



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN BUKU PROFIL SEBAGAI MEDIA *BRANDING* MARKETEERS INTERNASIONAL



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**
Oleh:
MADELINE VICTORIA QUEEN
1906421048

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2023**



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Buku Profil sebagai Media Branding
Marketeers Internasional

Penulis : Madeline Victoria Queen
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 19 Juli 2023

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds
NIP. 198812152018032001

Dosen Pembimbing II

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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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 BUKU PROFIL SEBAGAI MEDIA *BRANDING* MARKETEERS INTERNASIONAL

Oleh:

MADLINE VICTORIA QUEEN
1906421048

Disahkan:

Depok, 29 Juli 2023
Penguji I

Andriyanto, S.E., M.Kom
NIP. 23272015100119730629

Penguji II

Anggi Anggarini M.Ds
NIP. 198503162010122002



Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan

Dra. Wati Prastiwinarti, M.M
NIP. 196407191997022001



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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 Buku Profil Sebagai Media *Branding* Marketeers Internasional 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.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Depok, [19 Juli, 2023]



Madenne Victoria Queen
1906421048



ABSTRAK

Angka persaingan di antara usaha dalam industri media kian meningkat tahun demi tahun ditambah dengan perubahan teknologi yang sangat mempengaruhi media massa di Indonesia, memaksa perusahaan media harus memperkuat strategi perusahaan demi bertahan di era persaingan yang sengit ini. Marketeers sebagai salah satu perusahaan media massa yang berfokus kepada bidang marketing dan bisnis, perlu membentuk strategi yaitu menjalin kerja sama dan hubungan timbal balik dengan perusahaan-perusahaan di bidang lain agar tetap bisa eksis. Namun, untuk dapat dikenal dan meyakinkan calon mitra akan kredibilitasnya Marketeers memerlukan suatu media yang dapat mempresentasikan identitas, pencapaian, dan riwayat performa perusahaan untuk dapat meyakinkan calon mitra dalam mengambil keputusan kerja sama. Oleh karena itu Marketeers memerlukan media *branding* berupa buku profil yang menjadi solusi akan masalah tersebut. Buku profil *brand* ini dirancang dengan metode *design thinking* yang memiliki lima tahap yaitu *emphatize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Selain itu, untuk mendukung perancangan dilakukan juga proses pengumpulan data dengan melakukan metode wawancara, dokumentasi, observasi dan studi literatur. Melalui tahap penelitian, informasi yang telah diperoleh diolah melalui proses *ideate* yaitu *mind map* dan *mood board*. Kata kunci visual yang telah diperoleh selanjutnya divisualisasikan melalui sketsa imposisi, sketsa manual, dan sketsa digital yang pada akhirnya menghasilkan tiga alternatif konsep. Konsep terpilih akan menjadi desain komprehensif yang kemudian diwujudkan menjadi bentuk fisik dengan spesifikasi yang telah ditentukan sebelumnya. Perancangan ini menghasilkan karya berupa buku profil *brand* dengan konsep *bold-minimalist* dan paduan modern serta digital dengan penerapan warna yang *vibrant* dan penggunaan elemen bentuk yang modern. Hasil karya buku ini selanjutnya dapat dimanfaatkan oleh klien untuk meyakinkan klien dalam proses menuju kerja sama dan relasi bisnis.

Kata kunci: Media *branding*, Buku profil *brand*, Media massa

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

The amount of competition among businesses in the media industry is increasing year after year coupled with technological changes that have greatly affected the mass media in Indonesia, forcing media companies to strengthen their corporate strategy in order to survive in this era of fierce competition. Marketeers as a mass media company that focuses on marketing and business, need to form a strategy, namely establishing cooperation and reciprocal relationships with companies in other fields so that they can continue to exist. However, to be known and to convince potential partners of their credibility, Marketeers need a medium that can present the company's identity, achievements, and performance history to be able to convince potential partners in making cooperation decisions. Therefore Marketeers need media branding in the form of a profile book which is the solution to this problem. This brand profile book is designed using the design thinking method which has five stages, namely empathize, define, ideate, prototype, and test. In addition, to support the design, the process of collecting data is also carried out using interviews, documentation, observation, and literature studies. Through the research stage, the information that has been obtained is processed through an ideate process, namely mind maps and mood boards. Visual keywords that have been obtained are then visualized through imposition sketches, manual sketches, and digital sketches which in the end produce three alternative concepts. The selected concept will be a comprehensive design which is then realized into a physical form with predetermined specifications. This design produces a work in the form of a brand profile book with a bold-minimalist concept and a blend of modern and digital with the application of vibrant colors and the use of modern form elements. The results of this book can then be used by clients to convince clients in the process of cooperation and business relations.

Keywords: *Branding Media, Brand Profile Book, Mass Media*

Hak Cipta :

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



PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan YME karena penyertaan, berkat, kekuatan, dan kesehatan yang telah dilimpahkan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Profil Sebagai Media *Branding* Marketeers Internasional” ini dengan lancar dan tepat waktu. Laporan Tugas Akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program Diploma 4 (empat) Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan di Politeknik Negeri Jakarta.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam bentuk saran, semangat moril dan materiil kepada penulis selama penulisan Laporan Tugas Akhir ini, ucapan terima kasih sedalam-dalamnya diberikan kepada:

1. Dr.sc., Zainal Nur Arifin, Dipl. Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan
3. Anggi Anggarini M.Ds, selaku Ketua Program Studi Desain Grafis
4. Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds, selak Dosen Pembimbing Akademik DG 8A
5. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds, selaku Dosen Pembimbing Materi Tugas Akhir yang memberikan banyak sekali saran dan arahan dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir.
6. Emmidia Djonaedi S.T, M.T,M.BA selaku Dosen Pembimbing Teknis Tugas Akhir yang telah memberikan masukan, koreksi dan nasihat penulisan dalam penyusunan Tugas Akhir.
7. Iwan Setiawan selaku CEO Marketeers, Marthani Tan selaku COO Marketeers, dan Moch. Ferry Sanny Ismail selaku Lead Designer Marketeers, serta pihak lain dari PT Marketeers Internasional yang telah memberikan bantuan dan izin dalam menggarap proyek *brand profile*

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

book serta dalam proses pengumpulan data untuk Laporan Tugas Akhir ini.

8. Meilinda Gultom dan Joe Henry Leonard, kedua orang tua tercinta serta David Roberdto, saudara kandung laki-laki, yang telah memberikan dukungan serta semangat emosional sehingga Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Sekar dan Kiya selaku sahabat “Sobat Rimba”, Aisie, Gilang, Gina, Nabila, Taufiq, Ika, Wilma, Reni, Tiara dan teman-teman di DG 8A lainnya selaku sobat seperjuangan yang telah menemani dan mendukung dari semester awal hingga akhir ini baik dalam pelaksanaan kelas hingga penyusunan Tugas Akhir.
10. Teman-teman kelas DG 8B dan juga teman-teman Teknik Grafika Penerbitan angkatan 2019, yang telah bersama-sama melakukan studi di Politenik Negeri Jakarta.

Penulis berharap Penyusunan Tugas Akhir ini dapat berguna sebagai mestinya bagi pembaca untuk kedepannya, tetapi penulis juga menyadari bahwa penyusunan Laporan Tugas Akhir ini jauh dari kata sempurna, baik dalam materi maupun teknis penyajian. Maka dari itu, diharapkan kritik dan saran yang dapat membangun untuk perbaikan di masa yang mendatang. Demikian yang penulis dapat sampaikan sebagai prakata, Terima Kasih.

