



© 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 *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE JUICE COUTURE



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

Oleh:
ANNISA SEPTA HUTAMI
2006421023

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2024**



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

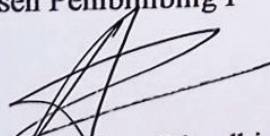
Judul Tugas Akhir : Perancangan Company Profile sebagai Media Promosi
The Juice Couture
Penulis : Annisa Septa Hutami
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

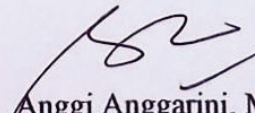
**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 6 Agustus 2024

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Drs. Ade Noor Riyadhi
NIK. 5200000000000000323

Dosen Pembimbing II


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

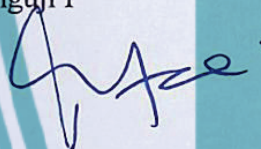
LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE JUICE COUTURE

Oleh:

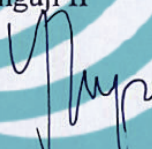
ANNISA SEPTA HUTAMI
2006421023

Depok, 16 Agustus 2024
Penguji I



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

Penguji II



Yoga Putra Pratama, S.T., M.T
NIP. 199209252022031009

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





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 *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI
THE JUICE COUTURE**

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, 6 Agustus 2024
Yang menyatakan,



Annisa Septa Hutami
2006421023



ABSTRAK

Pertumbuhan yang cukup pesat pada industri makanan dan minuman membuat para pelaku usaha di bidang ini dituntut untuk memiliki strategi promosi unik yang dapat membedakan usaha mereka dengan usaha sejenis. Strategi yang dapat digunakan, yaitu melalui hubungan kemitraan atau *partnership*, berupa kolaborasi antar *brand* dan *consignment*. Untuk melakukan hubungan kemitraan sejenis ini, dibutuhkan rasa saling percaya, sehingga pelaku industri membutuhkan media yang dapat merepresentasikan sekaligus mempromosikan *brand*-nya kepada calon mitra. Salah satu media yang dapat digunakan, yaitu buku *company profile* yang berisi mengenai gambaran umum dari perusahaan. The Juice Couture merupakan salah satu *brand* yang akan melakukan strategi ini, tapi *brand* ini belum memiliki media yang dapat merepresentasikan sekaligus mempromosikan *brand*-nya kepada calon mitra. Oleh karena itu, The Juice Couture memerlukan buku *company profile* sebagai solusi dari masalah tersebut. Tujuan dari perancangan ini adalah untuk merancang *company profile* sebagai media representatif dan promosi The Juice Couture kepada calon mitra mereka. *Company profile* ini dirancang menggunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan desain melalui metode *design thinking*. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur yang kemudian dianalisis menggunakan matriks SWOT untuk menentukan arahan kreatif. Kemudian dilakukan proses pengembangan konsep dan visualisasi melalui *mind map* dan *moodboard* berdasarkan dari arahan kreatif yang dibuat. Konsep dan visualisasi yang telah didapat kemudian dikembangkan menjadi sketsa dan akan dibuat beberapa alternatif. Dari sketsa ini akan dibuat sketsa komprehensif dan akan dipilih satu desain untuk perancangan *prototype*. Tahap terakhir berupa *testing* desain kepada target audiens untuk mengetahui efektivitas desain yang telah dibuat. Hasil dari perancangan ini berupa *company profile* dengan konsep *mix-media* dan *modern*. Konsep tersebut kemudian diaplikasikan kepada media pendukung berupa *roll banner*, *business card*, *e-banner marketplace*, serta *menu & pricelist*.

