.1 Kesatuan (Unity).....	30
2.6.2 Keseimbangan (Balance).....	31
2.6.3 Proporsi (Proportion).....	31
2.6.4 Penekanan (Emphasis).....	31
2.6.5 Irama (Rhythm).....	31
2.6.6 Kesederhanaan (Simplicity).....	32
2.6.7 Kejelasan (Clarity).....	32
2.7 Design Thinking.....	32
BAB III.....	35
METODE PERANCANGAN.....	35
3.1 Metode Penelitian.....	35
3.2 Data dan Analisis.....	38
3.2.1 Profil Klien.....	39
3.2.2 Product Knowledge.....	41
3.2.3 Target Audience.....	44
3.2.4 Kompetitor.....	48
3.2.5 Consumer Insight.....	52
3.2.5.1 Simpulan Consumer Insight.....	53
3.2.6 Positioning.....	55
3.2.7 Analisis SWOT.....	56
3.3 Arahan Kreatif.....	59
BAB IV.....	64
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN.....	64
4.1 Konsep Visual.....	64
4.1.1 Mind Map.....	64
4.1.2 Moodboard.....	68
4.2 Proses Desain.....	71
4.2.1 Sketsa Thumbnail.....	71
4.2.2 Sketsa Manual.....	73
4.2.3 Desain Komprehensif.....	88
4.2.4 Desain Terpilih.....	101
4.2.4.1 Key Visual.....	101
1) Warna.....	101
2) Tipografi.....	102
3) Gambar.....	104
4) Supergraphic.....	105
5) Prinsip-prinsip Desain.....	106
4.2.5 Prototype.....	119



© 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

4.2.6 Testing.....	124
4.2.7 Final Artwork.....	127
4.3 Penjelasan Media.....	130
4.3.1 Fungsi Media.....	130
4.3.2 Informasi Pesan yang Ingin Disampaikan.....	131
4.4 Media Pendukung.....	132
4.5 Pertimbangan Produksi.....	139
BAB V.....	144
PENUTUP.....	144
5.1 Simpulan.....	144
5.2 Saran.....	146
DAFTAR REFERENSI.....	147
LAMPIRAN.....	155

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Contoh Packaging Box sebagai Marketing Collateral.....	12
Gambar 2.2	Contoh Tote Bag sebagai Marketing Collateral.....	13
Gambar 2.3	Contoh Notebook sebagai Marketing Collateral.....	13
Gambar 2.4	Contoh Pulpen sebagai Marketing Collateral.....	14
Gambar 2.5	Contoh Sticker sebagai Marketing Collateral.....	14
Gambar 2.6	Contoh Pin sebagai Marketing Collateral.....	15
Gambar 2.7	Contoh Keychain sebagai Marketing Collateral.....	15
Gambar 2.8	Contoh Lanyard sebagai Marketing Collateral.....	16
Gambar 2.9	Contoh X-Banner sebagai Marketing Collateral.....	17
Gambar 2.10	Contoh Poster Internal sebagai Marketing Collateral.....	17
Gambar 2.11	Complementary Scheme.....	19
Gambar 2.12	Split Complementary Scheme.....	20
Gambar 2.13	Analogous Scheme.....	20
Gambar 2.14	Serif Font.....	23
Gambar 2.15	Sans Serif Font.....	23
Gambar 2.16	Display/Decorative Font.....	24
Gambar 2.17	Kerning.....	24
Gambar 2.18	Tracking.....	25
Gambar 2.19	Leading.....	25
Gambar 2.20	Foto (Real Picture).....	29
Gambar 2.21	Ilustrasi Grafis.....	29
Gambar 3.1	Metode Riset Desain.....	35
Gambar 3.2	Logo Perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk.....	39
Gambar 3.3	Logo Regional dan Subholding PT Jasa Marga (Persero) Tbk.....	39
Gambar 3.4	Jet Roadster Campus Hiring 2025.....	42
Gambar 3.5	HUT ke-81 RI.....	43
Gambar 3.6	Program Digital Life at Jasa Marga.....	43
Gambar 3.7	Marketing Collateral ODP Bank Mandiri.....	49
Gambar 3.8	Marketing Collateral BFLP BRI.....	50
Gambar 3.9	Marketing Collateral MDP Garuda Indonesia.....	51
Gambar 3.10	Diagram Kartesian Akun Instagram Employer Branding Perusahaan..	55
Gambar 4.1	Mind Map Perancangan Marketing Collateral Life at Jasa Marga...	65
Gambar 4.2	Moodboard Perancangan Marketing Collateral Life at Jasa Marga..	69
Gambar 4.3	Sketsa Maskot Inchange Jasa Marga.....	72



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.4 Sketsa Aset Visual.....	72
Gambar 4.5 Sketsa Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 1.....	74
Gambar 4.6 Sketsa Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 2.....	75
Gambar 4.7 Sketsa Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 3.....	76
Gambar 4.8 Sketsa Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 4.....	77
Gambar 4.9 Sketsa Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 5.....	78
Gambar 4.10 Sketsa Poster Life at Jasa Marga Alternatif 1.....	79
Gambar 4.11 Sketsa Poster Life at Jasa Marga Alternatif 2.....	80
Gambar 4.12 Sketsa Poster Life at Jasa Marga Alternatif 3.....	81
Gambar 4.13 Sketsa Poster Life at Jasa Marga Alternatif 4.....	82
Gambar 4.14 Sketsa Poster Life at Jasa Marga Alternatif 5.....	83
Gambar 4.15 Sketsa X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 1.....	84
Gambar 4.16 Sketsa X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 2.....	85
Gambar 4.17 Sketsa X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 3.....	86
Gambar 4.18 Sketsa X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 4.....	87
Gambar 4.19 Sketsa X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 5.....	88
Gambar 4.20 Desain Komprehensif Mascot “Jimo”.....	90
Gambar 4.21 Desain Komprehensif Aset Visual.....	91
Gambar 4.22 Desain Komprehensif Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 1... 91	91
Gambar 4.23 Desain Komprehensif Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 2... 93	93
Gambar 4.24 Desain Komprehensif Packaging Life at Jasa Marga Alternatif 3... 94	94
Gambar 4.25 Desain Komprehensif Poster Life at Jasa Marga Alternatif 1..... 95	95
Gambar 4.26 Desain Komprehensif Poster Life at Jasa Marga Alternatif 2..... 96	96
Gambar 4.27 Desain Komprehensif Poster Life at Jasa Marga Alternatif 3..... 97	97
Gambar 4.28 Desain Komprehensif X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 1... 98	98
Gambar 4.29 Desain Komprehensif X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 2... 99	99
Gambar 4.30 Desain Komprehensif X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 3... 100	100
Gambar 4.31 Brand Colors Life at Jasa Marga.....	102
Gambar 4.32 Tipografi Life at Jasa Marga.....	103
Gambar 4.33 Tipografi Life at Jasa Marga.....	103
Gambar 4.34 Gambar Untuk Poster.....	105
Gambar 4.35 Gambar Untuk Poster.....	105
Gambar 4.36 Elemen Visual Life at Jasa Marga.....	105
Gambar 4.37 Penerapan Prinsip Kesatuan.....	106
Gambar 4.38 Penerapan Prinsip Keseimbangan Simetris X-Banner.....	107
Gambar 4.39 Penerapan Prinsip Keseimbangan Asimetris Poster.....	108
Gambar 4.40 Penerapan Prinsip Keseimbangan Asimetris Packaging.....	108
Gambar 4.41 Penerapan Prinsip Penekanan Packaging.....	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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Gambar 4.42 Penerapan Prinsip Keseimbangan Penekanan Poster.....	110
Gambar 4.43 Penerapan Prinsip Keseimbangan Penekanan X-Banner.....	110
Gambar 4.44 Penerapan Prinsip Proporsi Media Utama.....	111
Gambar 4.45 Diagram Pie Packaging Box Life at Jasa Marga.....	112
Gambar 4.46 Desain Terpilih Packaging Box Life at Jasa Marga Alternatif 1....	115
Gambar 4.47 Diagram Pie Poster Life at Jasa Marga.....	115
Gambar 4.48 Desain Terpilih Poster Life at Jasa Marga Alternatif 1.....	117
Gambar 4.49 Diagram Pie X-Banner Life at Jasa Marga.....	117
Gambar 4.50 Desain Terpilih X-Banner Life at Jasa Marga Alternatif 2.....	119
Gambar 4.51 Mockup Packaging Box Life at Jasa Marga.....	120
Gambar 4.52 Mockup Poster Life at Jasa Marga.....	120
Gambar 4.53 Mockup X-Banner Life at Jasa Marga.....	121
Gambar 4.54 Mockup Cetak Packaging Box Life at Jasa Marga.....	122
Gambar 4.55 Mockup Cetak Poster Life at Jasa Marga.....	122
Gambar 4.56 Mockup Cetak X-Banner Life at Jasa Marga.....	123
Gambar 4.57 Final Artwork Packaging Box dengan Marks dan Bleeds.....	127
Gambar 4.58 Bentangan Technical Drawing Packaging Box.....	128
Gambar 4.59 Final Artwork Poster dengan Marks dan Bleeds.....	129
Gambar 4.60 Final Artwork X-Banner dengan Marks dan Bleeds.....	129
Gambar 4.61 Tote bag.....	132
Gambar 4.62 Notebook.....	133
Gambar 4.63 Pulpen.....	134
Gambar 4.64 Lanyard Dua Sisi.....	135
Gambar 4.65 Keychain.....	136
Gambar 4.66 Sticker Pack.....	137
Gambar 4.67 Pin Pack.....	138
Gambar 4.68 Display Card.....	139



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Psikologi Warna.....	21
Tabel 3.1 Budaya JSMR Move.....	40
Tabel 3.2 Target Audience.....	45
Tabel 3.3 Analisis SWOT.....	56
Tabel 3.4 Arahan Kreatif.....	60
Tabel 4.1 Key Visual Mindmap.....	65
Tabel 4.2 Hasil Feedback Capture Matrix pada Tahap Testing.....	124





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logbook Bimbingan.....	155
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	156
Lampiran 3 Dokumentasi Riset.....	184
Lampiran 4 Hasil Kuesioner.....	185
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Testing.....	186
Lampiran 6 Dokumentasi Testing.....	196
Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin.....	197
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup.....	201





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

Dalam menghadapi medan bisnis global yang penuh gejolak (*volatility*), ketidakpastian (*uncertainty*), kerumitan (*complexity*), dan ketidakjelasan (*ambiguity*) alias VUCA, perusahaan dituntut memutar otak agar tetap berdiri kokoh dan mampu bersaing. Salah satu kunci pentingnya adalah menjaga citra sebagai tempat kerja impian. Adaptasi perlu dilakukan sampai ke jantung strategi pengelolaan Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan (Bakti, 2023). Hal tersebut memaksa perusahaan supaya tampil menarik sebagai tempat kerja ideal, lewat strategi komunikasi yang kuat, tampilan visual yang menarik, dan yang paling utama, pengalaman kerja yang menyenangkan. Di sinilah *employer branding* berperan penting menjadi strategi krusial untuk memoles citra perusahaan di mata para pegawai yang sudah ada maupun calon-calon pegawai, dengan cara memamerkan pengalaman kerja yang tak hanya bermakna tapi juga otentik dan apa adanya (Widianingrum et al., 2025).

Saat ini *employer branding* di Indonesia sudah naik kelas. Ia bukan sekadar teknik komunikasi untuk mempercantik citra luar perusahaan. Lebih dari itu, ia menjadi strategi komunikasi dengan peran ganda, yakni menampilkan wajah terbaik perusahaan sekaligus menguatkan nilai-nilai dasar dan budaya kerja di dalamnya. Penelitian oleh Kaban (2025) mengatakan strategi ini efektif memicu karyawan jadi lebih terikat (*engaged*) dan otomatis lebih loyal. Dan salah satu pendekatan yang dianggap paling efektif adalah *brand activation*, yaitu kegiatan yang menghidupkan nilai dan identitas merek melalui pengalaman langsung dan media komunikasi visual (Aji & Juwita, 2023).



© 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

Pada implementasinya, *brand activation* dapat berjalan dengan adanya *marketing collateral*, yaitu seperangkat media komunikasi visual yang fungsinya menguatkan citra perusahaan. *Marketing collateral* seperti *merchandise*, banner, atau poster, berfungsi sebagai corong yang memperluas kesadaran merek (*brand awareness*) sekaligus merajut ikatan emosional yang kuat antara karyawan dengan tempat mereka bekerja. Dalam *employer branding*, *marketing collateral* memiliki peran yang krusial, yaitu menjaga pengalaman merek (*brand experience*) agar selalu konsisten, baik saat di lingkungan kantor sehari-hari, maupun ketika ada acara internal atau di luar perusahaan (Ulhaq & Anggraini, 2024). Perancangan *marketing collateral* yang matang dan terencana secara maksimal dapat menjadi salah satu kunci penting sukses atau tidaknya strategi komunikasi perusahaan.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk, salah satu perusahaan Danantara yang menjadi top market di industri jalan tol, memiliki tanggung jawab lebih, yaitu tidak sekadar membangun koneksi dan infrastruktur, tapi juga mesti memoles citra sebagai perusahaan yang modern dan punya karakter. Mulai tahun 2025 PT Jasa Marga (Persero) Tbk membangun *employer branding* untuk menguatkan ikatan emosional karyawan dengan perusahaan dengan cara mengekspos kehidupan kantor, nilai-nilai, dan budaya kolaboratif karyawan. Kegiatan *employer branding* ini dimulai dengan peluncuran kanal dengan nama Life at Jasa Marga di media sosial instagram. Selain melalui media sosial, upaya *employer branding* juga direncanakan dilakukan melalui *employer brand activation* agar identitas merek perusahaan juga dapat diakses secara nyata.

Marketing collateral dibutuhkan untuk menjembatani hal tersebut sebagai bagian dari pendekatan *brand activation*. *Collateral* yang dibutuhkan *employer branding* adalah *packaging box* sebagai media utama, berisi souvenir seperti *tote bag*, *notebook*, pulpen, *sticker pack*, pin, *keychain*, dan *lanyard*; serta x-banner dan poster sebagai dua media utama lainnya. Seluruh media ini dihadirkan sebagai upaya strategis untuk memperkuat *employer branding* perusahaan sekaligus merealisasikan *brand activation* Life at Jasa Marga secara lebih



© 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

maksimal.

Penelitian terdahulu telah mengkaji *employer branding* dan *brand activation* secara terpisah: Arinawati et al. (2021) menemukan *employer brand* berpengaruh positif terhadap *employee engagement* karyawan milenial di PT Telekomunikasi Indonesia lewat pendekatan kuantitatif survei; Ulhaq dan Anggraini (2024) secara kualitatif menemukan bahwa Telkom Indonesia menerapkan komunikasi terpadu dalam *employer branding* melalui empat *employee value proposition* (EVP) yang diwujudkan lewat kebijakan kerja fleksibel, program pengembangan karyawan, dan strategi omnichannel di media sosial; sementara Aji dan Juwita (2023) mengidentifikasi lima jenis *brand activation* (*direct marketing*, *social media*, *promotion*, *marketing event*, dan *sponsorship activation*) pada studi kasus Headstock Coffee di Balikpapan. Ketiga studi ini menunjukkan bahwa *employer branding* dan *brand activation* masing-masing sudah banyak dikaji, namun perancangan *marketing collateral* sebagai wujud visual dan fisik dari *employer brand activation*, khususnya pada perusahaan BUMN atau Danantara sektor infrastruktur, masih belum banyak digarap.