Depok, 18 Juli 2023

Madeline Victoria Queen



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
PRAKATA	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1 Media <i>Branding</i>	6
2.1.1 Media Promosi	6
2.2 Buku Profil Perusahaan (<i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>).....	7
2.2.1 Fungsi <i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>	7
2.2.2 Struktur <i>Brand Profile</i> atau <i>Company Profile</i>	7
2.3 Website (<i>Landing Page</i>).....	8
2.3.1 Elemen Penting dalam Desain Website	8
2.4 <i>Layout</i>	9
2.4.1 Elemen <i>Layout</i>	10
2.4.1.1 Elemen Tidak Terlihat (<i>Invisible Element</i>).....	10
2.4.2 Prinsip <i>Layout</i>	15
2.5 <i>White space</i>	17
2.5.1 Manfaat <i>White space</i>	18
2.6 Tipografi.....	20
2.6.1 Tipografi pada <i>Layout</i> Publikasi	20



© 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

2.7	Warna.....	23
2.7.1	Makna Warna	23
2.7.2	Warna pada Desain	25
2.8	<i>Design Thinking</i>	27
BAB III METODE PERANCANGAN.....		29
3.1	Metode Riset Desain	29
3.2	Metode Pengumpulan Data	31
3.3	Data dan Analisis.....	33
3.3.1	Profil Klien.....	33
3.3.2	Product Knowledge	35
3.3.3	Kompetitor	39
3.3.4	<i>Customer Insight</i>	41
3.3.5	Analisis SWOT.....	42
3.3.6	Analisis STP	44
3.4	Arahan Kreatif.....	45
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		48
4.1	<i>Ideate</i> (Konsep Visual)	48
4.1.1	<i>Mind map</i>	48
4.1.2	<i>Mood Board</i>	50
4.2	<i>Prototype</i> (Proses Desain).....	51
4.2.1	Sketsa Imposisi.....	51
4.2.2	Sketsa Alternatif (Manual).....	52
4.2.3	Desain Komprehensif	54
4.2.4	Desain Konsep Terpilih	58
4.2.5	Penerapan <i>Layout</i>	61
4.2.6	Penerapan Warna.....	62
4.2.7	Penerapan Elemen Tekstur.....	63
4.2.8	Penerapan Elemen Visual	63
4.2.9	Penerapan Tipografi.....	64
4.3	<i>Testing</i>	65
4.4	Media Pendukung	67
4.4.1	<i>Website</i> (Halaman Profil <i>Brand</i>)	68
4.4.2	<i>Business Essential</i>	68
4.5	Pertimbangan Produksi	69



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

BAB V PENUTUP	71
5.1 Simpulan	71
5.2 Saran	72
DAFTAR REFERENSI	75
LAMPIRAN	79



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Anatomi <i>Grid</i>	12
Gambar 2. 2 Contoh <i>Manuscript Grid</i>	12
Gambar 2. 3 Contoh <i>Column Grid</i>	13
Gambar 2. 4 Contoh <i>Modular Grid</i>	14
Gambar 2. 5 Contoh <i>Hierarchical Grid</i>	14
Gambar 2. 6 Contoh <i>No Grid</i>	15
Gambar 2. 7 Contoh Prinsip <i>Sequence</i> pada <i>Layout</i>	15
Gambar 2. 8 Contoh Prinsip <i>Emphasis</i> pada <i>Layout</i>	16
Gambar 2. 9 Contoh Prinsip Keseimbangan pada <i>Layout</i>	16
Gambar 2. 10 Contoh Prinsip <i>Unity</i> pada <i>Layout</i>	17
Gambar 2. 11 Contoh <i>White space</i> pada <i>Layout</i> Buku.....	18
Gambar 2. 12 Contoh <i>White space</i> pada <i>Layout</i>	20
Gambar 2. 13 Contoh Jarak Teks Pada <i>Layout</i> Publikasi	21
Gambar 2. 14 <i>Font</i> Centaur (kiri) dan Gill Sans (kanan) pada <i>Layout</i>	21
Gambar 2. 15 Contoh <i>Alignment</i> dan Orientasi Teks	22
Gambar 2. 16 Contoh Hirarki Teks	23
Gambar 2. 17 Kombinasi Elemen Warna, Bentuk, dan Tipografi	25
Gambar 2. 18 Contoh Warna Pada Kutipan	25
Gambar 2. 19 Skema Warna Pada Desain	26
Gambar 2. 20 Penggunaan Warna sebagai Penekanan	26
Gambar 2. 21 <i>Design Thinking</i>	28
Gambar 3. 1 Logo Marketeers.....	33
Gambar 3. 2 Kumpulan Majalah Marketeers	36
Gambar 3. 3 <i>Website</i> E-Magazine Marketeers	36
Gambar 3. 4 Marketeers.com	36
Gambar 3. 5 Akun Sosial Media Marketeers	37
Gambar 3. 6 Kanal Marketeers TV di YouTube	37
Gambar 3. 7 Event Marketeers.....	38
Gambar 3. 8 Logo IDN Media	40



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 3. 9 Logo CNBC Indonesia.....	40
Gambar 4. 1 Mind Map.....	49
Gambar 4. 2 Mood Board.....	50
Gambar 4. 3 Sketsa Imposisi.....	51
Gambar 4. 4 Sketsa Manual Konsep Bold-Minimalist.....	53
Gambar 4. 5 Sketsa Manual Konsep Digital.....	53
Gambar 4. 6 Sketsa Manual Konsep Modern.....	54
Gambar 4. 7 Desain Komprehensif 1.....	55
Gambar 4. 8 Desain Komprehensif 2.....	57
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif 3.....	58
Gambar 4. 10 <i>Mock Up</i> Desain Sampul Terpilih.....	59
Gambar 4. 11 <i>Mock Up</i> Desain <i>Layout</i> Isi Terpilih.....	59
Gambar 4. 12 Final Desain <i>Layout</i> Isi Terpilih.....	60
Gambar 4. 13 Penerapan Prinsip <i>Emphasize</i> Pada Halaman Konten.....	61
Gambar 4. 14 Penerapan Prinsip <i>Sequence</i> pada Halaman Konten.....	61
Gambar 4. 15 Penerapan Prinsip <i>Unity</i> pada Halaman Visual dan <i>Separator</i>	62
Gambar 4. 16 Penerapan Prinsip Keseimbangan pada Halaman Konten.....	62
Gambar 4. 17 Palette Warna.....	63
Gambar 4. 18 Tekstur Grain.....	63
Gambar 4. 19 Elemen Visual pada Buku Profil <i>Brand</i> Marketeers.....	64
Gambar 4. 20 Tipografi.....	65
Gambar 4. 21 Hasil <i>Proof Print</i>	66
Gambar 4. 22 Hasil <i>Proof Print</i> Setelah Revisi.....	66
Gambar 4. 23 Testing Buku Profil <i>Brand</i> Marketeers Kepada Audiens.....	67
Gambar 4. 24 <i>Mock Up</i> Halaman <i>Website About Us</i>	68
Gambar 4. 25 <i>Mock Up</i> Business Card.....	69
Gambar 4. 26 <i>Mock Up Lanyard</i> dan <i>ID Card</i>	69



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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 Makna Warna pada Desain	24
Tabel 3. 1 Matriks SWOT	42
Tabel 3. 2 Creative Brief	45
Tabel 4. 1 <i>Key Visual</i>	50





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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: Lembar Bimbingan 1
- Lampiran 2: Lembar Bimbingan 2
- Lampiran 3: Transkrip wawancara bersama CEO Marketeers
- Lampiran 4: Transkrip wawancara bersama Desainer Grafis Marketeers
- Lampiran 5: Transkrip wawancara bersama calon mitra Marketeers
- Lampiran 6: Hasil cek plagiarisme
- Lampiran 7: Dokumentasi
- Lampiran 8: Curriculum Vitae





Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

Persaingan tidak dapat dihindari oleh industri bidang apapun, begitu pula bagi industri media. Berdasarkan kajian yang dilakukan oleh Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan Center Economics and Development Studies (CEDS) Universitas Padjajaran (UNPAD) telah menghasilkan Laporan IPU (Indeks Persaingan Usaha) per tahun 2021. Indeks ini menampilkan 10 (sepuluh) sektor ekonomi yang memiliki persaingan tinggi dan salah satunya pada urutan keenam yaitu sektor informasi dan komunikasi yang mencapai 4,87 poin (dari skala 1-7, tergolong tinggi) (*Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2022*). Kemudian pada bulan Februari 2023, Center Economics and Development Studies (CEDS) Universitas Padjajaran (UNPAD) memberikan kesimpulan terkait nilai indeks persaingan usaha di 15 (lima belas) sektor ekonomi pada tahun 2022 yang mengalami peningkatan ke angka 4,87 dari indeks tahun sebelumnya yang berada di angka 4,81 (*Komisi Pengawas Persaingan Usaha, 2023*). Sehingga dapat terlihat persaingan industri media dalam dua tahun terakhir ini mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Selain itu perubahan teknologi juga mempengaruhi peningkatan media massa di Indonesia. Menurut Dewan Pers Paulus Tri Agung Kristanto, apabila sebagian besar media cetak beralih sepenuhnya dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi, perusahaan akan berhadapan dengan banyak pesaing, didukung dengan data dari Dewan Pers pada tahun 2018 yang menunjukkan bahwa terdapat 43.000 situs portal berita yang masih eksis di internet dan masih ada kemungkinan untuk terus bertambah (Ritonga, 2022). Sehingga dapat disimpulkan bahwa keadaan industri media pada saat ini mengalami persaingan yang cukup ketat akibat bertambah nya kompetitor yang harus dihadapi kedepannya.

Meningkatnya persaingan usaha mendorong perusahaan media untuk meningkatkan performa kinerja perusahaan untuk bisa bertahan, dan hal tersebut



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

bisa ditentukan oleh bagaimana perusahaan melakukan pengembangan strategi, salah satunya yaitu dalam menjalankan hubungan kemitraan atau *partnership* dengan perusahaan dan pihak lain. Strategi *partnership* terjadi karena adanya hubungan sementara dan kontraktual antar perusahaan atau pihak lain dalam menjalankan beberapa kegiatan bersama, di sisi lain juga dapat meningkatkan performa perusahaan (Ratnawati, 2019). Dalam proses menuju kerjasama, perusahaan harus bisa meyakinkan calon mitra bahwa identitas dan profil perusahaan jelas dan terpercaya serta mampu untuk memberikan manfaat sebagai timbal balik jalinan kerja sama. Oleh karena itu, perusahaan membutuhkan media yang mampu memaparkan dan merepresentasikan identitas dan profil perusahaan. Media tersebut dapat berupa *company profile* atau *brand profile* karena terdapat bagian yang menjelaskan aspek tentang keunggulan atau nilai lebih produk, bagaimana produk tersebut digunakan oleh publik dan seberapa luas penggunaannya sehingga perusahaan dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat (Pratomo et. al., 2022).

Marketeers atau PT Marketeers Internasional merupakan salah satu perusahaan media yang tergolong kecil berada di antara perusahaan media besar lain dalam industri ini. Marketeers didirikan pada tahun 1992 oleh PT MarkPlus Indonesia dan mengalami *spin-off* pada awal tahun 2022. Hal ini membuat Marketeers beralih menjadi organisasi independen yang sebelumnya cenderung menjadi media *in-house* dan melayani PT MarkPlus Indonesia sebagai *parent company*. Saat ini Marketeers menjadi entitas atau wujud organisasi yang lebih fleksibel dan tidak hanya melayani PT MarkPlus Indonesia tetapi juga melayani klien dan menjalin kerja sama dengan mitra eksternal seperti Pertamina, Mandiri, dan perusahaan besar lainnya. Namun, Marketeers belum memiliki media yang mampu merepresentasikan kondisi Marketeers setelah mengalami perubahan tersebut. Dalam hal ini, Marketeers membutuhkan buku profil sebagai media *branding* atau lebih tepatnya *brand profile book* yang mampu merepresentasikan Marketeers yang sudah menjadi organisasi independen dan meningkatkan nilai *brand* Marketeers dihadapan calon mitra atau klien.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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



© 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 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

Berdasarkan permasalahan dan kebutuhan yang telah dipaparkan, maka perancangan *brand profile book* untuk Marketeers ini penting untuk dilaksanakan. Buku profil ini akan dirancang sebagai media *branding* Marketeers Internasional untuk merepresentasikan nilai Marketeers dan menjadi alat untuk menunjukkan kelayakan Marketeers pada saat melakukan kerja sama baik secara b2b (*business to business*) atau b2c (*business to consumers*) dengan perusahaan seperti Pertamina, Mandiri Tunas Finance, dan lain sebagainya. Peran *brand profile book* atau peran desain dalam memberikan solusi atas permasalahan dan kebutuhan PT Marketeers Internasional yaitu untuk menyampaikan dan merepresentasikan karakteristik PT Marketeers Internasional melalui visual media *branding* berupa buku profil sehingga calon klien dapat mengetahui bahwa Marketeers adalah media yang modern, muda, dan adaptif.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah dipaparkan, maka didapatkan rumusan masalah sebagai berikut: Bagaimana merancang buku profil sebagai media *branding* untuk merepresentasikan citra Marketeers Internasional?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Pada perancangan buku profil sebagai media *branding* (*brand profile book*), ruang lingkup yang akan dijadikan acuan adalah hal-hal yang berkaitan dengan perancangan *Brand Profile Book* Marketeers dengan batasan yang mencakup dalam kategori media komunikasi visual, seperti sebagai berikut:

1. Konsep, teori, prinsip dan elemen dasar desain yang digunakan dalam mendukung perancangan buku profil *brand*
2. Proses perancangan *brand profile book* dan penerapan elemen dan prinsip desain dengan menggunakan *design thinking*.
3. Serta pengaplikasian ke desain media turunan (*website*, dan *business essential* berupa *business card*, *ID card*, dan *lanyard*)
4. Jenis *layout*, jenis material, dan pemilihan ukuran yang akan digunakan dalam perancangan *brand profile book*.