Kata Kunci: *company profile*, *consignment*, kolaborasi, media promosi, promosi, The Juice Couture

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 food and beverage industry is experiencing rapid growth, making it essential for businesses in this sector to implement unique promotional strategies to stand out. One effective strategy is to form partnerships through collaborations between brands and consignments. Building this type of partnership requires mutual trust, and companies need media that can effectively represent and promote their brand to potential partners. A company profile book is one such media that can be used, as it provides a general description of the business. The Juice Couture is one brand that planning to implement this type of strategy, but they don't have a media platform to represent and promote its brand to potential partners. Thus, it needs a company profile book to represent and promote their brand. The company profile was created using descriptive qualitative methods and a design approach using the design thinking method. Data was collected through interviews, observations, and literature studies, which were then analyzed using the SWOT matrix to determine the creative brief. The concept development and visualization process involved using mind maps and moodboards based on the creative brief. The concepts and visualizations were then developed into sketches, from which several alternatives were created. A comprehensive sketch was developed, and one design was selected for the prototype design. The final stage involved testing the design on the target audience to determine its effectiveness. The result of this design process is a company profile with a modern and mixed-media concept. This concept was then applied to supporting media, including roll banners, business cards, marketplace e-banners, as well as menus and price lists.

Keywords: *collaboration, company profile, consignment, promotion, promotion media, The Juice Couture*

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

Segala puji dan syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga Laporan Tugas Akhir berjudul “Perancangan *Company Profile* sebagai Media Promosi The Juice Couture” dapat diselesaikan dengan sebaik-baiknya dan sesuai dengan waktu yang telah ditentukan.

Laporan Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam program Sarjana Terapan (D4) Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.

Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terima kasih ditunjukkan 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 Politeknik Negeri Jakarta,
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Prodi Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta,
4. Drs. Ade Noor Riyadhi selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang senantiasa membantu dan memberi arahan,
5. Anggi Anggarini, M.Ds selaku Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberi arahan dan masukan,
6. Andriyanto, S.E., M.Kom selaku pembimbing akademik DG 8A,
7. Seluruh Dosen Desain Grafis yang telah memberikan banyak ilmu selama kegiatan perkuliahan berlangsung,
8. Agnes Matilda selaku *owner* dari The Juice Couture yang telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan Penelitian Tugas Akhir pada *brand* miliknya,
9. Kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi dukungan dan semangat kepada penulis,
10. Alvin, Bila, dan Veritas yang selalu ada untuk memotivasi, diskusi dan menjawab segala pertanyaan selama perkuliahan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta



Hak Cipta :

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

11. Teman-teman satu dosen pembimbing, khususnya Nusa dan Defi yang selalu saling menyemangati dan tidak lelah untuk mendengarkan keluh kesah selama proses pengerjaan Tugas Akhir ini,
12. Seluruh teman-teman kelas DG 8A yang bersama-sama melewati suka duka selama perkuliahan ini.

Dalam penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kata sempurna, baik dari isi ataupun teknik penyajiannya. Oleh karena itu, penulis akan sangat menghargai kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Penulis juga meminta maaf apabila sekiranya ada sesuatu yang kurang berkenan dengan laporan ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih.

Depok, 6 Agustus 2024

Annisa Septa Hutami



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

| | |
|--|----------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR..... | iii |
| ABSTRAK | iv |
| ABSTRACT | v |
| PRAKATA | vi |
| DAFTAR ISI..... | viii |
| DAFTAR GAMBAR..... | xi |
| DAFTAR TABEL | xiv |
| DAFTAR LAMPIRAN | xv |
| BAB I PENDAHULUAN..... | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 2 |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan..... | 2 |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat | 3 |
| 1.5 Sistematika Penulisan | 3 |
| BAB II LANDASAN PERANCANGAN..... | 5 |
| 2.1 Promosi | 5 |
| 2.2 Media Promosi | 5 |
| 2.3 <i>Company Profile</i> | 6 |
| 2.4 <i>Layout</i> | 8 |
| 2.4.1 Elemen <i>Layout</i> | 8 |
| 2.4.2 Prinsip-Prinsip <i>Layout</i> | 12 |
| 2.5 Tipografi..... | 12 |