Perancangan *marketing collateral* penting untuk dilakukan karena sangat berpengaruh dalam membangun ikatan emosional yang erat antara karyawan dan perusahaan, ia dapat berfungsi ketika ada acara internal, pengingat kehadiran merek (*brand presence reminder*) yang memberikan eksposur berkelanjutan saat dipakai, sampai menjadi wajah perusahaan di acara-acara eksternal. Semua itu bertujuan mendongkrak kesadaran (*awareness*) hingga partisipasi aktif para karyawan. Studi dari Rachman & Lubis (2025) mengatakan, komunikasi visual yang dirancang matang dan konsisten pengaruhnya begitu besar terhadap pembentukan citra perusahaan sekaligus menumbuhkan rasa memiliki. Dengan adanya *collateral* yang selaras terhadap karakter dan budaya Jasa Marga, perusahaan bisa memberikan pengalaman merek (*brand experience*) yang jauh lebih nyata, berkelanjutan, dan mampu mendukung tujuan *employer branding* mereka agar tetap relevan dan super adaptif di era VUCA yang penuh tantangan ini.



Hak Cipta :

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

1.2 Rumusan Masalah

Mengacu pada latar belakang yang dibahas sebelumnya, bisa dirumuskan bahwa permasalahan yang dapat dibahas adalah:

1. Bagaimana merancang *marketing collateral* untuk *brand activation* Life at Jasa Marga yang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* PT Jasa Marga (Persero) Tbk?
2. Bagaimana menerapkan elemen dan prinsip desain grafis dalam perancangan media *marketing collateral* yang sesuai dengan *visual branding* Life at Jasa Marga?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada penulisan tugas akhir diperlukan batasan ruang lingkup pembahasan, tujuannya agar pembahasan tidak merembet dari fokus yang dibahas. Dan penelitian dapat berjalan sesuai tujuan. Karenanya, desain tugas akhir ini akan mencakup topik-topik berikut:

1. Proses perancangan *marketing collateral* sebagai media *brand activation* untuk Life at Jasa Marga.
2. Penerapan teori desain grafis (elemen dan prinsip desain) dalam perancangan *marketing collateral* Life at Jasa Marga.
3. Pengaplikasian desain pada seluruh media *branding*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berpegangan pada apa yang sudah dibahas pada latar belakang, perumusan masalah, dan ruang lingkup pembahasan, berikut tujuan sekaligus manfaat yang ingin dicapai dari tugas akhir ini:

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari perancangan *marketing collateral* untuk media *brand activation* Life at Jasa Marga, adalah berikut:

1. Merancang *marketing collateral* untuk *brand activation* Life at Jasa Marga yang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* PT Jasa



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

Marga (Persero) Tbk.

2. Menerapkan elemen dan prinsip desain grafis dalam perancangan media *marketing collateral* yang sesuai dengan *visual branding* Life at Jasa Marga.

1.4.2 Manfaat

Perancangan ini diharapkan bisa memberikan manfaat pada bidang:

- a. Akademis
Memberikan andil pada pengembangan ilmu desain grafis, terutama bagaimana strategi *employer branding* itu diaplikasikan secara nyata lewat *marketing collateral* dan aksi *brand activation* di ranah korporasi.
- b. Klien PT Jasa Marga (Persero) Tbk
Menciptakan alat berupa *marketing collateral* untuk memantapkan citra dan keseragaman visual dari Life at Jasa Marga, yang diperuntukkan bagi kebutuhan internal dan eksternal.
- c. Praktis Desain Grafis
Sebagai wujud nyata penerapan desain grafis secara komprehensif, yang mencakup proses pengembangan konsep visual perusahaan, perancangan *marketing collateral*, hingga penyesuaian elemen desain agar tetap konsisten dan relevan di berbagai media.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini diperlukan sistematika yang disusun secara terstruktur agar memudahkan pembaca dalam memahami alur penelitian dan proses perancangan yang dilakukan. Adapun sistematika penulisan dalam tugas akhir ini terdiri atas lima bab yang masing-masing terbagi ke dalam beberapa subbab, dan akan diuraikan secara komprehensif sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I berisikan Latar Belakang perancangan *marketing collateral* Life at Jasa Marga untuk *brand activation* 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

kaitannya pada *employer branding*. Selain itu terdapat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab II membahas teori desain grafis dalam proses perancangan *marketing collateral* untuk Life at Jasa Marga. Pembahasan mencakup teori tentang *marketing collateral*, *brand activation*, *employer branding*, serta prinsip-prinsip lain dan relevan.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab III dijelaskan mengenai pendekatan dan metode riset desain yang diterapkan pada perancangan *marketing collateral* untuk Life at Jasa Marga. Disamping itu, bab ini memuat proses pengumpulan data, analisis data, dan arahan kreatif yang menjadi landasan dalam perancangan *marketing collateral*.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab IV menguraikan dengan lengkap proses perancangan *collateral* mulai dari eksplorasi konsep visual yang menggunakan *mind map* dan *mood board*, sketsa, digitalisasi, *prototype*, hingga *testing* kepada client. Di samping itu dijelaskan juga masing-masing fungsi dari media beserta estimasi harga tiap *collateral*.

BAB V PENUTUP

Bab V memaparkan kesimpulan dan saran yang diperoleh dari keseluruhan penelitian dan perancangan *marketing collateral* Life at Jasa Marga. Bertujuan agar dapat menjadi sumber baru bagi perkembangan *marketing collateral* pada lingkup korporasi BUMN atau Danantara.

Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian yang telah dilakukan, *marketing collateral* untuk *brand activation* Life at Jasa Marga berhasil menjawab kedua rumusan masalah penelitian ini, sebagaimana diuraikan berikut:

1. *Marketing collateral* yang dirancang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

Hal ini dibuktikan melalui hasil *feedback capture matrix* dari wawancara terhadap 10 karyawan Jasa Marga (3 manajer dan 7 asisten manajer). Pada kategori *likes*, seluruh responden menyatakan pesan dari setiap media mudah dimengerti, visual dinilai *eye-catching*, segar, dan modern sesuai lingkungan kantor, serta desain dinilai konsisten dengan citra Life at Jasa Marga yang *playful*, modern, dan humanis. Responden juga menunjukkan antusiasme tinggi seperti merasa senang dan bangga setelah melihat langsung seluruh collateral serta menyatakan bahwa rangkaian media ini mampu meng-counter persepsi Jasa Marga sebagai perusahaan BUMN/Danantara yang korporat dan senior, menjadi kesan yang lebih modern dan mengikuti zaman. Dengan demikian, pesan strategi employer branding yang ingin disampaikan lewat collateral ini terbukti tersampaikan dan diterima baik oleh audiens sasarannya. Meski demikian, hasil testing turut memunculkan sejumlah kritik dan ide teknis (media poster, tote bag, dan keychain) sebagaimana telah dijabarkan pada subbab 4.2.6, yang menunjukkan bahwa pencapaian ini masih memerlukan penyempurnaan pada aspek produksi sebelum seluruh media benar-benar siap dipakai secara massal.



© 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. Elemen dan prinsip desain grafis berhasil diterapkan sesuai dengan visual *branding* Life at Jasa Marga.

Penerapan ini tidak hanya berhenti pada tahap perancangan, tetapi juga terbukti diterima oleh audiens. Preferensi responden terhadap tiga media utama terpilih, pertama *packaging hardbox* "Your Journey Starts at Jasa Marga" (55,6% atau 10 dari 18 responden), poster "The Energy of Togetherness" (72,2% atau 13 dari 18 responden), dan x-banner "Start a Great Day Here" (55,6% atau 10 dari 18 responden), ketiganya menunjukkan bahwa penerapan elemen visual (warna, tipografi, ilustrasi) dan prinsip desain (kesatuan, keseimbangan, penekanan, irama) yang digunakan berhasil menciptakan desain yang dianggap paling merepresentasikan identitas Life at Jasa Marga dibandingkan alternatif lain yang diujikan. Hal ini turut dikuatkan oleh tanggapan pada tahap *testing* yang menyebutkan bahwa desain secara keseluruhan konsisten dan selaras dengan *brand*, serta seluruh *collateral* dinilai sudah menjadi satu kesatuan yang mencerminkan identitas visual Life at Jasa Marga. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *marketing collateral* yang telah dirancang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* Life at Jasa Marga sekaligus menjadi wujud penerapan teori desain grafis yang terbukti diterima baik oleh audiens sasarannya, sebagaimana ditunjukkan melalui hasil pengujian pada 10 karyawan Jasa Marga.

Maka dapat disimpulkan bahwa *marketing collateral* yang telah dirancang mampu menjawab kedua rumusan masalah penelitian ini, yaitu sebagai media yang mampu menyampaikan pesan strategi *employer branding* Life at Jasa Marga dalam memperkuat strategi *employer branding* PT Jasa Marga (Persero) Tbk, sekaligus sebagai wujud penerapan teori desain grafis secara komprehensif dalam sebuah proyek perancangan korporat.



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

5.2 Saran

Berdasarkan simpulan yang telah dicapai, berikut adalah beberapa saran yang dapat disampaikan, baik untuk pemecahan masalah pada objek penelitian maupun untuk kemungkinan penelitian atau perancangan lanjutan.

1. Bagi Penelitian atau Perancangan Selanjutnya

Perancangan ini masih berfokus pada media cetak sebagai bagian dari *brand activation* Life at Jasa Marga. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengembangan *marketing collateral* ke arah media digital atau media *activation* lain yang dapat melengkapi kanal Instagram Life at Jasa Marga yang sudah ada, sehingga *employer branding* dapat dijangkau secara lebih konsisten di berbagai titik sentuh (*touchpoint*) karyawan. Selain itu, pengujian desain dengan jumlah responden yang lebih besar dan representatif dari berbagai unit kerja dapat dipertimbangkan untuk mendapatkan data yang lebih komprehensif dibandingkan *testing* pada tugas akhir ini.

2. Bagi Mahasiswa Desain Grafis

Hasil perancangan ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi dalam menyusun *marketing collateral* untuk kebutuhan *employer branding* di lingkup korporat BUMN atau Danantara, khususnya dalam mengombinasikan metode *design thinking* dengan pengujian desain berbasis kuesioner dan wawancara langsung kepada pengguna, agar hasil rancangan benar-benar sesuai dengan kebutuhan dan karakter audiensnya.



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Achmad Fauzi, R. O. (2023). Tinjauan Fotografi Dan Grafis Dalam Gambar-Gambar Terpilih Dari Akun Instagram Dekranasda Sleman (Mei 2021—Juli 2022). *Jurnal Pengabdian Multidisiplin*, 3(3).
<https://doi.org/10.51214/00202303732000>
- Ade Lia Kurnia Safitri & Ahmad Fuad. (2025). Perancangan Media Poster Sebagai Sarana Promosi dan Informasi pada Website Kopi Es Tak Kie Menggunakan Metode Design Thinking. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu seni, Media dan Desain*, 2(5), 15–26.
<https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i5.908>
- Adiwardana, F. H., & Nugroho, D. R. (2025). Analisis Elemen Visual Postingan Konten Infografis Edukasi pada Feed Akun Instagram @ditjentataruang Edisi Januari 2025. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 4(1), 211–226. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i1.5029>
- Aji, D. A., & Juwita, R. (2023). Brand Activation sebagai Bentuk Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu (Studi Kasus: Headstock Coffee di Balikpapan). *Jurnal Indonesia : Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 4(3), 1446–1462. <https://doi.org/10.35870/jimik.v4i3.354>
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*.
https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/?utm_source=



© 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

- Arinawati, L., Purbasari, R., & Suryanto, S. (2021). Pengaruh Employer Brand Terhadap Employee Engagement Pada PT. Telekomunikasi Indonesia. *JABE (Journal of Applied Business and Economic)*, 8(2), 128. <https://doi.org/10.30998/jabe.v8i2.9264>
- Bakti, R. (2023). Implementasi Peran Pemimpin Dan Human Resources Dalam Organisasi Di Masa VUCA. *Jurnal Gici Jurnal Keuangan dan Bisnis*, 14(1), 26–30. <https://doi.org/10.58890/jkb.v14i1.17>
- Chan, A., . R., & Azzahra, S. F. (2020). Employer Branding PT. Astra International. *AdBispreneur*, 4(2), 123. <https://doi.org/10.24198/adbispreneur.v4i2.22547>
- Chandra, G. S., Trismaya, N., Nuh, M., & Khassani, I. (2024). Perancangan Visual Media Promosi Maaz Grooming. *Jurnal Desain: Kajian Penelitian Bidang Desain*, 5(2), 792–810. <https://doi.org/https://doi.org/10.33376/jdes.v5i2.2560>
- Dina, F., & Kartono, G. (2025). Tinjauan penerapan tata letak (layout) pada karya poster Pross Desain Studio tahun 2018-2019. *Visual Heritage: Jurnal Kreasi Seni dan Budaya*, 7(2), 256–266. <https://doi.org/https://doi.org/10.30998/vh.v7i2.8932>
- Djunaedi, A., Anggarini, A., & Kartika, R. N. (2024). Penerapa Design Thinking Pada Perancangan Marketing Collateral Untuk Ristant Catering. *Jurnal Katamata*, 02(01), 47–55.
- d.school, S. (n.d.). *Design Thinking Bootleg*. Stanford d.School. Retrieved 2 July 2026, from <https://dschool.stanford.edu/tools/design-thinking-bootleg>



© 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

- Evrina, P. W., & Wulansari, P. (2023). Pengaruh Employer Branding dan Reputasi Organisasi Terhadap Intention to Apply Pada Generasi Z (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Bisnis Universitas Telkom). *JIMEA: Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, dan Akuntansi)*, 7(2), 603–619. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3045>
- Fadiah, S. N., & Satriadi. (2024). Peran Warna dalam Meningkatkan Daya Tarik Visual Logo. *Paratiwi: Jurnal Seni Rupa dan Desain*, 3(2), 126–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.26858/p.v3i2.62470>
- Farida, E., Kholidah, N. R. J., & Sarjono, S. (2020). Penerapan Pembelajaran Psikologi Warna untuk Meningkatkan Kemampuan Mahasiswa Dalam Memilih Warna pada Desain Kemasan Produk Prodi Manajemen FEB UNISMA. *Jurnal Inovasi Pendidikan Ekonomi (JIPE)*, 10(1), 40. <https://doi.org/10.24036/011085220>
- Fariq Hasril Adiwardana & David Rizar Nugroho. (2025). Analisis Elemen Visual Postingan Konten Infografis Edukasi pada Feed Akun Instagram @ditjentataruang Edisi Januari 2025. *Jurnal Riset Rumpun Seni, Desain dan Media*, 4(1), 211–226. <https://doi.org/10.55606/jurrsendem.v4i1.5029>
- Firmansyah, R. F., Hery N, S., Khasani, I., Rahmawaty, D., & Darsono, B. (2024). Perancangan visual kemasan untuk Kedai Ummi Yenny di Depok. *Jurnal Desain: Kajian Penelitian Bidang Desain*, 4(2), 666–681. <https://doi.org/https://doi.org/10.33376/jdes.v4i2.2794>
- Fitria, M., Pandin, A. T., Shabrina, A., Gunawan, D. F., Prianka, W. T., & Gunadi, H. (2023). Penerapan Design Thinking dalam Perancangan Strategi