© 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

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan ruang lingkup pembahasan, maka tujuan yang ingin dicapai dari tugas akhir ini yaitu:

1. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan media *branding* berupa *Brand Profile Book* Marketeers Internasional
2. Menerapkan elemen grafis yang digunakan dalam *Brand Profile Book* Marketeers ke pada media turunan sebagai pendukung media *branding* Marketeers Internasional (berupa *website* dan *business essentials*)

Selain itu dengan dilakukannya perancangan *Brand Profile Book* Marketeers Internasional sebagai media *branding* diharapkan dapat memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Marketeers Internasional yaitu dapat digunakan sebagai media *branding* yang mampu menunjang informasi dengan cara yang efektif dan kreatif sesuai dengan citra Marketeers.
2. Manfaat bagi lembaga pendidikan yaitu diharapkan mampu menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa terutama mahasiswa desain grafis dalam melihat suatu permasalahan serupa yang membutuhkan solusi kreatif melalui media komunikasi visual.
3. Manfaat praktis untuk diterapkan dalam dunia desain grafis yaitu menjadi referensi desain visual bagi pembaca, mahasiswa, atau desainer grafis profesional yang sedang merancang topik serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan tugas akhir diperlukan sistematika penulisan agar penyusunan laporan ini dapat disajikan secara terstruktur dan dapat mudah dipahami. Berikut susunan yang terbagi menjadi lima bagian terdiri dari pokok-pokok penting disusun secara sistematis, sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas gambaran umum atau latar belakang permasalahan yang menjadi tujuan diperlukannya perancangan *Brand Profile Book* Marketeers Internasional sebagai penentu



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

standar merek, alat untuk meningkatkan kepercayaan klien, dan media *branding* Marketeers. Berdasarkan latar belakang, juga dijelaskan ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan, dan sistematika penulisan laporan tugas akhir.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini memaparkan teori-teori yang digunakan sebagai landasan untuk memperkuat dan mendukung perancangan *Brand Profile Book* Marketeers Internasional. Teori-teori yang digunakan antara lain teori mengenai *branding*, media promosi, teori *brand profile book* atau *company profile*, *layout*, tipografi dan warna.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini mengungkapkan metode riset desain dan metode pengumpulan data yang digunakan sebagai landasan dalam perancangan *Brand Profile Book* Marketeers Internasional. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan melakukan wawancara, observasi, dan studi literatur. Dalam bab ini juga akan dijabarkan hasil data dan analisis yang sudah didapatkan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini memaparkan hasil dan pembahasan karya buku profil *brand* Marketeers yang terdiri dari proses pembuatan konsep visual, proses desain, penerapan desain terpilih pada media pengukung berupa *website (landing page)* dan *business essential (business card, ID card, dan lanyard)*, dan penjelasan pertimbangan produksi dalam hal material, bahan, teknik cetak, dan realistis produksi dalam skala besar.

BAB V

PENUTUP

Bab ini terdiri dari pemaparan kesimpulan yang berfokus pada tujuan dan hasil penelitian, serta saran yang berkaitan dengan pemecahan masalah yang menjadi obyek penelitian atau kemungkinan penelitian lanjutan



BAB V PENUTUP

5.1 Simpulan

Melalui proses dan tahapan perancangan *brand profile book* Marketeers Internasional, maka ada beberapa hal yang bisa ditarik sebagai kesimpulan yang sesuai dengan teori dan penerapannya dalam perancangan *brand profile book* Marketeers Internasional. Berikut beberapa hal yang dapat ditarik sebagai kesimpulan:

1. Hasil akhir buku profil *brand* Marketeers Internasional dan media pendukung nya berupa halaman *website*, *business card*, *ID card*, dan *lanyard* akan digunakan oleh Marketeers sebagai media *branding* secara internal maupun eksternal. Terutama untuk buku profil *brand* Marketeers Internasional yang akan digunakan sebagai media *branding* pada saat menjalin kerja sama dengan calon klien atau *partner* secara *offline*, buku profil ini akan digunakan sebagai alat yang dapat merepresentasikan kredibilitas Marketeers serta pengalamannya sebagai perusahaan media yang dapat memberikan keberhasilan pertimbangan dalam kerja sama antar perusahaan atau institusi. Buku profil ini berisikan informasi mengenai *brand* Marketeers, latar belakang, visi dan misi, produk, layanan, dan event yang diselenggarakan, *portfolio* perusahaan, klien dan partner, serta kontak dan alamat kantor. Secara *online* akan menggunakan media pendukung berupa halaman *website* yang akan digunakan sebagai wadah informasi bagi publik ataupun pihak lain yang ingin mengenal Marketeers secara singkat kapan pun dan dimana pun, sebelum memutuskan untuk melakukan kerja sama atau mengikuti kegiatan yang diselenggarakan oleh Marketeers. Buku profil *brand* ini dibuat melalui lima tahap proses perancangan *design thinking* dan menerapkan elemen grafis berupa bentuk, foto, tipografi, warna, dan tekstur.

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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. Konsep desain yang terpilih sebagai *final artwork* buku profil *brand* Marketeers Internasional memiliki unsur *minimalist* dan *bold*, didukung oleh elemen visual berupa bentuk-bentuk modern (bentuk *asterisk* atau tanda bintang (*), bentuk panah yang modern, bentuk geometris, dan ikon-ikon digital), warna vibrant dari warna primer cetak yaitu *cyan*, *magenta*, *yellow*, dan *black* yang mewakili identitas Marketeers. Konsep visual dari desain terpilih memiliki *layout* yang dominan oleh *white space* dan unsur minimalis. Prinsip desain diterapkan pada penekanan elemen visual berupa tipografi dan bentuk yang dibuat *emphasize* dari elemen lain, lalu diterapkan juga prinsip *layout unity* untuk memberikan konsistensi terhadap elemen yang digunakan dan prinsip *sequence* dan prinsip keseimbangan untuk memberikan kemudahan dalam membaca urutan informasi. Jenis *grid* yang diterapkan adalah *column grid* dan *manuscript grid*, serta *no grid* pada beberapa bagian halaman visual. Penggunaan tipografi dan penerapan prinsip nya pada *layout* tipografi dengan menggunakan jenis tipografi *sans serif* dan penggunaan *font* Erbaum dan Soleil yang memiliki bentuk simpel dan memiliki tingkat keterbacaan tinggi. *Final artwork* dari buku profil *brand* Marketeers Internasional serta media pendukung nya dibuat ke dalam bentuk fisik dengan melalui proses percetakan, buku profil *brand* Marketeers dicetak menggunakan teknik *digital printing*, material yang digunakan untuk mencetak bagian isi adalah *art carton* 260 gsm berlaminasi doff dengan tambahan kertas kalkir dan untuk bagian sampul menggunakan material *hard board* bersampulkan *art paper* berlaminasi *doff*, dengan teknik jilid *hard ring* dan tambahan *spot uv* agar terkesan premium dan modern.

5.2 Saran

Pada saat melalui proses perancangan buku profil *brand* Marketeers Internasional, terdapat beberapa hal yang dapat menghasilkan saran untuk dapat diberikan:



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

Saran untuk Desainer Grafis:

1. Ada baiknya pada saat melakukan pengembangan konsep dan pemilihan warna untuk melakukan mempertimbangkan pemilihan warna apakah mampu untuk dicetak dan dapat menghasilkan warna sesuai ekspetasi. Melakukan riset dan mempertimbangkan palet warna CMYK sebagai landasan pemilihan warna bisa menjadi hal yang efisien untuk dilakukan guna menghemat waktu, tenaga, dan biaya. Kemudian *proof print* merupakan hal yang perlu dilakukan untuk mengecek elemen visual terutama warna pada gambar dan foto serta tipografi sudah terbaca dan terlihat dengan baik, ada kalanya tampilan pada layar tidak bisa mewakili sepenuhnya tampilan akhir setelah dicetak, maka dari itu perlu melakukan *proof print* setidaknya dua kali. Karena dalam hal ini penulis tidak mendapatkan warna yang di ekspetasi, akibatnya perlu memakan waktu lagi untuk mengubah warna dan menyesuaikannya dengan elemen visual lainnya. Maka dari itu memperkirakan penggunaan warna dan melakukan *proof print* penting untuk dilakukan.
2. Dalam melakukan pengembangan *layout* ada baiknya melakukan sketsa manual terlebih dahulu agar tidak terjebak dan menghabiskan waktu lebih lama mengeksplor di *software* digital. buatlah sketsa manual *layout* yang simpel namun dapat membantu kita mendapatkan gambaran peletakkan elemen visual dan elemen teks. Ada kalanya keinginan untuk bekerja secara cepat memberikan inisiatif untuk langsung mengeksplorasi desain tanpa membuat sketsa atau perencanaan terlebih dahulu sehingga desain menjadi tidak terarah dan eksplorasi terlalu luas menyebabkan konsep visual yang ingin dituju bercampur dengan hal-hal baru yang kita temui pada saat mengeksplorasi desain.
3. Carilah referensi desain sebanyak mungkin yang relevan dengan konsep dan media yang akan kalian buat dan sesuai dengan kaidah desain grafis. Terutama dalam *layout* publikasi memerlukan referensi desain untuk mempercepat stimulus dalam mengembangkan *layout* dan dapat memberikan pandangan serta *taste layout* yang baru untuk kita terapkan



© 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

kedepannya. Hal ini sangat membantu pada saat kita harus bekerja cepat, referensi *layout* yang kita lihat dari karya orang lain bisa memberikan dorongan bagi kita untuk mengembangkan *layout* pada referensi tersebut dan menyesuaikannya dengan kebutuhan kita, selain itu kita juga jadi terlatih untuk merencanakan gaya *layout* secara efisien dalam hal waktu.