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

| | |
|--|-----------|
| 2.5.1 Jenis Huruf | 13 |
| 2.5.2 Pengukuran Huruf | 14 |
| 2.5.3 Prinsip Huruf..... | 16 |
| 2.5.4 Hierarki Huruf..... | 16 |
| 2.6 <i>Image</i> | 17 |
| 2.7 Warna | 18 |
| 2.8 <i>Design Thinking</i> | 21 |
| BAB III METODE PERANCANGAN..... | 24 |
| 3.1 Metode Riset Desain | 24 |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data | 25 |
| 3.3 Data dan Analisis | 26 |
| 3.3.1 Profile The Juice Couture..... | 26 |
| 3.3.2 <i>Product Knowledge</i> | 27 |
| 3.3.3 Kompetitor | 31 |
| 3.3.4 <i>Consumer Insight</i> | 33 |
| 3.3.5 Analisis SWOT | 34 |
| 3.4 Arahkan Kreatif..... | 35 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | 38 |
| 4.1 Konsep Visual | 38 |
| 4.1.1 <i>Mind Map</i> | 38 |
| 4.1.2 <i>Moodboard</i> | 39 |
| 4.2 Proses Desain | 40 |
| 4.2.1 Sketsa Imposisi | 40 |
| 4.2.2 Sketsa Manual | 41 |
| 4.2.3 Sketsa Komprehensif | 45 |



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

| | |
|---|-----------|
| 4.2.4 Desain Terpilih..... | 48 |
| 4.2.5 <i>Prototype</i> dan <i>Testing</i> | 48 |
| 4.2.6 <i>Final Design</i> | 50 |
| 4.3 Media Pendukung | 56 |
| 4.4 Pertimbangan Produksi | 59 |
| BAB V PENUTUP..... | 61 |
| 5.1 Kesimpulan | 61 |
| 5.2 Saran..... | 62 |
| DAFTAR REFERENSI | 63 |
| LAMPIRAN..... | 66 |



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Contoh Media Promosi | 6 |
| Gambar 2. 2 Contoh <i>Company Profile</i> | 7 |
| Gambar 2. 3 <i>Margin</i> | 10 |
| Gambar 2. 4 <i>Manuscript Grid</i> | 10 |
| Gambar 2. 5 <i>Column Grid</i> | 11 |
| Gambar 2. 6 <i>Modular Grid</i> | 11 |
| Gambar 2. 7 Huruf <i>Serif</i> | 13 |
| Gambar 2. 8 Huruf <i>Sans Serif</i> | 13 |
| Gambar 2. 9 Huruf <i>Script</i> | 14 |
| Gambar 2. 10 Huruf Dekoratif..... | 14 |
| Gambar 2. 11 <i>Kerning</i> | 15 |
| Gambar 2. 12 <i>Tracking</i> | 15 |
| Gambar 2. 13 <i>Leading</i> | 16 |
| Gambar 2. 14 Contoh Foto dan Ilustrasi dalam <i>Company Profile</i> | 17 |
| Gambar 2. 15 Skema Warna <i>Monochrome</i> | 19 |
| Gambar 2. 16 Skema Warna <i>Analogus</i> | 20 |
| Gambar 2. 17 Skema Warna <i>Complementary</i> | 20 |
| Gambar 2. 18 Skema Warna <i>Triadic</i> | 20 |
| Gambar 2. 19 Skema <i>Split-Complementary</i> | 21 |
| Gambar 2. 20 Skema <i>Tetradic</i> | 21 |
| Gambar 2. 21 <i>Design Thinking</i> | 22 |
| Gambar 3. 1 Logo The Juice Couture | 27 |
| Gambar 3. 2 <i>Raw Almond Milk</i> | 28 |
| Gambar 3. 3 <i>Roasted Almond Milk</i> | 29 |
| Gambar 3. 4 <i>Cashew Milk</i> | 29 |
| Gambar 3. 5 <i>Oat Milk</i> | 30 |
| Gambar 3. 6 <i>Lemon Chia Freshca</i> | 30 |
| Gambar 3. 7 <i>Black Magic</i> | 30 |
| Gambar 3. 8 <i>Luo Han Guo</i> | 31 |