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

Pemasaran UMKM Jahe Cap Maher. *Journal of Research on Business and Tourism*, 3(1), 1. <https://doi.org/10.37535/104003120231>

Hidayat, T. P. (2023). PERAN PENTING PALET WARNA DAN SEMIOTIKA DALAM INTERPRETASI POSTER FILM. *TUTURRUPA*, 5(1), 34–47. <https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v5i1.10739>

Januaji, D. (2022, July 21). *Marketing Collateral dan Manfaatnya Bagi Bisnis*. <https://accurate.id/marketing-manajemen/marketing-collateral/>

Kaban, E. S. (2025). Developing Employer Branding Strategy Based On Design Science Research To Attract Generation Z's Intention To Apply at Company A. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE)*, 8(3), 9542–9555. <https://doi.org/https://doi.org/10.31538/ijse.v8i3.7478>

Kumar, R., & Naaz, S. (2023). Exploring the Depth of Elements and Principles of Visual Design. *ShodhKosh: Journal of Visual and Performing Arts*, 4(2ECVPAMIAP). <https://doi.org/10.29121/shodhkosh.v4.i2ECVPAMIAP.2023.709>

Lailynisa Fadilla Iswadi, Jamiati Kn, & Daniel Handoko. (2023). Pengaruh Brand Activation Terhadap Brand Image Whitelab: Survei pada Pengunjung Unveil the New Whitelab. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora*, 1(4), 89–107. <https://doi.org/10.47861/tuturan.v1i4.509>

Listya, A. (2018). Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. *Jurnal Desain*, 6(01), 10. <https://doi.org/10.30998/jurnaldesain.v6i01.2837>



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

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

Muhammad Fajar Ahadi & Arif Amrulloh. (2023). Penerapan Metode Design Thinking Dalam Perancangan Aplikasi Pemesanan Galon. *Journal of Computer Science and Visual Communication Design*, 8(2), 291–306. <https://doi.org/10.55732/jikdiskomvis.v8i2.907>

Munthe, A. R., Hidayati, N., Hsb, P. S., Dalimunthe, F., & Tanjung, M. D. (2025). Psikologi Warna Dalam Desain Grafis Implikasi Terhadap Persepsi Audiens. *Insight Journal*, 1(2), 91–98. <https://doi.org/https://ejournal.ynam.or.id/index.php/kopiko/article/view/56>

OCBC, R. (2024). *OCBC - Marketing Collateral: Manfaat, Jenis-Jenis, dan Tips Membuatnya*. https://www.ocbc.id/id/article/2024/02/12/marketing-collateral-adalah?utm_source=

Pramesti, R. D., Anggarini, A., Salma, L., & Postha, A. K. R. (2024). Model penggunaan kombinasi warna pada desain kemasan makanan ringan terhadap minat konsumen. *Jurnal Desain*, 12(1), 156. <https://doi.org/10.30998/jd.v12i1.21050>



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

- Pranata, H., Ilham, M., & Malik, H. (2025). Tipografi Sebagai Bentuk Ekspresi Visual Dalam Media Cetak dan Digital. *J-TECH : Journal Technology of Computer*, 2(1), 16–24.
- Purnengsih, I., Pratama, D., Amzy, N., & Pramudita, P. (2021). Model Desain Kemasan untuk Pelaku Usaha Kerupuk Mie Karadenan Bogor di Era New Normal. *Adi Widya: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 64–73. <https://doi.org/https://doi.org/10.33061/awpm.v5i1.4595>
- Purnomo, N., Nawafilah, N. Q., & Husen, H. (2023). Pelatihan Desain Grafis Berbasis Vektor Untuk Meningkatkan Minat Usaha. *Jurnal Abdimas Berdaya : Jurnal Pembelajaran, Pemberdayaan dan Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 184. <https://doi.org/10.30736/jab.v6i2.541>
- Rachman, F. M., & Lubis, R. N. A. (2025). *Employer Branding for Organisational Alignment and Internal-External Synergy in the Digital Era*. Zenodo. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.15773457>
- Rajagukguk, R. (2022, December 22). *Marketing Collateral: Elemen Penting bagi Merek*. [www.marketeers.com. https://www.marketeers.com/marketing-collateral-elemen-penting-bagi-merek/](https://www.marketeers.com/marketing-collateral-elemen-penting-bagi-merek/)
- 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. *Desain Komunikasi Visual, Manajemen Desain dan Periklanan (Demandia)*, 3(02), 219. <https://doi.org/10.25124/demandia.v3i02.1549>



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

- Romdhoni, M., & Luthfie, M. (2023). Desain Infografis Media Promosi dalam Penerimaan Peserta Didik Baru. *Karimah Tauhid*, 2(5), 1807–1818. <https://doi.org/https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v2i5.10173>
- Safitri, A. L. K., & Fuad, A. (2025). Perancangan Media Poster Sebagai Sarana Promosi dan Informasi pada Website Kopi Es Tak Kie Menggunakan Metode Design Thinking. *Abstrak : Jurnal Kajian Ilmu seni, Media dan Desain*, 2(5), 15–26. <https://doi.org/10.62383/abstrak.v2i5.908>
- Santosa, K. I. M. R., & Wahyu, A. P. (2024). Perancangan Ilustrasi sebagai Media Promosi dan Visual Branding Pantai Cibuaya. *Jurnal Desain*, 11(2), 292. <https://doi.org/10.30998/jd.v11i2.17398>
- Setiawan, H., Alya, & Amayati, V. (2025). Analisis Tipografi Dan Tata Letak Terhadap Daya Serap Informasi Dalam Media Cetak. *Syi'ar: Jurnal Ilmu Komunikasi, Penyuluhan dan Bimbingan Masyarakat Islam*, 8(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.37567/syiar.v8i1>
- Simangunsong, K. B. A., & Arifianto, P. (2024). Penerapan Desain Grafis sebagai Media Promosi bagi PT. Colar Creativ Industri Bagian Colar Living. *SYNAKARYA Visual Communication Design Student Journal*, 5(1), 69–84. <https://doi.org/10.33005/synakarya.v5i1.121>
- Sylvia, N., & Muladi, E. (2025). Analisis Pengaruh Warna Pada Preferensi Konsumen Terhadap Desain Produk Makanan. *Kartala Visual Studies*, 4(2), 1–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.36080/kvs.v4i2.240>
- Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). Analisa Pengaruh Desain Grafis pada Konten Media Sosial terhadap Daya Tarik Pengguna dari Generasi Z di Kota



© 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

Batam. *Journal on Education*, 5(3), 9523–9539.
<https://doi.org/10.31004/joe.v5i3.1825>

Ulhaq, A. W., & Anggraini, C. (2024). Analysis of The Implementation of Integrated Communication in Employer Branding Management (Case Study at PT Telkom Indonesia (Persero), Tbk). *PERSEPSI: Communication Journal*, 7(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.30596/persepsi.v7i2.19877>

Widianingrum, M. I., Yuniarso, R., & Suwarno, H. L. (2025). Peran Employer Branding Terhadap Kepuasan Kerja dan Kinerja Karyawan di Universitas Swasta Bandung. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 6(7), 3681–3691.
<https://doi.org/10.59141/japendi.v6i7.7457>

Yulius, Y., & Pratama, E. (2021). Metode Design Thinking Dalam Perancangan Media Promosi Kesehatan Berbasis Keilmuan Desain Komunikasi Visual. *Besaung : Jurnal Seni Desain dan Budaya*, 6(2).
<https://doi.org/10.36982/jsdb.v6i2.1720>

Zahra, N., & Mansoor, A. Z. (2024). Warna dan Emosi Untuk Media Desain Interaktif: Literature Review. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 13(1), 340–345.
<https://doi.org/10.24114/gr.v13i01.57946>



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

LAMPIRAN

Lampiran 1 *Logbook* Bimbingan

Logbook Bimbingan

Table	Feed					New
As	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	To-do
	Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Latar Belakang	October 7, 2025	Menyelesaikan latar belakang dan seluruh sub bab dari BAB I lainnya.
	Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan Rumusan Masalah	Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan Rumusan Masalah	October 13, 2025	Seluruh bagian di Bab I direvisi minor berdasarkan arahan pembimbing. Revisi difokuskan pada pemilihan diksi yang digunakan agar menggunakan kata baku, kemudian menambahkan sitasi dan menghapus paragraf tidak relevan.
	Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Latar Belakang	October 24, 2025	Melakukan diskusi terkait penyesuaian judul penelitian akibat ketidaksesuaian judul sebelumnya dengan ketentuan yang berlaku.
	Bimbingan ke-4	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Latar Belakang	October 28, 2025	Menetapkan judul penelitian baru sebagai pengganti judul sebelumnya karena tidak sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
	Bimbingan ke-5	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan	Latar Belakang Tujuan penelitian Ruang Lingkup dan Batasan	November 7, 2025	Merevisi seluruh catatan minor dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat. Paralel berdiskusi terkait kerangka BAB II dengan dosen pembimbing.

Aryani's Thesis / Logbook Bimbingan

Edited 14m ago Share ☆

As	Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	To-do
			Rumusan Masalah Kerangka teori	Rumusan Masalah Kerangka teori		
	Bimbingan ke-6	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	Penulisan Bab 2 Kerangka teori	November 24, 2025	Melakukan asistensi dengan dosen terkait BAB II mulai dari penulisan kerangka teori dari masing-masing sub bab employer branding, brand activation, elemen desain, mulai dari warna, typography, layout dan gambar dan prinsipnya
	Bimbingan ke-7	Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Profil Klien Metode Penelitian Mencari data consumer insight Analisis Positioning Product Knowledge	Penulisan Bab 2 Profil Klien Metode Penelitian Mencari data consumer insight Analisis Positioning Product Knowledge	December 4, 2025	Merevisi seluruh catatan minor pada BAB II dan berdiskusi dengan dosen terkait BAB II.
	Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Profil Klien Product Knowledge Analisis Positioning Analisis SWOT Analisis consumer knowledge	Profil Klien Product Knowledge Analisis Positioning Analisis SWOT Analisis Positioning	December 16, 2025	Menyelesaikan seluruh sub bab dari BAB III

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

	Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Profil Klien Product Knowledge Analisis Positioning Analisis SWOT Analisis consumer insight Target Audience Creative Brief Analisis kompetitor	Profil Klien Product Knowledge Analisis Positioning Analisis SWOT Analisis consumer insight Target Audience Creative Brief Analisis kompetitor	December 16, 2025	Menyelesaikan seluruh sub bab dari BAB III
	Bimbingan ke-9	Bab 1 Pendahuluan Bab 2 Landasan Perancangan Bab 3 Metode Perancangan			December 17, 2025	Mendapatkan revisi minor dimasing-masing bab, dan merevisi seluruh catatan minor dari pada BAB I, BAB II dan BAB III.

Activate Windows
Go to Settings to activate Windows.

+ New page



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara dengan Manager

Nama : Renita Febryana

Jabatan : Digital and Social Media Section Head

Hari/Tanggal : Kamis, 11 Desember 2025

Lokasi : Kantor Pusat PT Jasa Marga (Persero) Tbk, Jl. Dukuh V Blok Haji Sairi No.21, RT.8/RW.2, Dukuh, Kec. Kramat jati, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

Dari pengalaman kakak, tantangan apa yang biasanya muncul saat mengkomunikasikan Life at Jasa Marga ke karyawan?	Secara tantangan, Life at JM itu lebih playful, karena ini kan kebutuhan internal, dan bagaimana caranya bisa mengkomunikasikan visual dengan gaya playful ke demografis di karyawan di JM yang semakin ke sini pastinya lebih banyak diisi generasi muda. Tapi juga mempertimbangkan masih banyaknya bapak ibu senior di Jasa Marga. Life at JM ini juga hal baru buat Jasa Marga ya, dan belum terlalu dibangun secara maksimal. Intinya gimana informasi yang disampaikan ini harus tetap informatif, tetapi sesuai identitas Life at JM.
Saat menjalankan event atau aktivitas Life at Jasa Marga, media atau atribut apa saja yang dibutuhkan kak?	Kalau media itu bisa beragam, tergantung event dan program yang diadakan, umumnya itu poster dan banner ya, bisa dibuat customized mengikuti tema dari acara tersebut atau pesan apa yang ingin disampaikan lewat medianya. Tapi untuk atribut pastinya ada tote bag, karena setiap karyawan pasti perlu tas tambahan untuk bawa barang-barangnya. Terus notebook dan pulpen untuk dibawa mencatat, ada juga pin sama lanyard untuk identitas diri yang desainnya dibuat playful. Tapi kalau membicarakan Life at JM, atribut yang dibutuhkan bisa lebih fleksibel lagi, karna kan harus something new yang mencerminkan Life at JM yang playful dan engaging ya, bisa seperti sticker pack untuk ditempel di laptop, terus gantungan kunci yang bisa dipakai sebagai aksesoris.
Saat karyawan melihat konten atau media Life at Jasa Marga, kesan, pesan, atau nilai apa yang sebenarnya ingin kakak	Secara desain visual harus tidak rumit, lalu tidak bikin pusing saat dibaca, tetapi tetap identitas dari Life at JM itu diterapkan sehingga saat karyawan melihat desain yang Aryani buat, awareness karyawan bertambah terhadap kehadiran Life at JM di perusahaan. Next point, karyawan itu saat melihat



© 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

mereka rasakan atau tangkap?	desainnya harus ada kemauan untuk membaca atau melihat karena desainnya menarik. Jadi desain balik lagi harus mempertimbangkan ke seluruh karyawan JM ya, bisa dari desainnya dibuat clean tapi tetap playful agar karyawan saat membaca bisa nyaman tapi vibes Life at JM tetap ada, dan yang terpenting mereka mendapatkan insight dari desain visual yang udah Aryani buat.
Kalau membicarakan gaya visual, tampilan seperti apa yang menurut kakak paling cocok menggambarkan karakter Life at Jasa Marga?	Life at JM ini kan adalah kanal baru dari Jasa Marga, secara persona memang dibuat berbeda dari kanal official Jasa Marga yang profesional, clean, dan minimalis. Justru di Life at JM adalah kebalikan dari officialnya, desain harus dibuat lebih menarik dan unik, tetapi tetap menjaga desain visualnya supaya tidak crowded. Brand essence dari Life at JM sendiri juga human-centered ya, jadi diperlukan style yang memang cocok dengan gaya tersebut agar desain terasa lebih dekat dan penyampaian lebih fun ke Roadster Jasa Marga, jadi kalau dibilang karakter yang cocok untuk Life at Jasa Marga memang playful.
Harapan kakak terhadap marketing collateral yang akan aku rancang ini seperti apakah? Baik untuk event, agenda, ataupun kebutuhan aktivasi lainnya	Harapannya tentu bagaimana desain-desain yang kamu buat bisa benar-benar membangun sense of belonging karyawan. Jadi bukan hanya sekadar media atau atribut yang dipakai sekali lalu selesai, tapi sesuatu yang membuat mereka merasa bangga ketika menggunakannya. Idealnya, mereka bahkan mau membawa atau memakai collateral itu di luar kantor, karena merasa desainnya representatif, menarik, dan mencerminkan identitas mereka sebagai Roadster Jasa Marga. Jadi, lebih ke bagaimana visual yang kamu rancang bisa menjadi bagian dari pengalaman mereka sehari-hari.