Saran untuk Klien:

4. Mempublikasikan informasi mengenai profil *brand* Marketeers tidak hanya kepada klien, *partner*, dan konsumen melainkan juga kepada publik secara luas dapat memberikan kesempatan yang lebih luas lagi untuk menemukan audiens dan disaat yang sama dapat membentuk *branding* bagi Marketeers sebagai media massa yang kredibel dalam menyampaikan informasi di bidang marketing dan bisnis.

Saran untuk Akademisi:

5. Perancangan buku profil *brand* ini dapat menjadi referensi untuk kebutuhan penelitian atau perancangan di dunia akademik untuk masa mendatang



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR REFERENSI

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *Barik Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 112–122.
- Ang, J. (2022, Mei 3). *Using White Space in Design: A Complete Guide* [Brand newsletter]. Venngage. <https://rb.gy/omj1m>
- Anggarini, A. (2019). *Layout Desain Publikasi: Eksplorasi Teks dan Gambar* (N. Martina & M. Fauzy, Ed.; 1 ed.). PNJ Press.
- Babich, N. (2019, Maret 6). *6 Simple Tips On Using Color In Your Design* [Media Platform]. UX Planet. <https://rb.gy/hiqs4>
- Decker, K. (2022, November). *The Fundamentals of Understanding Color Theory* [Creative platform]. 99designs. <https://rb.gy/2tfxo>
- Fanaqi, C., Pratiwi, R. M., & Firmansyah, F. (2020). Strategi Branding Pelaku Usaha Pariwisata di Masa Pandemi. *Business Innovation and Entrepreneurship Journal*, 2(4), 263–273. <https://doi.org/10.35899/biej.v2i4.172>
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, K. (2022). *Ringkasan Eksekutif Indeks Persaingan Usaha 2021* (hlm. 3) [Ringkasan Eksekutif]. Komisi Pengawas Persaingan Usaha (KPPU) dan Center Economics and Development Studies (CEDS) Universitas Padjadjaran (UNPAD). <https://kppu.go.id/penelitian/>
- Komisi Pengawas Persaingan Usaha, K. (2023, Februari). *CEDS FEB Unpad Simpulkan Indeks Persaingan Usaha untuk Tahun 2022 Mengalami*



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

Peningkatan _ KOMISI PENGAWAS PERSAINGAN USAHA.pdf

[Lembaga Negara]. KPPU Komisi Pengawas Persaingan Usaha.

<https://kppu.go.id/blog/2023/02/ceds-feb-unpad-simpulkan-indeks-persaingan-usaha-untuk-tahun-2022-mengalami-peningkatan/>

Kramer, L. (2022, November). *Color meanings and the art of using color symbolism* [Creative platform]. 99designs. <https://rb.gy/s1132>

Landa, R. (2019). *Graphic Design Solutions: 6th edition* (6 ed.). Cengage. <https://rb.gy/m2e6z>

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

Poulin, R. (2017). *Design School Type: A Practical Guide for Students and Designers*. Rockport Publishers, an imprint of The Quarto Group. <https://rb.gy/o8fpy>

Poulin, R. (2018). *Design School Layout: A Practical Guide for Students and Designers*. Rockport Publishers, an imprint of The Quarto Group. <https://rb.gy/o0yaf>

Prabowo, O. A., K, P. A., & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Visual Branding Desa Wisata Jambu Kabupaten Kediri. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1(14), 1–10.

Pratomo, S. A., Sulistyowatie, S. L., Amelia, R. W., & Trisilo, R. G. (2022).

Identifikasi Penggunaan Company Profile Pengrajin Lurik Klaten Dalam



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

Digital Marketing. *Jurnal Surakarta Accounting Review (SAREV)*, 4(1), 28–34.

Ratnawati. (2019). Partnership Strategy and Competitive Advantage to Improve The Performance of MSMEs In The Creative Industry. *Jurnal of Applied Management*, 17(4), 668–676.

Ritonga, M. W. (2022, Desember 6). *Industri Media Butuh Adaptasi Digital dan Model Bisnis yang Tepat* [Media Massa]. *Harian Kompas*.
<https://rb.gy/nopyk>

Rizkiyah, R., Istikomah, I., & Nurdyansyah, N. (2020). Strategies to Build a Branding School in Efforts to Improve the Competitiveness of Islamic Education Institutions | Proceedings of The ICECRS. *Proceedings of The Internasional Concorium of Education and Culture Research Studies*, 7.
<https://doi.org/10.21070/icecrs2020366> Published June 12, 2020

Rosmalina, Kurniawan, A. B., & Firmansyah, F. (2022). Sistem Informasi Company Profile Sebagai Media Promosi dan Pendaftaran Siswa Menggunakan Framework Codeigniter dan Bootstrap (Studi Kasus di Sekolah PAUD Mawasari 6). *Jurnal Sistem Informasi*, 04(2), 21–26.

Tondreau, B. (2019). *Layout Essentials Revised and Updated: 100 Design Principles for Using Grids*. Rockport Publishers. <https://rb.gy/87c7h>

Tu, J.-C., Liu, L.-X., & Wu, K.-Y. (2018). Study on the Learning Effectiveness of Stanford Design Thinking in Integrated Design Education. *Sustainability*, 10(8), 2649. <https://doi.org/10.3390/su10082649>



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Zakiyah, R. Z., & Islam, M. A. (2022). User Interface Website Sebagai Media Promosi Vilovy Design. *Barik Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 3(3), 174–185.