© 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 <i>Pure Coconut Water</i> | 31 |
| Gambar 3. 10 Produk Spencer's Indonesia..... | 32 |
| Gambar 3. 11 <i>Website</i> Spencer's Indonesia | 32 |
| Gambar 3. 12 Instagram Handmade Kitchn..... | 32 |
| Gambar 3. 13 Instagram Susu Almond Almandera | 33 |
| Gambar 4. 1 <i>Mind Map</i> | 38 |
| Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> | 39 |
| Gambar 4. 3 <i>Reference Board</i> | 40 |
| Gambar 4. 4 Sketsa Imposisi..... | 40 |
| Gambar 4. 5 Sketsa Manual Tema Geometris | 41 |
| Gambar 4. 6 Sketsa Manual <i>Cover</i> Tema Geometris..... | 42 |
| Gambar 4. 7 Sketsa Manual <i>Paper Engineering</i> Tema Geometris..... | 42 |
| Gambar 4. 8 Sketsa Manual Tema <i>Outline</i> | 43 |
| Gambar 4. 9 Sketsa Manual <i>Cover</i> Tema <i>Outline</i> | 43 |
| Gambar 4. 10 Sketsa Manual <i>Paper Engineering</i> Tema <i>Outline</i> | 44 |
| Gambar 4. 11 Sketsa Manual Tema <i>Flat Color</i> | 44 |
| Gambar 4. 12 Sketsa Manual <i>Cover</i> Tema <i>Flat Color</i> | 45 |
| Gambar 4. 13 Sketsa Manual <i>Paper Engineering</i> Tema <i>Flat Color</i> | 45 |
| Gambar 4. 14 Sketsa Komprehensif Tema Geometris..... | 46 |
| Gambar 4. 15 Sketsa Komprehensif Tema <i>Outline</i> | 47 |
| Gambar 4. 16 Sketsa Komprehensif Tema <i>Flat Color</i> | 48 |
| Gambar 4. 17 Foto Buram pada <i>Test Print</i> | 49 |
| Gambar 4. 18 <i>Paper Engineering</i> pada <i>Test Print</i> | 49 |
| Gambar 4. 19 <i>Testing</i> | 50 |
| Gambar 4. 20 <i>Final Design</i> | 51 |
| Gambar 4. 21 <i>Paper Engineering</i> pada <i>Final Design</i> | 52 |
| Gambar 4. 22 Penerapan Elemen <i>Layout</i> | 52 |
| Gambar 4. 23 Pengaplikasian Prinsip <i>Sequence</i> dan <i>Emphasis</i> | 53 |
| Gambar 4. 24 Pengaplikasian Prinsip Keseimbangan Asimetris dan Simetris..... | 53 |
| Gambar 4. 25 Pengaplikasian Prinsip <i>Unity</i> | 54 |
| Gambar 4. 26 <i>Typeface</i> | 54 |



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

| | |
|--|----|
| Gambar 4. 27 Hierarki Teks..... | 55 |
| Gambar 4. 28 <i>Image</i> | 55 |
| Gambar 4. 29 Warna | 56 |
| Gambar 4. 30 <i>Roll Banner</i> | 57 |
| Gambar 4. 31 <i>Business Card</i> | 57 |
| Gambar 4. 32 <i>E-Banner</i> | 58 |
| Gambar 4. 33 <i>Menu & Pricelist</i> | 59 |