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

Transkrip Wawancara dengan Karyawan Jasa Marga

NARASUMBER 1 - Cindy, Assistant Manager, CCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Biasanya aku pakai tote bag sama lanyard sih. Reasonnya karena lebih simpel dibawa dan muat banyak barang buat kerja.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Seru sih, soalnya kontennya ringan dan relate sama keseharian aku sebagai Roadster. Jadi ngerasa lebih deket aja.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan terasa, karena banyak aktivitas internal yang sebelumnya aku nggak tau kan, terus sama Life at JM dipublish sebagai kontennya, jadinya aku bisa tau tentang aktivitas itu.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu buat aku perusahaan besar yang lingkungannya suportif dan punya banyak banget kesempatan untuk berkembang. Mereka kasih kita banyak benefits sebagai karyawan, dan aku bersyukur banget atas itu.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Karena punya salah satu merchnya JM sih, aku kan punya e-money card perusahaan yaa karena pas workshop gitu aku jawab pertanyaan, eh dapet e-money cardnya deh.. dan itu buat aku keren banget, aku bangga karena udah kerja di perusahaan penyelenggara jalan tol terbesar, eh lewat tol pun dapet e-money cardnya mereka.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Oh menarik banget, aku suka banget sama sesuatu yang bernuansa lucu, dan Life at JM buat aku punya unsur lucu itu.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Aku suka yang kombinasi foto & teks.

NARASUMBER 2 - Aldi, Assistant Manager, CCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Paling sering sih aku pakai notebook. Soalnya dipakai terus buat meeting.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**



© 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

Menurutku informatif dan fun yaa. Terus bantu banget buat aku sebagai karyawan tau tentang kegiatan - kegiatan di unit lain.

3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup kuat, apalagi kalau kontennya tentang cerita dari Roadster. Buat aku jadi kebanggaan tersendiri sih bisa liat temen ku masuk ke konten dan ada di feeds Life at JM.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Tempat yang care sama karyawannya dan banyak ekskul seru untuk diikuti, kerja di sini jadi gak bosenin.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Lingkungan kerja yang solid dan support system di setiap divisinya sih, contohnya disemangatin kerja sama manager ku sendiri, rasanya kerjaan tuh jadi ringan aja.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Buat aku iya, karena desainnya fun banget, jadi nggak ngebosenin.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout dinamis dengan elemen visual variatif.

NARASUMBER 3 - Jihan, Assistant Manager, CCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Tote bag sih kalau yang paling sering, karena simple tapi bisa nampung banyak barang-barang aku.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamanku pastinya positif, karena visual Life at JM itu playful tapi tetap informatif.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, alasannya karena konten Life at JM itu nunjukkin sisi humanis dari kegiatan karyawan di sini.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Buatku Jasa Marga itu perusahaan yang inovatif, profesional, dan punya budaya kerja yang baik.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan**



© 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

menjadi bagian dari Jasa Marga?

Saat aku pertama kali bertugas di JMTC (Jasamarga Tollroad Command Center) sih, itu perasaannya luar biasa kagum sama teknologi yang ada di sana, ngeliat big screen yang isinya seluruh CCTV yang terpasang di ruas tol milik Jasa Marga di seluruh pulau Indonesia.. Dan pertama kalinya aku bisa memantau dan melihat langsung gimana petugas Jasa Marga memang standby 24/7 untuk masyarakat.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sih sejauh ini sudah menarik ya, tapi preferensi sih untuk beberapa konten mungkin bisa lebih clean lagi dari visualnya, supaya gak terlalu ramai.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan foto aktivitas Roadster.

NARASUMBER 4 - Yuni, Senior Officer, CCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya ibu gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya lebih sering memakai lanyard dan notebook. Itu yang paling fungsional untuk pekerjaan harian.
2. **Bagaimana pengalaman ibu selama melihat konten Life at JM?**
Menurut saya kontennya menyenangkan dan cukup membantu mengenalkan kegiatan internal untuk generasi baru.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat ibu merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Buat saya ada pengaruhnya ya, terutama karena kontennya memperlihatkan aktivitas di sini, lalu menampilkan ekstrakurikuler dari perusahaan dan seluruh event yang ada di Jasa Marga.. Jadi memang sangat ada pengaruhnya.
4. **Bagaimana persepsi ibu terhadap perusahaan tempat ibu bekerja sekarang?**
Perusahaan yang sudah matang dengan sistem kerja yang jelas dan terus berkembang juga berinovasi mengikuti zaman.
5. **Faktor apa yang buat ibu paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saat tau orang-orang di sekitar saya menggunakan produknya Jasa Marga yaitu aplikasi Travoy, dan mereka sangat terbantu dengan kehadiran aplikasi ini... buat saya rasanya bangga banget karena Jasa Marga ternyata sudah melakukan inovasi terus menerus demi memberikan pelayanan terbaiknya ke masyarakat.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat ibu?**
Cukup menarik, meski saya pribadi lebih suka tampilan yang tidak terlalu ramai.
7. **Jenis tampilan visual yang paling ibu mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**



© 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

Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 5 - Hana, Assistant Manager, LCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Paling sering pakai lanyard dan tote bag. Lanyard wajib buat akses, tote bag kepakai terus buat bawa barang-barang.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Cukup menarik, karena isinya nggak melulu formal. Jadi refreshing di sela kerjaan yang cukup padat.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan, karena aku jadi tau aktivitas internal dan dapet insight baru dari fun kontennya Life at JM kayak Roadster Experience itu.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Persepsi ku terhadap Jasa Marga itu perusahaan yang stabil, sistemnya jelas, dan cukup adaptif dengan perubahan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saat perusahaan meraih penghargaan di berbagai acara sih, buat aku artinya karyawan, direksi dan seluruh pihak di perusahaan udah lakuin performa terbaiknya.. Makanya perusahaan dapetin apresiasi dari eksternal.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik, tapi tetap perlu dijaga supaya nggak terlalu ramai.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 6 - Kartika, Assistant Manager, LCO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku sering pakai tote bag dan lanyard. Tote bag praktis buat bawa dokumen dan laptop, kalau lanyard untuk tempat id card ku dan kartu kereta.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Seru dan informatif. Kontennya terasa ringan banget tapi tetap bisa mencerminkan kehidupan kerja di Jasa Marga.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**



© 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

Terasa banget, terutama kalau akun Life at JM suka nge-repost IG story karyawan-karyawannya dan kasih semangat lewat IG story itu, termasuk aku juga pernah di-repost sama akun Life at JM. Rasanya seneng banget dan seru.

4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, tertata, dan memperhatikan kesejahteraan karyawan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Karena reputasi perusahaannya yang baik ya.. Jasa Marga itu udah terkenal banget sebagai perusahaan besar di industri jalan tol. Terus aku pernah ada pengalaman lagi parkir gitu di salah satu tempat, dan kebetulan aku baru nempelin stiker logonya Jasa Marga di belakang mobilku kan.. eh tiba-tiba ada orang lain yang samperin aku dong, turned out beliau ini negur aku karena ternyata kerja di kantor cabang Jasa Marga.. Itu sih the moment of being proud to be a Roadster.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menarik banget, karena visualnya nggak kaku dan lebih human.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan ilustrasi sederhana (ikon/elemen pendukung)

NARASUMBER 7 - Lukmanul, Assistant Manager, PFA

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Biasanya aku pakai lanyard sama tote bag. Lanyard wajib dibawa buat naro access card, kalau tote bag praktis buat bawa dokumen dan barang kerja.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurut aku kontennya cukup menyenangkan dan nggak terlalu kaku, jadi enak dilihat di sela-sela kerja.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup berpengaruh yaa, karena jadi tau event dan kegiatan yang diadakan dan gak seputar karyawan Jasa Marga aja, tapi juga ada jajaran direksi.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang tertata dan sistem kerjanya jelas, jadi bikin nyaman buat berkembang.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan**



© 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

menjadi bagian dari Jasa Marga?

Kalau ada event, acara, atau kegiatan apapun itu selalu ada merchandise atau souvenir gitu yang aku dapet, dan itu part terseru sih karena rasanya kayak dikasih apresiasi sama perusahaan lewat barang-barang customnya.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**

Menurutku sudah menarik, visualnya ringan dan nggak membosankan.

7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**

Layout dinamis dengan elemen visual variatif

NARASUMBER 8 - Febie, Senior Officer, PFA

1. **Atribut kantor apa yang biasanya ibu gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**

Saya biasanya menggunakan tumblr dan notebook. Keduanya paling fungsional untuk pekerjaan sehari-hari.

2. **Bagaimana pengalaman ibu selama melihat konten Life at JM?**

Cukup positif, karena kontennya informatif dan menampilkan seluruh kegiatan internal yang beragam.

3. **Seberapa besar Life at JM membuat ibu merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**

Ada pengaruhnya, karena saya jadi lebih mengetahui aktivitas lintas unit dan acara perusahaan.

4. **Bagaimana persepsi ibu terhadap perusahaan tempat ibu bekerja sekarang?**

Perusahaannya besar, lingkungannya positif.... Dan perusahaan ini saya rasa terus beradaptasi dengan perkembangan zaman untuk bisa maksimal melayani pengguna jalan.

5. **Faktor apa yang buat ibu paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**

Saat Jasa Marga peduli dengan pengetahuan karyawannya agar dapat terus berkembang.. Contohnya seperti aplikasi khusus karyawan yaitu JM Click, di sana ada banyak sekali fitur dan yang paling saya suka adalah ketika kita menonton video pembelajaran dan mendapat points, points tersebut bisa ditukar ke merchandise.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat ibu?**

Menurut saya sudah menarik, visualnya ringan dan nggak membosankan.

7. **Jenis tampilan visual yang paling ibu mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**

Kombinasi foto & teks yang seimbang



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 kritis 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

NARASUMBER 9 - Avila, Assistant Manager, HCD

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku sering pakai lanyard dan bawa notebook. Lanyard itu untuk ku pakai sebagai identitas ku, kalau notebook dipakai terus buat catatan meeting.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurutku cukup menarik dan relevan, karena kontennya nggak cuma informatif tapi juga nunjukkin sisi human dari karyawan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena banyak aktivitas internal dan cukup engaging untuk kanal internal.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu menurutku perusahaan yang terstruktur, peduli ke pengembangan SDM, dan konsisten dalam menjalankan perannya sebagai market leader di industri jalan tol.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Aku bangga karena Jasa Marga nggak cuma fokus ke bisnis intinya, tapi juga ke dampak sosial. Contohnya program pendanaan UMKM lewat sinergi dengan PTPN X dan PTPN XI, sampai kerja sama lanjutan dengan BAV. Nilai dananya besar dan berkelanjutan, dan yang bikin bangga itu karena programnya memberi dampak nyata ke pelaku usaha kecil.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku menarik, visualnya ringan dan mudah dipahami.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 10 - Fajar, Senior Officer, HCD

1. **Atribut kantor apa yang biasanya bapak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya paling sering pakai tote bag dan lanyard. Tote bag praktis buat bawa dokumen kerja, lanyard wajib buat identitas diri, biar karyawan lain yang misalnya belum kenal bisa langsung tau nama saya lewat id card yang saya kenakan.
2. **Bagaimana pengalaman bapak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya positif, karena kontennya lebih nggak kaku ya.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3. **Seberapa besar Life at JM membuat bapak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Terasa, karena Life at JM sering menampilkan kegiatan perusahaan dari berbagai sisi, bukan cuma pekerjaan formal.
4. **Bagaimana persepsi bapak terhadap perusahaan tempat bapak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang stabil, tanggap terhadap isu sosial, dan konsisten menjalankan tanggung jawabnya ke masyarakat.
5. **Faktor apa yang buat bapak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Salah satunya saat Jasa Marga terlibat langsung dalam aksi kemanusiaan, seperti penyaluran bantuan untuk korban banjir dan longsor. Buat saya itu menunjukkan kalau perusahaan hadir bukan cuma sebagai operator jalan tol, tapi juga sebagai institusi yang peduli dan responsif terhadap kondisi masyarakat.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat bapak?**
Cukup menarik, tapi menurut saya tetap perlu diatur ya supaya desainnya nggak terlalu ramai.
7. **Jenis tampilan visual yang paling bapak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 11 - Devi, Assistant Manager, HCS

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Biasanya aku pakai tumblr, sama notebook sih. Kalau tumblrnya karena praktis ya, untuk notebook untuk catat kerjaan.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Cukup menarik, informatif dan keren sih. Kontennya ringan tapi tetap relevan sama aktivitas di perusahaan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Terasa ya, karena banyak konten seru dan relatable sama kondisiku kalo di kantor, kayak video tumblr yang dibuat di Life at JM, terus things you can't live without, itu lucu banget.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Menurutku Jasa Marga itu perusahaan yang terus berinovasi, nggak cuma fokus ke operasional tol tapi juga ke pengalaman pengguna jalan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan**



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

menjadi bagian dari Jasa Marga?

Salah satunya keberadaan rest area Travoy. Dari sisi pelayanan, fasilitasnya lengkap dan nyaman, mulai dari toilet, area makan, SPBU, sampai area ibadah. Aku ngerasa bangga karena Jasa Marga nggak cuma mikirin jalan tolnya, tapi juga kenyamanan pengguna selama perjalanan.

6. Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?

Menurutku sudah menarik, visualnya kayak playful yaa dan gak kaku, tapi buat beberapa desain buatku terasa keramaian.

7. Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?

Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 12 - Fanny, Assistant Manager, HCS

1. Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?

Aku paling sering bawa tumblr. Karena nolongin aku banget buat bawa kopi yang nemenin aku kerja.

2. Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?

Cukup positif. Kontennya informatif dan membantu memperlihatkan sisi lain dari Jasa Marga yang nggak selalu kelihatan dari luar dengan cara yang fun.

3. Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?

Lumayan terasa, karena banyak proses dan nilai kerja perusahaan yang jadi lebih dipahami lewat konten-kontennya.

4. Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?

Perusahaan yang mature dan bertanggung jawab, terutama dalam hal pembangunan infrastruktur yang berkelanjutan.

5. Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?

Buat aku pribadi, yang bikin bangga itu komitmen Jasa Marga dalam menerapkan tata kelola perusahaan yang baik. Dari transparansi, akuntabilitas, sampai pengambilan keputusan yang berlandaskan etika dan kepatuhan, semuanya dijalankan secara konsisten. Jadi sebagai karyawan, aku ngerasa bekerja di perusahaan yang punya nilai dan integritas kuat, bukan cuma fokus ke bisnis tapi juga ke tanggung jawab terhadap stakeholder dan masyarakat luas.

6. Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?

Cukup menarik, tapi untuk konten yang sifatnya informatif mungkin bisa dibuat lebih clean supaya mudah dibaca.



Hak Cipta :

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

7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 13 - Faiza, Senior Specialist, STO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku paling sering pakai lanyard sama tumblr yaa. Lanyard jelas buat id card, kalau tumblr biar lebih praktis dan juga nerapin ESG yaitu mengurangi botol sekali pakai pas kerja.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurutku cukup menarik dan relevan. Kontennya ringan tapi tetap nyampe, apalagi kalau bahas program atau aktivitas internal.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena Life at JM sering nge-highlight event dan program perusahaan yang sebelumnya mungkin nggak semua orang tau.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang visioner dan terus berbenah, terutama dari sisi pengembangan organisasi dan SDM.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Aku bangga karena Jasa Marga ngasih kesempatan pengembangan diri yang nyata, salah satunya lewat program beasiswa untuk karyawan yang mau lanjut S2. Menurutku itu bukti kalau perusahaan investasi ke karyawannya untuk jangka panjang, bukan cuma fokus ke target bisnis.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah cukup menarik dan komunikatif.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 14 - Intan, Senior Officer, STO

1. **Atribut kantor apa yang biasanya ibu gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya sering pakai backpack dan notebook. Backpack lebih fleksibel buat bawa laptop dan dokumen, notebook selalu dipakai untuk nyatet hasil diskusi.
2. **Bagaimana pengalaman ibu selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya positif, karena kontennya nggak monoton dan sering angkat



© 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

hal-hal yang dekat sama keseharian karyawan.

3. **Seberapa besar Life at JM membuat ibu merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Terasa cukup besar, karena Life at JM jadi media yang nyambungin karyawan dengan berbagai program perusahaan.
4. **Bagaimana persepsi ibu terhadap perusahaan tempat ibu bekerja sekarang?**
Perusahaan yang adaptif dan terbuka terhadap perubahan, terutama dalam mendorong inovasi dan pengembangan kompetensi karyawan.
5. **Faktor apa yang buat ibu paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Menurut saya dari banyaknya workshop dan pelatihan yang diadakan dengan tema beragam. Narasumbernya juga ahli di bidangnya, jadi ilmunya aplikatif dan relevan. Terus workshop berasa asik kalau udah sesi tanya jawab, karena yang bisa jawab atau mau bertanya selalu dapet hadiah. Nah itu bikin saya ngerasa perusahaan serius membangun kualitas karyawannya.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat ibu?**
Cukup menarik, walaupun beberapa konten bisa dibuat lebih ringkas supaya cepat ditangkap.
7. **Jenis tampilan visual yang paling ibu mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout dinamis dengan elemen visual variatif.

NARASUMBER 15 - Yon, Senior Officer, JMLi

1. **Atribut kantor apa yang biasanya bapak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya paling sering bawa notebook sama pulpen. Keduanya berguna sekali saat saya harus mencatat materi penting apapun itu.
2. **Bagaimana pengalaman bapak selama melihat konten Life at JM?**
Menurut saya cukup informatif dan variatif, karena banyak mengangkat kegiatan pembelajaran dan pengembangan karyawan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat bapak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Ada pengaruhnya, karena kontennya membantu saya mengetahui aktivitas karyawan lain dan agenda perusahaan yang mungkin tidak saya ikuti langsung.
4. **Bagaimana persepsi bapak terhadap perusahaan tempat bapak bekerja sekarang?**
Jasa Marga adalah perusahaan yang terstruktur dan serius dalam pengembangan kompetensi SDM.
5. **Faktor apa yang buat bapak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan**



© 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

menjadi bagian dari Jasa Marga?

Dengan hadirnya aplikasi JM Click ya, di sana karyawan-karyawan diberi kebebasan untuk berekspresi, kami diberikan akses dan peluang untuk menyalurkan minat, bakat dan kreativitas sebagai individu dengan cara meng-upload media berupa video atau apapun ke aplikasi tersebut.

6. Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat bapak?

Menarik ya, dari desainnya itu bagus, berwarna tapi informatif.

7. Jenis tampilan visual yang paling bapak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?

Kombinasi foto & teks yang seimbang

NARASUMBER 16 - Istar, Assistant Manager, JMLi

1. Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?

Saya biasanya pakai backpack dan lanyard. Backpack yang besar bisa buat bawa laptop dan peralatan lainnya, kalau lanyard dipakai buat id card.

2. Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?

Pengalamannya sangat positif, karena kontennya cukup hidup dan menggambarkan aktivitas karyawan secara nyata.

3. Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?

Cukup terasa, karena banyak kegiatan internal yang jadi lebih terlihat dan terdokumentasi dengan baik.

4. Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?

Perusahaan yang konsisten membangun budaya kerja aman, profesional, dan peduli pada karyawan.

5. Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?

Waktu Jasa Marga menggelar Bulan K3 Nasional, termasuk seminar keselamatan konstruksi dan apresiasi K3. Buat saya itu bukti nyata bahwa perusahaan benar-benar menempatkan keselamatan dan kesehatan kerja sebagai prioritas.

6. Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?

Menurut saya menarik dan cukup engaging.

7. Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?

Kombinasi foto & teks yang seimbang.



© 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

NARASUMBER 17 - Nadya, Specialist, CFI

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya paling sering menggunakan notebook. Karena buat saya penting untuk mencatat hal-hal strategis saat rapat atau diskusi keuangan.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurut saya cukup positif. Kontennya informatif dan membantu menyampaikan aktivitas perusahaan dengan cara yang lebih ringan untuk karyawan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Ada pengaruhnya, karena informasi yang disampaikan membuat karyawan lebih aware terhadap kebijakan dan kegiatan perusahaan secara menyeluruh.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga adalah perusahaan yang solid secara finansial, tata kelolanya jelas, dan konsisten menjaga kepercayaan stakeholder.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saya bangga karena perusahaan memiliki komitmen kuat terhadap kesejahteraan karyawan, termasuk melalui program pensiun yang terstruktur dan berkelanjutan. Adanya Program Pensiun Manfaat Pasti, program purna karya, hingga jaminan kesehatan pasca-pensiun itu menunjukkan bahwa perusahaan sangat memikirkan karyawannya, jadi tidak hanya saat aktif bekerja, tetapi juga setelah masa kerja berakhir.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Cukup menarik, selama tetap dijaga agar informasinya jelas dan tidak terlalu padat.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 18 - Zufar, Assistant Manager, CFI

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku biasanya pakai tote bag dan backpack sih. Sebenarnya keduanya sama-sama untuk bawa barang yaa, tapi kalau backpack ini barang utamanya kayak laptop, kalau tote bag barang selain itu, misal baju ganti kalau aku mau langsung olahraga setelah ngantor.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**



© 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

Menurutku cukup menarik dan informatif. Kontennya bikin kegiatan perusahaan jadi lebih mudah dipahami.

3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan terasa, karena Life at JM sering mengangkat hal-hal internal yang biasanya jarang terekspos.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, transparan, dan mandiri secara finansial.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Aku bangga karena Jasa Marga bisa menjalankan bisnisnya secara sehat tanpa bergantung pada bantuan finansial langsung dari pemerintah. Perusahaan tetap mampu mengelola aset negara secara bertanggung jawab dan menjaga kepercayaan investor, itu nunjukin kekuatan manajemen keuangan dan kredibilitas perusahaan.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku menarik, visualnya cukup ringan dan mudah dipahami.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout dinamis dengan elemen visual variatif.

NARASUMBER 19 - Rafid, Assistant Manager, CPP

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Paling sering yaa tumblr sih.. Karena aku isi kopi untuk nemenin kerja.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Buat aku menyenangkan dan informatif yaa. Kontennya ringan tapi tetap relevan sama situasi kerja di kantor.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan terasa, karena Life at JM sering ngangkat aktivitas internal dan cerita karyawan, jadi kerasa lebih dekat satu sama lain meski beda unit.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang terstruktur, punya perencanaan jangka panjang yang jelas, dan konsisten menjaga reputasinya.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**



© 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

Aku bangga sama identitas sebagai karyawan Jasa Marga. Bahkan hal sederhana seperti pakai seragam atau topi berlogo JM itu bikin aku pede, karena orang langsung recognize dan tau kalau Jasa Marga itu perusahaan strategis.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Sudah menarik ya, karena visualnya nggak kaku dan lebih humanis.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 20 - Almira, Assistant Manager, CPP

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku suka bawa-bawa tumblr JM sih kemanapun aku pergi, selain karena tumblrnnya yang didesain khusus, fungsinya pun ada sebagai alat minum untuk menggantikan pembelian alat minum sekali pakai kayak plastik, jadi kalau aku beli kopi biasanya aku selalu minta ditaro langsung di tumblr ku.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalaman ku positif ya ke kontennya, karena cukup informatif dan rapi. Kontennya ngebantu jelasin aktivitas perusahaan dari sisi yang lebih ringan tapi tetap relevan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena Life at JM sering ngangkat kegiatan strategis perusahaan yang biasanya nggak semua karyawan tau detailnya.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang terencana dan visioner. Banyak keputusan strategisnya dibuat berdasarkan perencanaan jangka panjang.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Aku bangga karena Jasa Marga itu dikenal kuat di pasar saham sebagai emiten infrastruktur besar. Pergerakan saham JSMR dan kapitalisasi pasarnya nunjukkin kepercayaan investor ke perusahaan. Buatku, itu bukti kalau perencanaan dan kinerja perusahaan dinilai positif secara nasional.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menarik, tampilannya sangat kekinian ya tapi nggak berlebihan, paling untuk beberapa konten dibuat agar gak terlalu ramai aja.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**



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 kritikan atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 21 - Elisabeth, Assistant Manager, ATA

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku suka banget bawa notebook dan pulpen setiap kali meeting, karena menolong aku banget untuk bisa fokus dengan meetingnya dengan cara mendengar dan menulis catatan penting dari meeting itu.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Cukup menarik dan informatif. Kontennya membantu banget buat tau aktivitas perusahaan di luar pekerjaan accounting yang biasanya cukup teknis ya.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena Life at JM bikin aku ngerasa jadi bagian dari keseluruhan ekosistem perusahaan, bukan cuma fokus di angka dan laporan.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang tertib secara sistem, transparan, dan punya tata kelola yang kuat. Buat aku itu penting banget, apalagi di bidang akuntansi dan pajak.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Karena perusahaan sangat menjunjung prinsip good corporate governance (GCG). Dari proses pencatatan keuangan sampai pelaporan pajak semuanya dijalankan secara akuntabel dan sesuai regulasi.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik dan ada lucunya, jadi enak dilihat.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout dinamis dengan elemen visual variatif.

NARASUMBER 22 - Abdullah, Assistant Manager, ATA

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Sering bawa notebook dan tumblr yaa kalau aku, itu kayak dua pilar dihidupku banget sih, notebook untuk mencatat dan tumblrnya untuk minum.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya seru banget. Ngeliat konten di sana tuh ringan tapi tetap membawa informasi yang relevan tentang kegiatan perusahaan.



© 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. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan, karena Life at JM sering menampilkan sisi lain dari perusahaan yang jarang terlihat di pekerjaan harian aku.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, disiplin, dan konsisten dalam menjalankan kewajiban, terutama dari sisi keuangan dan perpajakan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Aku bangga karena Jasa Marga menjaga kepatuhan pajak dan pelaporan keuangan dengan sangat serius. Itu nunjukkin integritas perusahaan dan kepercayaan publik yang dijaga dengan baik.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Cukup menarik, dan menurutku sudah sesuai dengan karakter dari Life at JM yang lebih fun ya.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 23 - Rafida, Assistant Manager, RQHSE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Kalau atribut yang sehari-hari dipakai pastinya backpack dari kantor buat bawa-bawa barang ya, tapi kalau yang lainnya paling notebook aja sih untuk dibawa pas meeting.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurutku kalau pengalamannya ya menarik, karena kontennya nggak cuma soal kerjaan formal, tapi juga nunjukkin aktivitas dan budaya kerja di Jasa Marga dari sisi non formalnya, ya lebih lucu aja.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena banyak informasi internal yang jadi lebih mudah diakses dan dipahami lewat konten Life at JM.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang serius soal keselamatan, kualitas, dan kepatuhan, tapi tetap terbuka terhadap inovasi.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**



© 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

Buat aku, komitmen perusahaan terhadap keselamatan kerja dan pengelolaan lingkungan sih. Mulai dari penerapan K3 sampai sistem manajemen lingkungan di ruas tol, itu nunjukkin kalau Jasa Marga nggak cuma mikirin bisnis, tapi juga keberlanjutan.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Sudah cukup menarik, tapi tetap perlu dijaga supaya informasinya jelas dan nggak terlalu padat.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 24 - Lies, Senior Officer, RQHSE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya ibu gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya paling sering menggunakan lanyard dan tumbler. Lanyard untuk identitas kerja, tumbler karena mendukung kebiasaan kerja yang lebih ramah lingkungan.
2. **Bagaimana pengalaman ibu selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya cukup positif, karena kontennya informatif dan dari desainnya lebih terasa modern ya, dan merupakan hal baru untuk saya.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat ibu merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Ada pengaruhnya, terutama karena kontennya menampilkan aktivitas perusahaan secara menyeluruh, rasanya jadi jauh lebih mengenal perusahaan.
4. **Bagaimana persepsi ibu terhadap perusahaan tempat ibu bekerja sekarang?**
Perusahaan yang sudah matang, sistemnya jelas, dan konsisten menerapkan standar keselamatan serta kualitas kerja.
5. **Faktor apa yang buat ibu paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saya bangga karena Jasa Marga punya komitmen kuat terhadap K3 dan lingkungan. Mulai dari tahap perencanaan, konstruksi, sampai operasional jalan tol, semuanya diawasi dengan standar yang ketat demi keselamatan pengguna jalan dan karyawan.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat ibu?**
Cukup menarik, selama tetap fokus ke pesan utama dan tidak terlalu ramai.
7. **Jenis tampilan visual yang paling ibu mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan foto aktivitas Roadster Jasa Marga.



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

NARASUMBER 25 - Andhyni, Assistant Manager, BDE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Kalau aku paling sering pakai lanyard dan rompi atau seragam lapangan Jasa Marga. Soalnya cukup sering turun ke lapangan, jadi atribut itu penting banget buat identitas dan keamanan juga.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurutku kontennya cukup menarik dan relevan. Terutama kalau lagi bahas aktivitas lapangan, jadi terasa dekat sama pekerjaan kami di BDE.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa, karena Life at JM sering menampilkan berbagai sisi pekerjaan karyawan, termasuk yang kerja di lapangan. Jadi merasa kerjaan kita juga dilihat dan diapresiasi.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang solid dan punya standar kerja yang jelas. Di lapangan juga kelihatan kalau perusahaan ini serius menjaga kualitas dan keselamatan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Salah satunya saat pakai seragam atau atribut Jasa Marga di lapangan. Banyak pihak eksternal langsung tau dan respek, karena identitas Jasa Marga itu sudah kuat dan dikenal luas. Rasanya bangga jadi bagian dari perusahaan sebesar ini.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik, visualnya jelas dan cukup representatif dengan karakter yang dibangun untuk Life at JM.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan foto aktivitas Roadster Jasa Marga.