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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



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

Lampiran 1: Lembar Bimbingan 1

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Maxiline Victoria Queen	
NAMA PEMBIMBING		Dwi Agnes Natalia Pringati, M. Des	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Buku Profil sebagai Media Branding Marketers Internasional	
KETERANGAN			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	18 Maret 2023	Pengantar, Revisi/penyesuaian judul agar lebih jelas dan bahasan mengenai kerangka teori/desain teori	Memulai Bab 1 dan menentukan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, dan menentukan teori makro dan mikro
2	31 Maret 2023	fenomena di latar belakang terlalu luas, kerangka teori ada yang dihilangkan, dan menyesuaikan tujuan dan manfaat perancangan ini	Revisi fenomena di latar belakang dan bagian lain di bab 1, rencana progress bab 2
3	18 Maret 2023	Pengantar teori di Bab 2 disesuaikan dengan kebutuhan untuk perancangan di Bab 4 nanti, menonjolkan teori sub bab di bab 3, kerangka teori harus disebutkan dan disebutkan sebelum proses analisis	Revisi susunan dan melengkapi teori di Bab 2, progress ke Bab 3
4	5 Mei 2023	Diminta untuk melengkapi daftar gambar, tabel, dan lampiran, memperbaiki capar referensi	melakukan revisi data dan analisis, memperbaiki penjelasan dan kerangka data dan gambar analisis pada Bab 3
5	15 Mei 2023	Membahas revisi yang sudah dikerjakan dari seminar proposal, membicarakan mtd dan dir. metode	Melengkapi bagian yang kurang, membuat nomor halaman, memperbaiki sitasi dan melakukan revisi pada sub bab
6	16 Juni 2023	Membahas progress yang sudah dilakukan, memperbaiki desain alternatif cover, buku, dan lain-lain	Melakukan revisi dan melanjutkan progress
7	11 Juli 2023	Membahas progress yang sudah dilakukan, memperbaiki desain alternatif cover, buku, dan lain-lain	melakukan progress yang tertinggal, mengerjakan karya utama yaitu buku profil, dan melakukan analisis material
8	18 Juli 2023	membahas progress dan melakukan review desain: terlampir, diberikan saran	menetapkan feedback yang diberikan dan melanjutkan progress

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

Lampiran 2: Lembar Bimbingan 2

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Maxiline Victoria Queen	
NAMA PEMBIMBING		Ermiadi Djonesadi, M.T, M.B.A	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Buku Profil sebagai Media Branding Marketers Internasional	
KETERANGAN			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	6 Mei 2023	Koreksi pengejaan pada Bab 1, Bab 2, dan Bab 3, perlu menambahkan contoh gambar pada sub bab literatur	merevisi pengantar dan pengantar kata serta kelima, dan menambahkan contoh gambar pada sub bab literatur
2	16 Mei 2023	Koreksi pengejaan yang masih belum tepat, dan kata kata, serta menambahkan kelengkapan pada	Verifikasi pengejaan yang belum tepat, dan memperbaiki kata kata yang masih kurang tepat
3	18 Juli 2023	membahas progress yang sudah dikerjakan, menyiapkan saran dan masukan	menylesaikan progress dan mengerjakan saran dan masukan yang diberikan
4			
5			
6			
7			
8			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



Hak Cipta :

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

Lampiran 3: Transkrip wawancara bersama CEO Marketeers

(Latar belakang berdirinya Marketeers, Value, Tentang Marketeers)

1. Boleh di ceritakan sejarah bagaimana terbentuk dan berdirinya Marketeers?

“Oke, Marketeers sudah ada dari tahun 92 ya, tapi cikal bakal nya itu dalam bentuk komunitas. Kita punya namanya MarkPlus forum gathering para eksekutif di 5 kota di Indonesia di Jakarta, Surabaya, Bandung, Semarang, Medan dan setiap bulan kumpul di venue tertentu dan berdiskusi tentang topik-topik yang lagi ngetrend sama marketeers. Beberapa saat kemudian kita muncul tabloid, mulai berevolusi jadi media company, tetapi secara resminya marketeers sebagai satu PT terpisah ada satu PT namanya PT Marketeers Internasional itu baru tahun 2012, usianya baru sekitar 10-11 tahun kalau yang resmi sebagai media dimana kita menjadi bagian dari SPS (Serikat Perusahaan Pers) itu baru di tahun 2012 itu. Kira-kira begitu.”

2. Selama berdirinya Marketeers, Apakah ada hal yang terjadi sehingga merubah Marketeers baik secara signifikan atau tidak signifikan?

“Sebetulnya yang paling signifikan adalah evolusi nya ketika kita di spin-off dari PT MarkPlus Indonesia ya, menjadi satu organisasi yang independen, punya otonomi untuk menjalankan bisnis sendiri di tahun 2022 awal, Januari 2022 tahun lalu, nah awal mulanya Marketeers itu berdiri sebagai media yang independen, sebelumnya marketeers cenderung menjadi media in house karena kita lebih banyak melayani PT MarkPlus Indonesia sebagai parent company, dengan semakin independen, Marketeers menjadi entitas yang lebih fleksibel, tidak hanya melayani PT MarkPlus Indonesia tetapi kami juga melayani klien eksternal lainnya.”

3. Apa citra yang Mas ingin audiens/klien lihat dengan adanya Marketeers?

“Marketeers ingin dilihat sebagai organisasi yang muda, yang bisa beradaptasi dengan jaman yang modern, dan juga persepsi digital yang



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

melekat kuat di Marketeers, marketeers ini kan merupakan media company yang berevolusi dari media print menjadi media digital, dengan adanya marketeers.com atau e-magazine, kita menjadi digital brace media, target nya anak anak muda, generasi generasi yang jauh lebih muda, dan kita ingin ada dua persepsi bahwa kita ini muda dan very digital.”

4. Pencapaian apa saja yang telah di raih oleh Marketeers selama ini?

“Sudah menang 10 gold medal di IPMA, 1 gold medal media awards, diakui sebagai media yang sangat kental elemen desain nya. Terbit dengan desain yang menarik.

5. Apakah ada filosofi tertentu yang terdapat dalam logo Marketeers?

“Ada di ikon M nya itu sendiri ada 6 garis yang mencerminkan 6 pilar karakter yang digunakan oleh MarkPlus juga, filosofi nya kita punya Karakter kuat, melandasi semua aktifitas dalam marketeers, dan beyond itu sebetulnya tidak ada filosofi lain yang tergambar dalam logo Marketeers lainnya. Sebetulnya logo MarkPlus itu sendiri yang mendesain adalah orang Marketeers, dipakai bersama.”

(Latar belakang masalah dan solusi perancangan buku profil *brand* Marketeers)

6. Sebetulnya apa tujuan diperlukannya perancangan *brand profile book* ini Mas? Apakah ada kegunaan tertentu misalnya sebagai alat bantu penentu standar *brand* atau media yang memaparkan informasi mengenai Marketeers, atau bagaimana Mas?

“Setelah *spin off* kita tidak hanya melayani Mcorp tetapi kita juga melayani ke perusahaan-perusahaan lain, bahkan juga melakukan kerja sama ya dalam event dan kegiatan bisnis lainnya. Sebelumnya saat melakukan kerja sama kita belum punya media yang bisa kasih tahu rangkaian produk dan event, layanan yang kita tawarkan, portfolio kita sejauh ini, dan juga identitas Marketeers, maka dari itu buku profil ini perlu dibuat untuk



© 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

membantu meyakinkan klien dan menunjukkan kredibilitas yang sudah kita miliki.”

(Penutup kata)

7. Apakah ada ekspektasi tertentu yang Mas bayangkan dari perancangan *brand profile book* Marketeers ini?

“Usable saja, horizontal, presentation deck”

8. Apakah Mas memiliki harapan atau cita-cita tertentu untuk Marketeers kedepannya akan jadi seperti apa?

“Jadi media internasional, dengan banyak partner dengan perusahaan lain, organisasi lain, di luar negeri”

Lampiran 4: Transkrip wawancara bersama Desainer Grafis Marketeers

(Mengenai pengalaman sebagai desainer grafis)

1. Kalau boleh tahu sudah berapa lama Kakak berkecimpung di dunia desain grafis? Dan sudah berapa lama Kakak bekerja di Marketeers?

“Aku berkarir dari sekitar tahun 2000, berarti sudah kurang lebih 24 tahun berkarir sebagai desainer grafis, dan di Marketeers kurang lebih 5 tahun”

2. Apakah kaka memiliki pengalaman dalam membuat *company profile* atau *brand profile book*?

“Pada saat itu sudah kerja di Marketeers, mengerjakan *brand book* nya PT Jaya, kadang kadang kita ketemu klien yang agak sulit, dan *brand profile book* yang mereka punya itu bersifat *heritage* jadi sangat *challenging*, bagaimana supaya semua anak perusahaannya sinergi sama *brand book* yang sudah lama itu.”