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 TABEL

| | |
|------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Makna Warna..... | 18 |
| Tabel 3. 1 Analisis SWOT | 34 |
| Tabel 3. 2 Arah Kreatif..... | 35 |
| Tabel 4. 1 <i>Key Visual</i> | 39 |





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 Tugas Akhir..... | 66 |
| Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan <i>Owner</i> The Juice Couture..... | 68 |
| Lampiran 3 Transkrip Wawancara dengan Target Audiens | 75 |
| Lampiran 4 Hasil Cek Plagiarisme | 84 |
| Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup..... | 88 |





BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Direktur Jenderal Industri Agro Kemenperin Putu Juli Ardika industri makanan dan minuman merupakan sektor strategis yang menopang pertumbuhan ekonomi Indonesia. Industri makanan dan minuman berkontribusi 39,10% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) industri non-migas dan 6.55% terhadap pendapatan domestik bruto (PDB) nasional (Harianto, 2024). Pertumbuhan industri di sektor makanan dan minuman yang semakin pesat ini tentu berpengaruh pada tingkat persaingan yang ada, sehingga para pelaku industri diharuskan memiliki strategi yang bisa membuat mereka tampak unik dan berbeda dengan industri sejenis.

Meningkatnya persaingan usaha mendorong para pelaku industri, khususnya pada sektor makanan dan minuman melakukan pengembangan strategi untuk mempromosikan usaha mereka. Salah satunya melalui hubungan kemitraan atau *partnership*, berupa kolaborasi antar *brand* maupun melakukan *consignment* dengan tempat-tempat strategis yang menjadi pusat berkumpulnya *target audience* mereka.

Untuk mendapatkan kepercayaan melakukan hubungan kemitraan sejenis ini, pelaku industri harus dapat meyakinkan calon mitra bahwa identitas dan profil usaha mereka sudah jelas dan terpercaya. Oleh karena itu, pelaku industri membutuhkan media yang dapat memaparkan dan merepresentasikan identitas dan profil usaha mereka dengan baik. Media tersebut dapat berupa *company profile* karena media ini berisi penjelasan mengenai perusahaan, berupa visi misi, nilai lebih dari perusahaan (*corporate value*) serta nilai lebih dari produk yang jual (*product value*) (Pratomo et al., 2022).

Salah satu pelaku usaha yang akan melakukan ini adalah The Juice Couture. The Juice Couture merupakan *local brand* yang bergerak di bidang minuman sehat *made by order* tanpa bahan pengawet dan pemanis buatan. Produknya berupa *almond milk, oat milk, cashew milk, luo han guo, lemon chia freshca, black magic,*

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

dan *coconut Water* dengan produk unggulan, yaitu *almond milk* untuk *breastfeeding*.

Tahun 2024 ini, The Juice Couture berencana untuk mengaktifkan kembali kegiatan kolaborasi dan *consignment* yang sudah lama tidak mereka lakukan. The Juice Couture berencana untuk melakukan kerja sama dengan *brand* yang menjual produk makanan sehat serta *brand* yang menjual produk untuk *sports*, kesehatan, maupun *moms and baby*. Selain itu, The Juice Couture akan mulai aktif mengikuti kegiatan *bazaar* serta *sponsorship event* yang berkaitan dengan *sports* dan *moms and baby*.

Namun, *local brand* ini belum memiliki media yang dapat merepresentasikan serta meyakinkan calon mitra bahwa identitas dan profil usaha mereka sudah jelas dan terpercaya. Selama ini, *The Juice Couture* hanya mengandalkan akun media sosial mereka dimana akun ini juga digunakan untuk kepentingan bisnis dengan fokus utama sebagai sarana promosi dan penjualan, sehingga informasi khusus mengenai *brand* menjadi kurang jelas dan bercampur-aduk.

