

Deskripsi



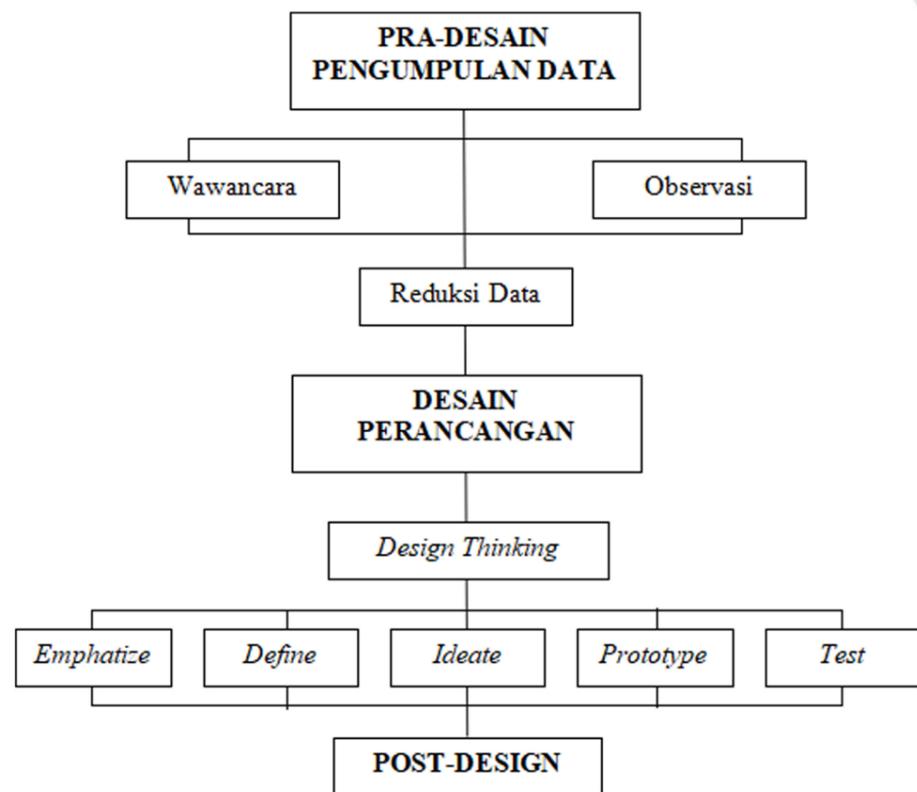
Rasa bangga memiliki kemampuan untuk menumbuhkan keterikatan karyawan yang memberikan dampak positif secara kognitif. Terdapat faktor-faktor penyebab kebanggaan terhadap keorganisasian atau suatu perusahaan salah satunya adalah brand association. Brand association merupakan segala sesuatu karakteristik unik dan hal unggul yang diasosiasikan dengan organisasi atau brand yang memiliki potensi untuk menciptakan perasaan bangga bagi mereka. Salah satu elemen pictorial mark dari brand identity adalah maskot. Cara untuk meningkatkan rasa bangga karyawan PT Perkebunan Nusantara XI adalah dengan mendesain maskot. Penelitian yang dilakukan untuk mendesain maskot PT Perkebunan Nusantara XI sebagai media branding menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif dan teknik analisis data yakni Teknik Miles dan Huberman. Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan metode observasi dan wawancara. Objek penelitian ini menggunakan PT Perkebunan Nusantara XI. Subyek penelitian ini menggunakan civitas PT Perkebunan Nusantara XI. Model pengembangan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode design thinking (Emphatize, Define, Ideate, Prototype, Test). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan maskot dapat merepresentasikan identitas atau merek perusahaan melalui proses yang dilakukan secara emphatize, define, ideate, dan prototype. Maka kemudian, hal tersebut dapat menyelesaikan permasalahan kekosongan identitas yang belum kembali ada pada perusahaan.

Rumusan Masalah



1. Bagaimana meningkatkan rasa bangga karyawan terhadap PT Perkebunan Nusantara XI?
2. Bagaimana merancang maskot PT Perkebunan Nusantara XI sebagai media untuk menumbuhkan rasa bangga karyawan?

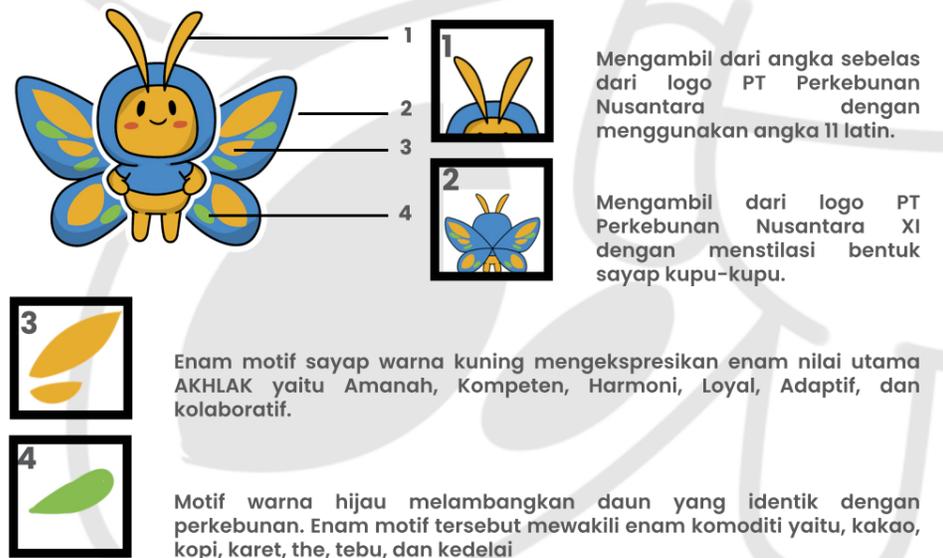
Metode Penelitian



Analisa & Hasil



Penelitian yang dilakukan untuk perancangan maskot PT Perkebunan Nusantara XI sebagai media branding ini menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Tujuan penelitian kualitatif adalah untuk menjelaskan masalah yang muncul sebagai akibat dari pengumpulan data; oleh karena itu, penelitian kualitatif membutuhkan akses ke data yang telah dikumpulkan peneliti berupa observasi dan wawancara.



Kesimpulan



Penelitian ini bertujuan untuk memberikan atau memperkuat ciri khas PT Perkebunan Nusantara XI sebagai perusahaan melalui penciptaan sebuah karakter atau maskot, memberikan kesan positif kepada masyarakat mengenai PT Perkebunan Nusantara XI, meningkatkan rasa bangga karyawan melalui perancangan maskot dan implementasinya pada merchandise serta atribut perusahaan. Setelah melalui wawancara dan observasi yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa maskot Sinder dapat memperkuat ciri khas PT Perkebunan Nusantara XI, menekankan kesan positif kepada masyarakat serta meningkatkan rasa bangga karyawan perusahaan. Hal itu didapati dari rancangan maskot yang dinilai dapat merepresentasikan identitas atau merek perusahaan melalui proses yang dilakukan secara emphatize, define, ideate, dan prototype. Maka kemudian, hal tersebut dapat menyelesaikan permasalahan kekosongan identitas yang belum kembali ada pada perusahaan.