3. Sebagai desainer grafis, standar/prinsip desain grafis apa yang menurut kaka harus ada dalam pembuatan *company profile/brand profile book*?



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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 itu ya balik lagi kepada kaidah prinsip desain grafis, maksudnya adalah memperhatikan keselarasan dan kompleksitas baik itu dalam penggunaan *font*, warna, dan elemen grafis lainnya, itu semua harus dibuat merepresentasikan citra perusahaan yang kita buat buku profil nya.”

(Mengenai visual *brand profile book* Marketeers)

4. Boleh dijelaskan identitas visual atau elemen visual apa yang kerap digunakan oleh Marketeers?

“Untuk jenis huruf biasanya kita pakai *font* sans serif seperti montserrat, erbaum, dan bio sans, sebagian besar *font* itu kita pakai di majalah, collateral event, desain feed dan story instagram, bumper program tv, dan lain sebagainya. Kalau warna, base nya kita pakai warna *magenta* 100% dan *cyan* 100%, sisanya desain logo, *layout* dan sebagainya kita sesuaikan dengan tema event tapi tetap ada logo Marketeers nya, dan terkadang ada *font* dan warna yang saya sebutkan tadi juga. Kalau elemen gambar biasanya kita pakai foto atau ilustrasi, dan kalau foto biasanya fotografer kita pakai *rule of third* karena dirasa paling fleksibel kalau mau dimasukkan ke *layout*”

5. Apakah ada hal tertentu yang perlu diperhatikan dalam perancangan *brand profile book* ini?

“Penting untuk memperhatikan prinsip hirarki visual, karena kan berhubungan ya sama kenyamanan, juga daya tarik pembaca, aku rasa itu perlu diperhatikan.”

6. Apakah ada konsep tertentu yang ingin diterapkan dalam perancangan *brand profile book* ini?

Terkait konsep, saranku bisa mengikuti *personality* Marketeers yaitu modern, digital, dan muda. Saran lain dari aku adalah untuk explore konsep yang terkait tiga kata itu misal nanti ketemu dinamis atau futuristik dan lain sebagainya”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

7. Apakah ada masukan terhadap mandatory atau elemen yang harus tertera dalam perancangan *brand profile book* Marketeers?

“Untuk *mandatory element* ya pastinya logo harus ada, mungkin warna yang kusebutkan di awal tadi, tipografi sans-serif, dan elemen foto, menurut ku keempat hal itu harus ada dalam buku profil ini”

Lampiran 5: Transkrip wawancara bersama calon mitra Marketeers

1. Sebelumnya boleh silahkan memperkenalkan diri Saudara?

“Perkenalkan saya Erwandi Widyanata biasa dipanggil Wandi usia 23 tahun. Saat ini saya bekerja di Manuva.com sudah 1 tahun 8 bulan. Sebuah startup yang bergerak dibidang B2B dan Retail Packaging (Formerly Tjetak.com). Posisi saya disini sebagai Graphic Design and Packaging Development serta merangkap juga sebagai Design Check. Selain bekerja formal di perusahaan, saya juga bekerja sebagai freelance dengan membuka jasa keperluan desain, dan kebutuhan *branding*”

2. Apakah Anda familiar dengan nama *brand* Marketeers? Dan bagaimana citra atau pandangan saudara/i terhadap Marketeers?

“Sejujurnya saya tidak begitu familiar terhadap *brand* Marketeers. Hanya sekedar tahu saja bahwa ada perusahaan dengan nama Marketeers. Awalnya saya mengira bahwa Marketeers itu sebuah *branding* and digital marketing agency (Seperti dreambox). Namun setelah saya explore lebih dalam mengenai Marketeers, saya melihat bahwa Marketeers merupakan media dengan orientasi bisnis and enterpreneur untuk kalangan gen z. Sehingga citra dan pandangan saya terhadap Marketeers adalah sebuah media enterpreneur untuk kalangan gen z, bersifat edukatif karena dalam kontennya banyak ilmu mengenai marketing serta dalam segi visual lebih futuristik”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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. Berdasarkan penelitian yang sedang saya jalankan sebagai tugas akhir yaitu perancangan buku profil *brand*, menurut saudara/i apakah buku profil *brand* atau *company profile* memiliki peranan penting bagi perusahaan atau suatu *brand*?

“Ya sangat penting, karena dalam buku profil tersebut memuat secara garis besar mengenai perusahaan tersebut. Sebagai contoh sederhana nya profil singkat perjalanan perusahaan tersebut berdiri dan bergerak dibidang apa perusahaan tersebut. Sehingga mendapatkan gambaran kasar mengenai perusahaan tersebut”

4. Apakah buku profil *brand* berdampak pada keputusan kesepakatan dalam bermitra diantara dua pihak/perusahaan? (Boleh mohon dijelaskan)

“Menurut saya berdampak sekitar 50% kepada keputusan untuk melakukan kerja sama dengan perusahaan tersebut. Karena tetap harus melakukan explore lebih dalam lagi sebelum bekerja sama dengan user terkait, agar terjadi dialog 2 arah sehingga lebih clear. Mungkin buku profil tersebut sebagai first impression kita terhadap perusahaan”

5. Lalu bagaimana pendapat saudara/i terhadap konten dari buku profil *brand*, apakah perusahaan atau *brand* harus menunjukkan informasi tertentu di dalam buku profil tersebut? Boleh disebutkan apa saja

“Perusahaan tersebut bergerak dibidang apa, sudah berapa lama perusahaan tersebut berpengalaman, produk apa yang ditawarkan, pelayanan dan fitur apa yang ditawarkan. Selain itu juga dalam sebuah buku profil memuat pencapaian apa yang sudah diraih selama menjalankan bisnis nya, *Brand* mana saja yang sudah diperbantukan atau kolaborasi. Sehingga kami sebagai client bisa menjadi bahan pertimbangan untuk mau berkerja sama atau tidak dengan perusahaan tersebut.”



Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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. Setelah dari segi konten, apakah segi visual juga dapat membantu meyakinkan calon mitra? Apa saja yang perlu di perhatikan dari sisi visual

“Kalau dari sisi visual mungkin tidak terlepas dari kaidah prinsip desain ya. Kalau dari pandangan saya ada 2 hal yang sangat penting dalam perancangan visual buku profil. Yang pertama adalah Keselarasan yang kompleks. Selaras dalam hal ini seperti penggunaan *font*, warna, dan unsur foto haruslah mencitrakan perusahaan tersebut/target pasarnya. Mungkin dalam hal ini Marketeers yang cenderung futuristik membutuhkan warna yang agak kontras, dark dan pemilihan *font* sans serif. Kemudian yang kedua adalah visual hirarki desain. Prinsip tersebut demi kenyamanan, daya tarik pembaca, dan highlight point visual sehingga peluang client untuk tertarik membaca buku profil menjadi besar. Jawaban tambahan, dari segi visual ya dapat membantu meyakinkan client untuk bermitra. Karena dengan visual yang baik akan menciptakan citra yang baik pula kepada client yang membaca sehingga perlu dibuatkan buku profil yang menarik dengan kaidah prinsip desain yang rapi tentu saja”

7. Pada umumnya pihak perusahaan lebih memilih buku profil dalam bentuk cetak atau digital dan dengan spesifikasi ukuran seperti apa? Lalu apakah ada hal yang bisa membuat mereka tertarik untuk membaca halaman awal hingga akhir?