Berdasarkan permasalahan di atas, dapat disimpulkan bahwa The Juice Couture membutuhkan media yang dapat merepresentasikan dan meyakinkan calon mitra bahwa identitas dan profil usaha mereka sudah jelas dan terpercaya melalui perancangan *company profile* dan media pendukung lainnya. Dalam hal ini, untuk membahas permasalahan di atas lebih lanjut, maka perlu dituangkan dalam penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan *Company Profile* sebagai Media Promosi The Juice Couture”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan, maka didapatkan rumusan masalah, yaitu “Bagaimana merancang *company profile* sebagai media promosi yang dapat merepresentasikan The Juice Couture?”

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini, ruang lingkup pembahasan mencakup hal-hal sebagai berikut.



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. Proses perancangan *company profile* untuk The Juice Couture,
2. Penerapan teori, elemen, dan prinsip desain grafis pada The Juice Couture *Company Profile Book*,
3. Pengaplikasian desain ke dalam media turunan, seperti *roll-banner*, *business card*, *e-banner* untuk *e-commerce*, dan *menu & pricelist*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan ruang lingkup yang telah dijabarkan, tujuan yang ingin dicapai sebagai berikut.

1. Merancang *company profile* sebagai media promosi untuk The Juice Couture,
2. Menerapkan teori, elemen, dan prinsip desain grafis pada perancangan *company profile book*,
3. Mengaplikasikan desain ke dalam media turunan.

Adapun manfaat yang diharapkan dari perancangan *company profile* ini sebagai berikut.

1. Manfaat bagi The Juice Couture

Perancangan *company profile* The Juice Couture diharapkan dapat digunakan sebagai media promosi yang dapat merepresentasikan brand.

2. Manfaat bagi akademisi

Perancangan *company profile* ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk kebutuhan penelitian dan perancangan serupa.

3. Manfaat bagi dunia desain grafis

Perancangan *company profile* ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sarana pembelajaran desain visual bagi mahasiswa jurusan terkait maupun desainer grafis dalam proses pembuatan karya yang serupa.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan perancangan ini, diperlukan sistematika penulisan yang baik agar pembahasan dan pembuatan karya dapat terstruktur dan mudah dipahami. Sistematika penulisan perancangan ini disusun dalam 5 (tiga) bab, dimana di tiap bab tersebut akan dibagi lagi menjadi sub-bab yang akan dibahas



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

secara terperinci. Berikut merupakan sistematika dari masing-masing bab dan keterangan singkatnya:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang perancangan *company profile* sebagai media promosi The Juice Couture. Selain latar belakang, bab ini juga menjelaskan rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat perancangan, metode penelitian yang digunakan dalam perancangan, serta sistematika penulisan dalam penyusunan laporan perancangan ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang teori-teori dasar yang menjadi acuan dan teori-teori pendukung yang berhubungan dengan penulisan perancangan *company profile* sebagai media promosi The Juice Couture. Teori yang melandasi antara lain mengenai teori promosi, media promosi, *company profile*, *layout*, tipografi, *image*, warna, dan *design thinking*.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini berisi tentang metode pengumpulan data yang digunakan selama perancangan *company profile* sebagai media promosi The Juice Couture. Dimulai dari metode pengumpulan data, metode riset desain, analisis data dan fakta, serta arahan kreatif.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini berisi tentang tahapan proses desain dari penggalan ide konsep visual, proses pengerjaan desain, media pendukung, hingga produksi hasil perancangan yang akan digunakan pada perancangan *company profile* sebagai media promosi The Juice Couture.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang diperoleh setelah semua proses perancangan *company profile* sebagai media promosi The Juice Couture selesai disusun.



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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Dalam melakukan proses perancangan *company profile* The Juice Couture, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat ditarik.