NARASUMBER 26 - Galih, Assistant Manager, BDE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku biasanya pakai lanyard sih untuk sehari-hari. Menurutku penting karena langsung nunjukkin identitas perusahaan saat ketemu mitra atau pihak eksternal.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya positif. Kontennya nggak kaku dan cukup menggambarkan dinamika kerja di Jasa Marga, termasuk aktivitas non-formal karyawan.



© 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

3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan besar, karena kontennya sering mengangkat cerita karyawan dan kegiatan perusahaan yang sebelumnya jarang terekspos.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, punya citra kuat, dan dipercaya banyak pihak dalam pengembangan bisnis jalan tol dan turunannya.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Terlibat langsung dalam pengembangan kerja sama dan inisiatif bisnis baru sih. Rasanya bangga ketika ide atau kajian yang kita kerjakan bisa berkontribusi ke arah pertumbuhan perusahaan.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik, visualnya jelas dan cukup representatif dengan karakter yang dibangun untuk Life at JM.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan foto aktivitas Roadster Jasa Marga.

NARASUMBER 27 - Devita, Assistant Manager, EPL

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku paling sering pakai notebook. Karena notebook kepakai banget buat coret-coret teknis sama catatan koordinasi perencanaan.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Cukup menarik dan relevan. Kontennya ringan tapi tetap ngasih gambaran aktivitas kerja yang sebenarnya terjadi di lapangan maupun di kantor.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan terasa, karena Life at JM sering menampilkan proses dan cerita di balik pekerjaan, jadi nggak cuma hasil akhirnya aja yang kelihatan.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang terstruktur dan punya standar kerja yang jelas, terutama di sisi perencanaan dan teknis.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saat terlibat di tahap perencanaan proyek dan tau kalau apa yang kita rancang itu



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

nantinya dipakai masyarakat luas. Ada rasa tanggung jawab sekaligus bangga karena kontribusinya nyata.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik, visualnya nggak berat dan enak diikuti.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 28 - Samantha, Assistant Manager, EPL

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Biasanya aku pakai tote bag. Tote bag praktis buat bawa dokumen gambar perencanaan dan laptop.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya positif, karena kontennya dikemas ringan dan fun.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup berpengaruh, karena Life at JM menampilkan aktivitas lintas unit, jadi kita bisa lihat gambaran besar peran masing-masing tim.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional dan konsisten menjaga kualitas, terutama di proyek-proyek infrastruktur strategis.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saat melihat hasil perencanaan yang akhirnya terealisasi menjadi ruas tol atau fasilitas pendukung. Rasanya bangga karena ikut ambil bagian dari proses awal sampai jadi.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Cukup menarik, tapi akan lebih optimal kalau visualnya tetap dijaga supaya nggak terlalu padat.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 29 - Hendro, Assistant Manager, OMM

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**



© 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

Aku paling sering pakai rompi kerja, helm, dan lanyard. Karena sering turun ke lapangan, atribut itu penting buat safety dan identitas.

2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Cukup menarik, karena kontennya nggak cuma soal kantor pusat tapi juga nunjukkin aktivitas lapangan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Terasa, karena pekerjaan OMM yang biasanya jarang terekspos jadi lebih kelihatan.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, punya standar kerja tinggi, dan sangat memperhatikan keselamatan.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Saat lihat operasional tol berjalan lancar dan aman buat masyarakat. Rasanya bangga karena ada peran tim OMM di situ.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik dan cukup relevan.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Dominan foto aktivitas Roadster Jasa Marga.

NARASUMBER 30 - Adad, Senior Officer, OMM

1. **Atribut kantor apa yang biasanya bapak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya menggunakan helm, rompi keselamatan, dan notebook. Itu mendukung pekerjaan lapangan sekaligus pencatatan operasional.
2. **Bagaimana pengalaman bapak selama melihat konten Life at JM?**
Pengalamannya positif, karena kontennya informatif dan merepresentasikan aktivitas operasional dengan baik.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat bapak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Ada pengaruhnya, karena pekerjaan di lapangan jadi lebih dikenal oleh seluruh unit lain terutama bagi karyawan-karyawan baru.
4. **Bagaimana persepsi bapak terhadap perusahaan tempat bapak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang solid, disiplin, dan konsisten menjaga kualitas layanan jalan tol.



© 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

5. **Faktor apa yang buat bapak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Ketika melihat kondisi jalan tol terjaga dengan baik dan pengguna jalan merasa aman. Itu hasil kerja nyata dari operasional yang kami jalankan.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat bapak?**
Cukup menarik, selama informasinya jelas dan tidak berlebihan.
7. **Jenis tampilan visual yang paling bapak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Layout sederhana & rapi.

NARASUMBER 31 - Evy, Assistant Manager, ITE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Aku paling sering pakai lanyard dan backpack kantor. Lanyard jelas buat identitas, sementara backpack jadi tas utama karena bisa muat banyak barang keperluan pekerjaan ku
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurutku menarik, karena Life at JM bisa ngerangkum hal-hal internal yang sebenarnya dekat sama keseharian kita, tapi dikemas lebih ringan dan enak dilihat.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Cukup terasa ya. Kadang aktivitas yang kita kerjain di balik layar jadi kelihatan dan diapresiasi juga lewat konten, jadi ada rasa dilibatkan.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Jasa Marga itu perusahaan yang terstruktur dan adaptif. Dari sisi IT, kita dituntut terus update dan itu difasilitasi dengan baik.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Salah satunya waktu tim IT melakukan penyeragaman wallpaper di seluruh laptop karyawan. Setiap hari besar nasional atau momen tertentu, selalu diadakan tema khusus dan dipakai serentak. Buat aku itu hal yang impactful, karena terlihat jelas identitas perusahaan dan partisipasi Jasa Marga di momen nasional.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Menurutku sudah menarik, visualnya konsisten dan punya karakter.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.



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

NARASUMBER 32 - Mirotus, Assistant Manager, ITE

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Biasanya aku pakai lanyard aja sih. Alasannya pasti sebagai identitas ya agar bisa mudah dikenali orang lain.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Seru sih, karena nggak melulu soal kerjaan formal, tapi juga nunjukkin sisi human dari karyawan.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**
Lumayan, karena aku jadi lebih tau aktivitas lintas unit dan event yang diadakan perusahaan.
4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**
Perusahaan yang profesional, tertata, dan serius dalam pengembangan sistem digital.
5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**
Bangga karena teknologi yang dipakai Jasa Marga untuk keperluan internalnya selalu inovatif dan mengikuti perkembangan zaman.
6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Cukup menarik, desainnya fun tapi masih nyaman dilihat.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.

NARASUMBER 33 - Avivah, Assistant Manager, CBP

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**
Saya sering bawa tumblr dari kantor setiap hari, yang pasti gunanya untuk alat minum kedua saya, karena saya selalu bawa tumblr dua khusus air putih dan kopi.
2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**
Menurut saya menarik, karena kontennya nggak cuma soal pekerjaan kantor, tapi juga nunjukkin sisi lain dari karyawan Jasa Marga dengan dikemas ala-ala gen z ya.
3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**



© 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

Cukup terasa, buat saya konten di sana memang seperti untuk mengekspos kehidupan di Jasa Marga ya, terutama ekstrakurikuler.

4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**

Jasa Marga itu perusahaan yang kuat secara bisnis, tapi juga punya perhatian ke identitas dan karakter lokal di setiap wilayah operasionalnya.

5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**

Saya bangga banget ketika melihat gerbang tol Jasa Marga di berbagai daerah punya desain yang menyesuaikan budaya lokal, seperti motif batik atau ornamen khas daerah setempat. Dari sisi perencanaan bisnis dan konsesi, itu menunjukkan kalau Jasa Marga nggak cuma membangun infrastruktur, tapi juga menghargai identitas budaya di tiap wilayah dan pulau.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**

Ya, buat saya sudah menarik.

7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**

Dominan foto aktivitas Roadster Jasa Marga.

NARASUMBER 34 - Rifqah, Assistant Manager, CBP

1. **Atribut kantor apa yang biasanya kakak gunakan sehari-hari? Dan kenapa menggunakan atribut tersebut?**

Aku paling sering pakai notebook yaa. Karena kecape banget buat catatan saat lagi diskusi sama tim.

2. **Bagaimana pengalaman kakak selama melihat konten Life at JM?**

Menurutku cukup menarik, karena kontennya ringan tapi tetap informatif. Jadi walaupun unit kami cukup teknis, tetap kami bisa relate dengan aktivitas yang ditampilkan.

3. **Seberapa besar Life at JM membuat kakak merasa lebih terhubung dengan kehidupan kerja?**

Cukup terasa, karena Life at JM sering menampilkan sisi lain dari pekerjaan Jasa Marga yang mungkin nggak semua orang tau.

4. **Bagaimana persepsi kakak terhadap perusahaan tempat kakak bekerja sekarang?**

Jasa Marga itu perusahaan yang visioner dan konsisten menjaga identitasnya, baik dari sisi operasional maupun perencanaan jangka panjang.

5. **Faktor apa yang buat kakak paling berpengaruh pada rasa kebanggaan menjadi bagian dari Jasa Marga?**

Buat aku pribadi, hadirnya AKHLAK Space itu jadi salah satu hal yang paling bikin bangga. Karena kelihatan banget kalau perusahaan nggak cuma fokus ke



© 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

pekerjaan, tapi juga ke ruang kolaborasi dan kenyamanan karyawannya.

6. **Apakah materi visual Life at Jasa Marga saat ini sudah cukup menarik buat kakak?**
Sudah cukup menarik, karena visualnya konsisten dan punya ciri khas tersendiri.
7. **Jenis tampilan visual yang paling kakak mudah pahami dari pilihan ini yang mana?**
Kombinasi foto & teks yang seimbang.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

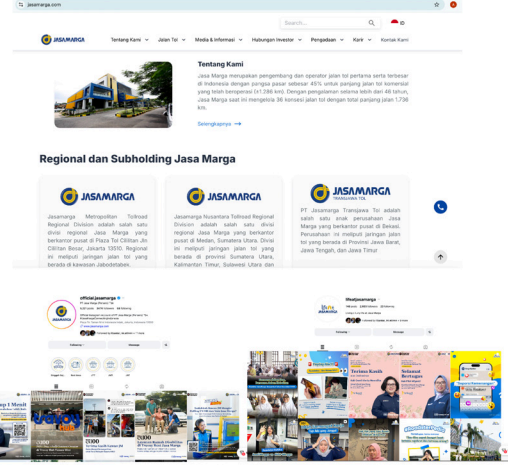
Hak Cipta :

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

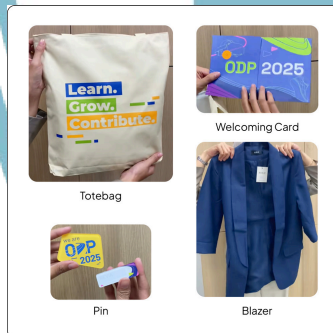
Lampiran 3 Dokumentasi Riset



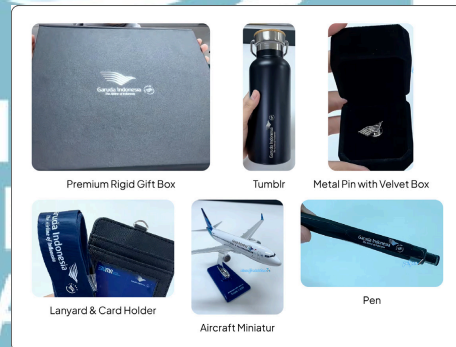
Kantor Pusat PT Jasa Marga (Persero) Tbk



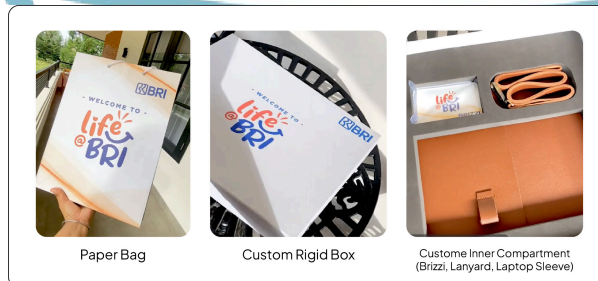
Website dan Social Media Official Jasa Marga dan Life at Jasa Marga



Marketing Collateral ODP Bank Mandiri (Kompetitor)



Marketing Collateral MDP Garuda (Kompetitor)



Marketing Collateral BFLP BRI (Kompetitor)



Hak Cipta :

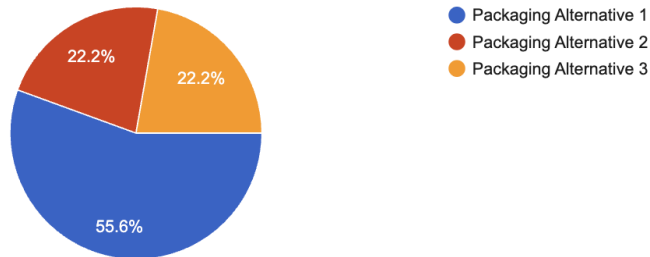
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

Lampiran 4 Hasil Kuesioner

Dari ketiga desain packaging box berikut, mana yang paling Anda sukai?

[Copy chart](#)

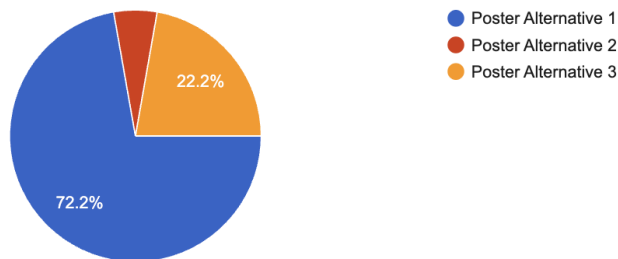
18 responses



Dari ketiga desain Poster berikut, mana yang paling Anda sukai?

[Copy chart](#)

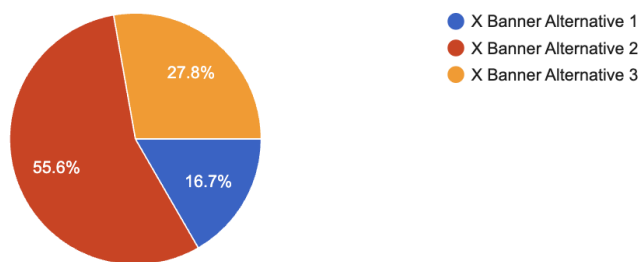
18 responses



Dari ketiga desain X Banner berikut, mana yang paling Anda sukai?