“Sepengalaman ku lebih prefer dalam bentuk cetak sih.. Lebih elegan pastinya kalau dikirim antar perusahaan. Untuk kebutuhan publik baru bisa menggunakan *soft file* (biasa diupload *website*). Dan mungkin lebih bagus *landscape* ya space untuk mengisi konten nya lebih besar. Itu sih mungkin menurut ku, balik lagi ke isi konten dan visualnya sih kak klo menurutku. Ya mungkin kalo dari sisi fisik buku nya aku bisa saranin ada elemen spot uv nya gitu di cover biar lebih elegan saja”



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 6: Cek Plagiarisme

Madeline Victoria Queen_DG

ORIGINALITY REPORT

9%	8%	1%	1%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.pnj.ac.id Internet Source	2%
2	ejournal.unesa.ac.id Internet Source	1%
3	id.wikipedia.org Internet Source	1%
4	kc.umn.ac.id Internet Source	1%
5	www01.cemmlibrary.org Internet Source	<1%
6	docplayer.info Internet Source	<1%
7	desainerhub.com Internet Source	<1%
8	Muhammad Nur Arasid, Ramita Hapsari. "Pemaknaan Ilustrasi Berita Infografis Pada Media Online : Analisis semiotika pada Instagram CNBC Indonesia", J-IKA, 2019 Publication	<1%





© 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

9	core.ac.uk Internet Source	<1 %
10	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1 %
11	extranews.id Internet Source	<1 %
12	repository.dinamika.ac.id Internet Source	<1 %
13	widuri.raharja.info Internet Source	<1 %
14	fisip.unpad.ac.id Internet Source	<1 %
15	repository.um-palembang.ac.id Internet Source	<1 %
16	ereport.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
17	Submitted to Unika Soegijapranata Student Paper	<1 %
18	bajangjournal.com Internet Source	<1 %
19	www.researchgate.net Internet Source	<1 %
20	dgip.go.id Internet Source	<1 %
21	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
22	informatika.uc.ac.id Internet Source	<1 %
23	123dok.com Internet Source	<1 %
24	I Gusti Ngurah Wirawan, I Wayan Nuriarta. "Elemen Desain Komunikasi Visual Dalam Merchandise Iklan Politik Pasangan Dharmanegara Pada Pilkada Kota Denpasar 2014", Segara Widya : Jurnal Penelitian Seni, 2018 Publication	<1 %
25	digilib.esaunggul.ac.id Internet Source	<1 %
26	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
27	dspace.uii.ac.id Internet Source	<1 %
28	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	<1 %
29	lppm.trigunadharma.ac.id Internet Source	<1 %
30	nurulinayah1.blogspot.com Internet Source	<1 %





© 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

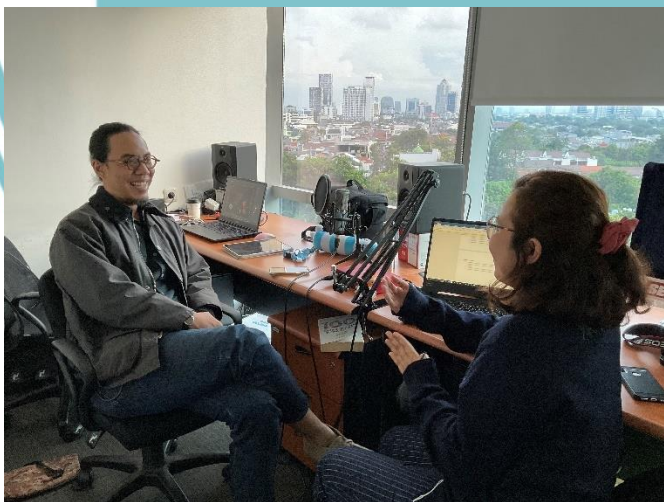
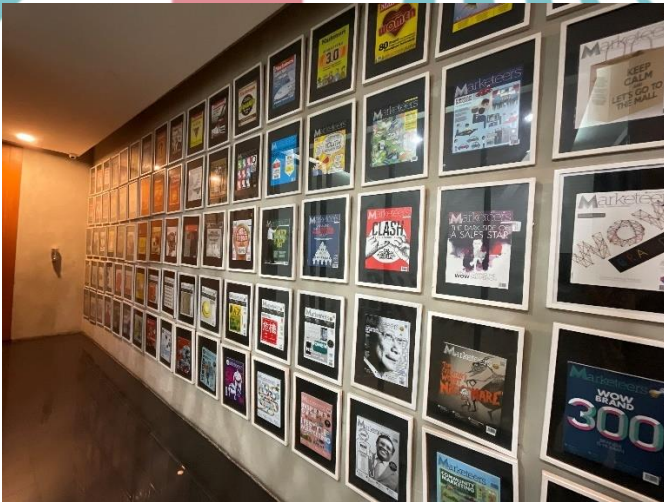
31	pertanianjanabadra.webs.com Internet Source	<1 %
32	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %
33	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
34	www.behance.net Internet Source	<1 %
35	www.seanterogarment.com Internet Source	<1 %
36	yudiagusta.files.wordpress.com Internet Source	<1 %
37	Rezza Fauzi Muhammad Fahmi, Yani Suryani. "Tradisi Misalin, Situs Bojong Salawe Kecamatan Cimaragas Kabupaten Ciamis", Jazirah: Jurnal Peradaban dan Kebudayaan, 2021 Publication	<1 %
38	carapabae.blogspot.com.es Internet Source	<1 %
39	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	<1 %
40	edoc.pub Internet Source	<1 %
41	eprints.uny.ac.id Internet Source	<1 %
42	freakinmommy.blogspot.com Internet Source	<1 %
43	iainfmpapua.ac.id Internet Source	<1 %
44	ragam-media.blogspot.com Internet Source	<1 %
45	repository.ipb.ac.id Internet Source	<1 %
46	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
47	wardono.wordpress.com Internet Source	<1 %
48	www.loker.web.id Internet Source	<1 %
49	www.scribd.com Internet Source	<1 %
50	Deska Rinanti Hayyattun Nuffuss, Sri Rohaningsih. "Framing Analysis of Typo News Reports on Job Creation Through Online News Media", Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi, 2021 Publication	<1 %





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 7: Dokumentasi



Hak Cipta :

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



Lampiran 8: Curriculum Vitae

Hak Cipta :

1. Dilarang mengutip 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

G'day,



my name is
**MADLINE
VICTORIA QUEEN**

*i'm a final year college student
passionates in graphic design
and creative industry. Excited
to be part of a new experiences.
I can work under pressure,
learn fast and adapt quickly to
new environment.*

BIRTH

Jakarta, April 16th 2002

PHONE

(+62) 8788-8862-607

ADDRESS

Pondok Kopi Blok R11 No.6,
Jakarta Timur, 13460

E-MAIL

madeline.victoriaqueen16@gmail.com

EDUCATION

2019 - 2023

State Polytechnic of Jakarta-
Graphic Design Major,
Undergraduate (7th Semester
Student)

2016 – 2019

50 Public Senior Highschool,
East Jakarta

EXPERIENCE

2021-2023

Graphic Design Internship on
Marketeers, Markplus, Inc.

2021

Created book titled "Miyazaki
Style" about illustration on
animated movies. This project
(design i like project) is part of
the final assignment on 4th
semester and the book was
being included in 2021 college
exhibition

SKILLS

Soft Skills

- + Fast Learning
- + Creativity
- + Collaboration
- + Time Management

Hard Skills

- Adobe Photoshop ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●
- Adobe Illustrator ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●
- Adobe InDesign ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●
- Procreate ●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●●