[Copy chart](#)

18 responses





Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Transkrip Wawancara *Testing*

Renita Febryana

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**
Kalau dari sisi aku sebagai yang pegang langsung Life at Jasa Marga, pesan di setiap media ini justru salah satu yang paling aku perhatikan dari awal proses, dan aku bisa bilang ini udah sangat jelas dan gampang ditangkap. Dari *packaging*, *poster*, sampai *banner*, semua konsisten membawa satu message besar: bahwa Jasa Marga hadir dan mengapresiasi setiap pencapaian karyawannya. Itu persis yang aku sampaikan dari awal brief, dan ternyata benar-benar sampai ke pembacanya.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**
Aku sudah cek satu-satu dari sisi brand guideline maupun budaya perusahaan, dan aku gak nemu ada yang benar-benar melenceng. Justru yang menarik, Aryani berhasil menerjemahkan budaya Jasa Marga yang selama ini dikenal formal jadi sesuatu yang lebih hangat dan approachable tanpa menghilangkan esensi profesionalismenya. Kalaupun ada catatan, itu lebih ke detail teknis kualitas cetak, bukan soal kesesuaian konsep.
3. **Apakah desain dari *collateral* ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**
Ini sudah sangat sesuai, bahkan melebihi ekspektasi aku sebagai pemegang brand ini. Dari awal aku ingin Life at Jasa Marga punya identitas yang beda dari citra korporat Jasa Marga yang selama ini formal, dan hasil akhirnya benar-benar mencerminkan itu, playful, modern, tapi tetap membawa DNA warna dan value Jasa Marga.
4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Kalau aku lihat secara keseluruhan, *packaging*, *poster*, dan *banner* ini benar-benar terasa satu kesatuan yang solid. Warna, tone komunikasi, sampai pemilihan elemen grafisnya konsisten dipakai di semua media, jadi begitu orang lihat satu item aja, mereka langsung bisa asosiasikan itu dengan Life at Jasa Marga. Ini penting banget buat aku karena artinya brand recall-nya akan kuat.
5. **Apakah set *collateral* ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Secara konsep dan desain, aku bisa bilang ini sudah siap untuk diaktivasi. Tinggal finalisasi di sisi material dan quality control cetak saja khususnya *poster* dan *packaging box* yang masih prototype, supaya kualitas fisiknya benar-benar merepresentasikan standar Jasa Marga sebagai perusahaan besar. Begitu itu selesai, aku yakin bisa langsung kita gulirkan sebagai bagian resmi dari program Life at Jasa Marga.

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. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**

Jujur, sebagai yang memegang program ini dari awal, aku merasa sangat bangga dan puas melihat hasil akhirnya. Ini bukan cuma soal barang, tapi bukti bahwa visi yang sebelumnya kita susun dari nol itu benar-benar bisa diwujudkan dengan kualitas yang bagus. Rasanya seperti melihat anak sendiri akhirnya siap diperkenalkan ke banyak orang.

7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Aku sangat yakin, dan bahkan aku bisa bilang ini akan jadi salah satu pendorong utama employer branding Jasa Marga ke depannya. Dengan collateral sekuat ini, karyawan akan makin merasa dihargai, dan dari sisi eksternal pun ini akan membantu membangun persepsi bahwa Jasa Marga adalah tempat kerja yang modern, hangat, dan relevan buat semua generasi. Aku optimis banget dengan arah program ini.

Cindy Andania

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**

Kalau message dari seluruh collateral sudah jelas banget, apalagi X-Banner ya karena sebetulnya posisi dia bisa ditaro mana aja, termasuk lobby, dan karena tujuannya buat kasih motivasi ke Roadster, kayak “start a great day here”, jadi secara pesan udah bagus karena saat Roadster mau kerja mereka bisa lihat banner ini dan ngerasa perusahaan itu tempat yang baik untuk memulai hari.

2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**

Sejujurnya kalau desain-desain ini kan bukan corporate banget ya, dan memang sesuai sama identitas Life at Jasa Marga sendiri yang memang modern, fun dan playful. Kalau kayak gini sih aman-aman aja, justru lucu dan bagus karena berbeda banget sama identitas perusahaan yang cenderung profesional corporate. Cuma aku ada komentar soal cetakan, ini poster warnanya kegelapan, jadi wajahnya kelihatan lebih hitam dari desain aslinya, itu sayang banget. Karena digitalnya udah bagus banget tapi karena hasil cetakannya kurang bagus jadi memengaruhi keseluruhan hasil akhir desainnya.

3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**

Pertama kali aku lihat jujur warnanya sangat vibrant, dan ini hal bagus karena kalau lihat warna-warnanya, ini persis sama branding yang selama ini dibangun di Life at Jasa Marga. Khususnya masih dominan penggunaan warna biru kuning yaa, di mana dua warna itu kan warna branding-nya JM, tapi kamu bisa buat dua warna itu lebih fun dan lebih ke arah Gen Z. Karena dari awal collateral ini memang tujuannya buat employee branding yaa, jadi menurut aku udah sesuai banget.

4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang**



© 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

kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?

Semua medianya udah berasa satu kesatuan banget di bawah naungan Life at Jasa Marga, dari packaging, poster, x-banner sampai seluruh printilan gemesnya. Menurut aku ini udah sangat mewakili brand Life at Jasa Marga.

5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**

Yang perlu diperhatikan itu quality check saat mencetaknya, dari pemilihan kertas sampai tinta yaa, biar hasil cetak gak beda jauh sama desain. Sebelumnya aku ada komentar soal poster yang warnanya kayak lebih gelap dari digitalnya. Lalu untuk keychain, aku expect dia dua sisi ya bolak balik supaya kalau dipakai dan dia goyang-goyang entah saat di atas atau di kunci mobil/motor, semua sisi bisa keliatan desainnya, gak terhalang apapun.

6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**

Seneng banget pasti. Kalau Jasa Marga mewujudkan ini beneran, wah aku bakal seneng banget bisa punya merch khusus Jasa Marga yang lucu dan gemes kayak gini.

7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Sudah mampu banget, semua elemen dari media collateral ini sangat playful dan modern, sesuai sama branding Life at Jasa Marga.

Chyntia Monica

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**

To be honest, ketika kamu bawa ini aku langsung kayak wow. Ternyata gak korporat banget, ini sangat bisa jadi bentuk penyampaian komunikasi yang baru dari perusahaan ke pihak internal dan eksternal, kayak ternyata Jasa Marga tuh bisa loh mengikuti tren terkini alias gen-z banget, semua pesannya kayak teksnya, warnanya, elemennya, itu gampang dipahami dan jelas, jadi berasa modern banget. Gak seperti pandangan umum kebanyakan masyarakat yang menilai Jasa Marga adalah perusahaan yang sudah tua.

2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**

Yang mungkin aku agak kurang srek ada di tote bag, penempatannya kayak nggantong gitu. Aku lebih suka kalau looks dia bisa full printing aja satu bag-nya, karena sejukurnya udah bagus banget, cuma rasanya kayak kepotong, so i think di-full-in aja biar gak kelihatan kepotong.

3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**

Aku suka banget sama desain-desainnya, warna-warnanya juga eye-catching, enak dilihat, gak bosenin. Apalagi kalau dilihat dari logo life at jasa marga nya aja udah langsung kelihatan ada energi anak mudanya yaa, ini ketambahan ada package gemes dan lucu jadi semakin berasa modern dan fun banget.



© 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. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Nggak ada yang aku rasa berbeda karakternya, semuanya menurutku udah nyambung sama gaya visual yang sama yaitu Life at Jasa Marga.
5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Khusus packaging, kalau sudah dibetulin agar bahannya lebih kokoh dan premium, aku rasa udah siap untuk produksi yaa. Yang penting layout yang kepotong tadi sudah diperbaiki.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**
Wah sumpah ini seneng banget sih, dan pasti akan aku pakai. Sticker ini pasti akan aku tempel disemua benda yang aku punya, pin nya bakal aku pakai di tas, terus notebooknya aku mau banget yaa buat decorate-coret nemenin aku kerja. Dan semuanya pasti aku pakai terutama box nya, pasti aku pajang di rumah.
7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**
Yes, pasti tentunya, sangat memperkuat citra dari Jasa Marga itu sendiri. Bisa meng-counter persepsi masyarakat seperti yang aku bilang sebelumnya kalau Jasa Marga itu dinilai perusahaan yang udah tua. Nah dengan kehadiran ini semua bisa jadi identitas baru, ternyata Jasa Marga itu diisi oleh anak-anak muda dengan energi yang powerful loh.

Jihan Khalda Fairuz

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**
Lucu banget, aku seneng liat semua elemennya super cute dan kekinian, gak kaku sama sekali dan semua teks messagenya udah tersampaikan dengan clear.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**
Sebelumnya aku udah lihat desain digitalnya dan bandingin desain yang udah dicetak, menurutku terasa jelas banget yaa ada perbedaan. Yang dihasil cetak poster ini jauh lebih gelap, warnanya kayak hitam gitu, kontrasnya tinggi banget. Aku kurang paham soal material cetak yaa, tapi ini yang mungkin perlu diulik lagi, atau di-adjust dari sisi pemilihan warnanya supaya hasil cetak dan digitalnya selaras.
3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**
Sesuai banget pastinya, apalagi sejak awal desain Life at Jasa Marga udah dibuat sama Aryani sendiri, dari identitas brandnya yang ada warna, elemen desain, teks-teksnya, sampai layoutnya. Dan sekarang rangkaian collateralnya udah selesai dibuat pastinya berasa banget yaa sangat selaras sama branding Life at Jasa Marga.



© 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. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**

Dari aku lihat desainnya saat voting digital itu sampai bentuk fisiknya sekarang ini, buat aku udah satu kesatuan banget. Semuanya persis pakai identitas yang selama ini dibangun di akun Life at Jasa Marga, termasuk elemen kecil asbrak yang lucu-lucu ini, semuanya konsisten dan aku gak lihat ada yang beda karakternya.
5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**

Kalau menurut aku sih sudah bisa ya. Tapi balik lagi buat poster itu aku kurang paham biar hasil cetak selaras sama digitalnya gimana, so make sure dulu agar hasilnya bisa sesuai dengan digital agar bisa bagus posternya. Terus khusus packaging, aku gak sabar sih lihat bentuk aslinya pakai hardbox, karena ini baru dummy aja kan ya jadi masih belum berasa kokohnya. Jadi kalau semua udah rampung, i think udah bisa diproduksi massal.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**

Lucuuu, aku suka banget. Apalagi boxnya gede dan banyak perintilan, kalau aku dapet ini pasti aku seneng banget berasa dapet kado hadiah, kayak perusahaan ternyata peduli sama karyawannya dengan kasih hal-hal yang gak cuman lucu dan estetik, tapi ada manfaatnya.
7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Secara employer branding, yes, untuk awareness juga udah cukup banget. So secara keseluruhan ini siap untuk diproduksi dan dipakai oleh Roadster Jasa Marga.

Resesonia Putri Suyun

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**

Kalau aku melihatnya sendiri sih sudah sangat gampang dipahaminya. Kita bisa tahu, oh kalau ada stiker safety first ini maksudnya kita harus mengutamakan keselamatan kerja. Lalu ada stiker kopi dulu! Gemes banget rasanya diingeti sama maskot lucu ini untuk minum kopi biar melek, lalu ada pin juga yang gak kalah lucu dan gemas, messagenya very clear, jadi semuanya udah bagus banget.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**

Semuanya udah pas banget, all visuals very cutesy dan udah sangat cocok dengan identitas brand Life at Jasa Marga, gak ada yang miss dari budaya atau karakter perusahaan.
3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**

Aku setuju banget, udah sesuai dan sangat selaras sama Life at Jasa Marga.



© 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

Anak-anak Gen Z ini kan butuh sesuatu yang cutesy, gemas tapi fungsional gitu ya dan kalau Life at Jasa Marga digambarkan sama pernik-perniknya, jujur bakal berbentuk kayak gini banget sih.

4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Menurutku udah satu kesatuan banget yaa, dan yang lainnya aku suka sih secara keseluruhan, apalagi stikernya, aku suka banget, gak ada yang aku rasa nyeleneh.
5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Menurutku sudah siap banget yaa, all good and cute, udah representasiin Life at Jasa Marga banget jadi bisa diproduksi langsung oleh management.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**
Soal perasaan ku kalau dapet ini, aku bakal happy banget karena seluruh itemnya aku suka, gemes dan lucu. Tentunya akan ku pakai setelah dapet.
7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**
Setuju, aku setuju banget kalau semua ini akan memperkuat branding dari Life at Jasa Marga. Apalagi kalau semua Roadster udah mau pakai ini kemana-mana, kayak 'nih gue Life at Jasa Marga, gue kemana-mana pakai merch-nya', selain itu jadi kebanggaan dan keseruan sendiri bisa kerja di perusahaan sebesar Jasa Marga yang ternyata punya ide kreatif seperti ini.

Fajar Adzana

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, banner, poster, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**
Kalau menurut aku sih udah lumayan mudah untuk dicerna, semua pesannya, tata letaknya dan elemen-elemennya mudah dimengerti dalam sekali liat aja.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**
Aku notice soal poster yang kelihatan gelap, tapi karena ini bisa diperbaiki dan memang masih dummy, prototype doang, dan belum final, gak ada masalah sih sebenarnya. Asal ketika diproduksi oleh perusahaan nanti sudah dalam warna yang tepat.
3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**
Sebenarnya kalau secara visual sih udah sesuai banget ya, lebih fun, gak terlalu serius kayak korporat pada umumnya, terasa lebih dekat aja dengan generasi saat 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Aku gak lihat ada yang beda karakternya sih, semua udah berasa vibes yang sama dan satu naungan Life at Jasa Marga.
5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Udah oke sih, dan sangat siap kalau mau diwujudkan sama perusahaan karena all media fungsional dan desainnya sesuai sama identitas brand Life at Jasa Marga.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**
Pastinya senang dan bangga ya karena Jasa Marga punya PR Package khusus yang disiapkan di bawah employer brand-nya yaitu Life at Jasa Marga, dan kalau aku nerima ini bakal ku pakai sehari-hari.
7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**
Sudah sangat mampu menurutku ya, karena balik lagi ini kan di bawah Life at Jasa Marga, dan seluruh media sudah mewakili brand banget, visualnya eye-catching, pasti kalau diproduksi akan banyak yang share experience dapetin package ini dan itu berpotensi buat Life at Jasa Marga jauh lebih dikenal.

Rifaldi Moghadikri

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**
Kalau menurutku ini bagus banget ya seluruh media dari collateralnya, semua desain gampang dipahami dan jelas, aku gak butuh banyak-banyak komen kayaknya, langsung aja rilis. Fresh banget desainnya, aku suka banget.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**
Semua media di sini menurutku udah sesuai banget dengan brand guideline-nya Life at Jasa Marga, apalagi kan original designer-nya juga kamu sendiri yaa buat desain from the skretch, jadi aku no comment sih, ini udah the best banget. Dan tidak ada yang menyalahi aturan atau budaya apapun itu.
3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**
Ini udah selaras banget sama Life at Jasa Marga, kita bisa lihat banyak banget produk lucu di sini, bahkan aku sebagai cowok ngerasa ini cute banget. Ini bakal masuk ke semua gender, jadi bisa banget masuk ke Roadster cowok maupun cewek. Sehingga dipakai siapapun rasanya sangat bisa dan justru bisa jadi kebahagiaan dan kebanggaan tersendiri saat kita bisa saling punya koleksi merch ini.
4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Media-media di sini buatku udah jadi satu kesatuan banget yaitu Life at Jasa



© 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

Marga, yang mana sebuah wadah dari employer branding perusahaan yaa, dibuat udah sangat sesuai sama citra yang selama ini dibangun yaitu playful, fun, dekat sama Roadster dan modern.

5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**

Kalau ngomongin kualitas, ini kan masih mock-up, masih dummy, terutama untuk packaging box-nya yaa, jadi secara material memang belum bisa merepresentasikan bahwa dia adalah produk yang kokoh dan profesional milik Jasa Marga, jadi menurutku sebelum produksi massal memang perlu dicetak versi bahan aslinya untuk dicek kualitasnya, baru bisa diproduksi.

6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**

Masya Allah, ini collateralnya bagus banget, aku ngerasa cute banget meskipun aku cowok, looking forward to it sih buat lihat produk jadinya.

7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Menurut aku kehadiran collateral ini nggak hanya sebagai pelengkap identitas brand Life at Jasa Marga aja, tapi beneran hal yang wajib banget diwujudkan. Sebagai Roadster Jasa Marga, dengan adanya package ini pasti bakal memperkuat citra Jasa Marga sendiri, gak cuma masuk ke kalangan muda doang, tapi ke semua demografi, dari senior sampai Gen Z bahkan Gen Alpha kelak yang akan join ke perusahaan, bisa membuat kebanggaan sendiri saat pakai brand Jasa Marga dengan visual yang berbeda.

Lulut Lutsianukita

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**

Menurut aku pesannya udah kena banget, begitu lihat packaging-nya langsung ngerti maksudnya ini untuk mengapresiasi karyawan. Posternya untuk ajakan supaya kita bisa ikut ekskulnya, kalau x-banner untuk menyemangati atau memotivasi gitu yaa. Kayak gak perlu mikir dua kali buat paham konteksnya.

2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**

Aku coba bandingin sama budaya kerja di sini, dan menurutku semuanya udah pas, gak ada yang kerasa aneh atau ganjil. Malah menurutku pemilihan warna dan elemen visualnya bikin suasana kerja kerasa lebih hidup.

3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**

Sesuai banget sih menurutku. Life at Jasa Marga emang dari awal diniatkan buat jadi sisi yang lebih santai dari Jasa Marga, dan collateral ini berhasil realisasiin itu dengan baik.

4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**



© 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

Kalau aku bandingin ketiga medianya, aku ngerasa itu udah nyambung satu sama lain, kayak emang sengaja dibikin sepaket, gak ada yang kerasa beda sendiri.

5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Menurutku udah cukup siap, paling hasil cetak posternya aja ya diperhatikan, tapi secara konsep udah matang dan bisa langsung dipakai buat aktivasi.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**
Aku pribadi seneng banget lihatnya, langsung kebayang enaknya kalau punya satu set lengkap kayak gini buat dipakai sehari-hari di kantor.
7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**
Aku yakin ini bakal ngebantu banget buat memperkuat citra Jasa Marga di mata karyawan sendiri maupun orang luar, apalagi kalau makin banyak yang pakai di kesehariannya.

Pangersaning Gusti Bayu Alam

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, banner, poster, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**
Menurutku pesannya udah sangat jelas, kayak packagingnya begitu lihat visualnya langsung kebayang maksudnya ini buat menyambut karyawan dan supaya karyawan merasa dihargai dan semangat kerja.
2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**
Kalau dilihat dari sudut pandang budaya kerja di Jasa Marga, menurutku semuanya udah pas, gak ada elemen yang kerasa keluar jalur atau kurang sesuai.
3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**
Sesuai banget sih kalau menurutku, malah ini jadi items yang paling penting untuk melengkapi branding Life at Jasa Marga.
4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**
Kalau dilihat bareng-bareng, ketiga media ini menurutku udah nyatu, warnanya, gaya visualnya, semua konsisten, jadi kerasa banget satu identitas yang sama.
5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**
Aku rasa ini udah siap dipakai, tinggal dipastiin lagi kualitas produksi seluruh medianya, apakah sudah sesuai sebelum masuk tahap cetak massal.
6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**
Aku pribadi ngerasa bangga kalau nanti beneran dapet satu set lengkap kayak gini, rasanya jadi representasi nyata kalau Jasa Marga up to trend dan peduli



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

sama karyawannya.

7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Aku yakin banget ini bakal memperkuat employer branding Jasa Marga, soalnya konsepnya kuat dan pasti ngena di hati karyawan yang makanya.

Raul Syafiq

1. **Apakah pesan yang ingin disampaikan lewat media (*packaging*, *banner*, *poster*, dan *collateral kit*) sudah terasa jelas dan mudah dipahami?**

Buat aku pesannya udah nyampe dengan baik, apalagi dari sisi tone komunikasinya yang friendly, jadi enak dibaca dan gampang dicerna sama siapa aja yang lihat.

2. **Adakah bagian dari desain yang kurang tepat, baik dari visual, warna, teks, maupun pemilihan gambar, jika dibandingkan dengan budaya dan karakter perusahaan?**

Aku gak nemuin ada yang bertentangan sama budaya perusahaan, malah menurutku ini pas banget buat gambarin sisi Jasa Marga yang lebih membumi dan dekat sama karyawannya.

3. **Apakah desain dari collateral ini sudah sesuai dengan branding Life at Jasa Marga?**

Kalau ditanya kesesuaian sama branding Life at Jasa Marga, aku bilang udah tepat sasaran, dari segi warna sampai gaya visualnya udah konsisten sama arah brand yang dibangun.

4. **Apakah ketiga media utama ini sudah terasa sebagai satu kesatuan yang kohesif, atau ada yang terasa berbeda karakter visualnya?**

Menurutku ketiga media utama ini udah kompak, kelihatan jelas kalau dibuat dari satu konsep yang sama, gak ada yang kerasa nyempil sendiri.

5. **Apakah set collateral ini sudah siap digunakan untuk aktivasi brand atau masih ada catatan yang perlu ditindaklanjuti?**

Dari yang aku lihat, ini udah sangat matang buat dipakai aktivasi, dan siap produksi massal sih.

6. **Apa perasaan kakak ketika mendapatkan satu set collateral ini?**

Seneng banget rasanya kalau bisa dapet satu set collateral kayak gini, apalagi desainnya fresh, gak kaku dan gak ngebosenin buat dipakai tiap hari.

7. **Apakah seluruh collateral ini sudah mampu memperkuat employer branding Life at Jasa Marga?**

Aku optimis ini bakal memperkuat branding Life at Jasa Marga, soalnya desainnya punya karakter yang kuat dan gampang diingat orang.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 6 Dokumentasi *Testing*

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



Renita Febryana



Fajar Adzana



Jihan Khaldi Fairuz



Cindy Andania



Resesonia Putri Suyun



Lulut Lutsianukita



Raul Syafiq



Rifaldi Moghadikri



Chyntia Monica



Pangersaning Gusti Bayu Alam



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7 Hasil Cek Turnitin



Similarity Report ID: oid:3618:144625267

PAPER NAME

DG8A_Aryani Fajriyati_MARKETING COL
LATERAL LIFE AT JASA MARGA UNTUK
BRAND ACTIVATION (1).pdf

WORD COUNT

23288 Words

CHARACTER COUNT

148368 Characters

PAGE COUNT

144 Pages

FILE SIZE

1.8MB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 7:50 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2026 7:53 AM GMT+7

● 2% Overall Similarity

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

- 2% Internet database
- 0% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:144625267

2% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 2% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 0% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id Internet	<1%
2	kc.umn.ac.id Internet	<1%
3	investor.jasamarga.com Internet	<1%
4	barokoks.github.io Internet	<1%
5	docplayer.info Internet	<1%
6	eprints.ahmaddahlan.ac.id Internet	<1%
7	eskripsi.usm.ac.id Internet	<1%
8	investor-id.jasamarga.com Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144625267

9	akakom.ac.id	<1%
	Internet	
10	Jenal Abidin, Lala Siti Sahara, Early Diena Rasmin, Lestari Lestari. "Stra...	<1%
	Crossref	
11	eprints.unm.ac.id	<1%
	Internet	
12	ftsl.itb.ac.id	<1%
	Internet	
13	repo.darmajaya.ac.id	<1%
	Internet	
14	repository.machung.ac.id	<1%
	Internet	
15	data-compare.netlify.app	<1%
	Internet	
16	repository.umy.ac.id	<1%
	Internet	
17	Tri - Susilowati, Mardiyanto - Mardiyanto, Adi Prasetya Nanda. "PENG...	<1%
	Crossref	
18	ml.scribd.com	<1%
	Internet	
19	bencana-kesehatan.net	<1%
	Internet	
20	nhis.co.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144625267

21	artikelpendidikan.id Internet	<1%
22	eprints.polsri.ac.id Internet	<1%
23	eprints.uny.ac.id Internet	<1%
24	es.scribd.com Internet	<1%
25	repositori.usu.ac.id Internet	<1%
26	repository.dinamika.ac.id Internet	<1%
27	kanakomputer.com Internet	<1%
28	digilib.uin-suka.ac.id Internet	<1%
29	repository.its.ac.id Internet	<1%
30	repository.ub.ac.id Internet	<1%
31	seo.marketbiz.net Internet	<1%
32	slideshare.net Internet	<1%

Sources overview



Hak Cipta :

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

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

ARYANI FAJRIYATI

Depok, West Java, Indonesia | aryanif09@gmail.com | +6287743092342 | [LinkedIn](#) | [Portfolio](#)

SUMMARY

Graphic Designer with experience in corporate branding, social media content, and packaging design across BUMN and creative studios. Skilled in producing consistent digital and print assets aligned with brand guidelines and supporting brand communication initiatives.

WORK EXPERIENCES

StickEarn

April 2026 - July 2026

Graphic Designer Intern

- Laid out **mockup ads for clients**, ensuring visuals aligned with brand guidelines and were client-ready for approval processes.
- Created **Key Visuals (KV)** to support campaign and promotional materials, translating creative briefs into visuals aligned with brand identity.
- Produced **internal social media content**, supporting consistent branding and communication across company platforms.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk

February 2025 - December 2025

Graphic Designer Intern

- Led the visual identity development for **Life at Jasa Marga**, defining logo, color system, typography, layout, and visual elements, and delivering a brand guideline adopted by internal teams and external vendors.
- Designed **60+ employer branding assets** for the Life at Jasa Marga Instagram account and collaborated with a Social Media Specialist on content briefs, contributing to a **1K+ increase in followers**.
- Produced **40+ visual assets** for the official Jasa Marga Instagram account, with multiple posts reaching up to 1K likes and consistently selected over external vendor designs.
- Developed **trend-based social media content** leveraging pop-culture storytelling to highlight Jasa Marga's toll road connectivity, **gaining external attention from a film production house**.
- Contributed to **Mudik Bersama BUMN 2025** by producing layout-based visual assets (banners, standing banners, bus numbering, apparel, merchandise) for a national-scale public program.
- Designed **2 national newspaper advertisements** published in **Harian Kompas and Bisnis Indonesia** editions, selected over vendor and in-house alternatives.
- Created **3 corporate milestone 3D plaques** and developed **5 key visual concepts** for the official 2026 Jasa Marga calendar.

Apostle Studio

May 2024 - April 2025

Visual Designer

- Designed exclusive icons, patterns, and illustration assets for premium Canva templates, contributing to a **30% monthly increase in premium asset usage**.
- Maintained a consistent production of **16 illustration assets per month** across icon sets, illustration sets, and background sets, resulting in **190+ reusable digital assets annually**.
- Optimized illustration assets for digital marketplaces to ensure reusability, consistency, and compliance with premium template standards.

Lavuxo

April 2024 - May 2024

Graphic Designer Intern

- **Defined the visual direction** for TikTok thumbnail covers, including style, color palette, effects, and visual elements, contributing to a total of **19,467 views within one month**.
- Designed brand-consistent TikTok thumbnail visuals aligned with content objectives and target audience behavior.

Redchiz Studio

September 2021 - November 2022

Visual Designer

- Created **commercial illustration assets** including stickers, backgrounds, and digital illustrations for stock design platforms.
- Contributed to a **reported 30% increase in new user downloads** by aligning illustration styles with market trends and platform demand.



© 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

- Produced scalable and reusable visual assets optimized for digital asset marketplaces.

Noura Publishing

April 2021 - June 2021

Graphic Designer Intern

- Designed book cover layouts in collaboration with editors, translating editorial direction into visually cohesive and market-aligned designs.
- Produced supporting promotional design materials to strengthen book presentation and audience appeal.

LICENSES, TRAININGS, & CERTIFICATIONS

- Adobe Certified Professional Certification (Adobe, March 2023)
- KKNI Level II Kompetensi Keahlian Multimedia (BNSP, March 2022)

AWARDS

- Third Place Winner, Eid Artwork Competition, HMGP Niscala Cabinet (March 2023)
- Best Artwork, MyEduSolve Design Challenge: Love by Heart (February 2023)

EDUCATION

Jakarta State Polytechnic

September 2022 - Present

Undergraduate, Majoring in Graphic Design, GPA: 3.95/4.00

ORGANIZATIONAL EXPERIENCES

Himpunan Mahasiswa Teknik Grafika dan Penerbitan (HMGP)

February 2024 - November 2024

Head of Student Advocacy and Welfare Department, HMGP Pragati Cabinet

- Led a team of 7 to provide student advocacy and welfare services, delegating tasks and supporting team members, which improved support timeliness and increased student engagement and satisfaction.
- Monitored and disseminated academic information to prevent issues within the department's academic system.

Pasar Rame TGP 2024

January 2024 - February 2024

Visual Merchandiser

- Executed layout adaptations of approved key visuals across multi-format event collaterals, ensuring cohesive visual presence throughout the event.
- Maintained typography, hierarchy, and composition consistency across large-format prints and merchandise applications.
- Delivered production-ready and print-ready assets in coordination with vendors to support seamless on-site execution.

Pengenalan Kehidupan Kampus Politeknik (PKKP) 2023

August 2023 - September 2023

Content Creation Division Coordinator

- Led a team of 9 in creating creative and informational content for 3,000+ new students during PKKP 2023.
- Managed social media content and design, helping increase Instagram followers by 3,000+ during the program.
- Monitored content quality and ensured clear and accurate information was delivered to students across campus platforms.

PROJECTS

BEDAKAN (Bedah Desain Kemasan) Batch 20 held by Kemenparekraf

October 2024 - November 2024

Graphic Designer

- Created packaging redesigns for clients, from concept to final mockup, by developing moodboards, exploring design concepts, and collaborating with clients, resulting in a polished design that met expectations and contributed to a successful product launch.
- Optimized final artwork for offset printing by reviewing design files for technical requirements and collaborating with the printing team, ensuring print readiness and high-quality results.

SKILLS

Hard Skills: Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe InDesign, Figma, Canva.

Languages: Indonesia (Native), English (Intermediate).