1. Perancangan *company profile* The Juice Couture menggunakan metode *design thinking*. Pada tahap *empathize* didapatkan *positioning* dari The Juice Couture sebagai *brand* yang bergerak di bidang minuman sehat *made by order* yang menggunakan bahan alami dan *fresh*. Selain itu didapatkan juga *consumer insight* berupa isi konten, berupa penjelasan tentang *brand*, penjelasan produk dan keunggulannya, serta bentuk kolaborasi yang pernah dilakukan. Selain itu, dari *consumer insight* juga didapatkan bahwa desain *company profile* sebisa mungkin *simple* dan dapat menonjolkan produk dan keunggulan produk yang ditawarkannya. Tahap selanjutnya, yaitu *define*. Pada tahap ini data yang didapat pada tahap *emphatize* dianalisis menggunakan matriks SWOT dan didapat strategi berupa perancangan *company profile* sebagai media promosi dari The Juice Couture yang menampilkan kesan alami dan *fresh*. Hasil SWOT kemudian diturunkan menjadi *creative brief*. Tahap *ideate* diawali dengan pembuatan konsep visual menggunakan *mindmap* dan *moodboard* menghasilkan *key visual* antara lain *almond, cashew, oat, lemon, luo han guo, charcoal, kelapa, botol, cipratan, mix-media style, modern style, flat color, outline*, dan geometris. Kemudian dilanjutkan dengan pembuatan sketsa dalam beberapa tema, seperti tema geometris, *outline*, dan *flat color*. Dari ketiga tema yang dibuat, terpilihlah tema *outline*. Selanjutnya, tema terpilih akan diproses ke tahap *prototype*. *Prototype* yang telah dibuat kemudian dilakukan *testing* kepada target audiens. Dari *testing* ini didapatkan beberapa masukan, seperti bahan kertas pada bagian isi yang terlalu tebal, *adjustment* ulang pada beberapa *paper engineering*, serta perbaikan pada warna yang sedikit berubah. Setelah melakukan uji coba dan revisi, didapat *final design* dari *company profile* 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

telah dibuat. Selain itu, dibuat juga media turunan berupa *roll banner*, *business card*, *e-banner*, dan *menu & pricelist*.

2. Perancangan *company profile* The Juice Couture ini menggunakan teori *layout* berupa elemen dan prinsip *layout*. Dari sisi elemen, *company profile* ini menggunakan elemen teks, elemen visual, dan elemen tidak terlihat berupa *margin* dan *grid*. Dari sisi prinsip, *company profile* ini menggunakan beberapa prinsip *layout*, yaitu *sequence*, *emphasis*, keseimbangan dan *unity*. Selanjutnya, digunakan teori tipografi, yaitu penggunaan jenis tipografi *sans serif* dan pengaturan *leading*. Teori selanjutnya, yaitu *image*. *Image* pada *company profile* ini menggunakan ilustrasi dan foto dengan *mix media* dan *outline style*. Selain itu, *company profile* ini juga menggunakan teori warna. Warna yang digunakan pada *company profile* ini, yaitu warna *brand* The Juice Couture, yaitu biru, pink, *cream*, dan cokelat.
3. Pada perancangan *company profile* The Juice Couture ini dirancang pula media pendukung sebagai pendukung dari media utama. Media pendukung yang dibuat, yaitu *roll banner*, *business card*, *e-banner marketplace*, serta *menu & pricelist*. Media turunan ini dibuat dengan konsep *mix-media* dan *modern* yang serupa dengan media utama untuk memberi kesan kesatuan dan dapat menjadi media penguat *branding* untuk The Juice Couture.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan *company profile* The Juice Couture ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan.

1. Pada penelitian ini, *company profile* baru sampai tahap testing dan belum ada hasil penelitian mengenai efektivitas dari *company profile* yang telah dirancang, sehingga diperlukan penelitian lanjutan untuk mengetahui mengenai hal tersebut,
2. Hasil desain *roll banner* dan *business card* dapat digunakan sebagai media promosi dan pengenalan pada saat The Juice Couture mengikuti *event* atau *bazaar*.



DAFTAR REFERENSI

Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 1(1), 112–122.

Alexander, J., Pangestu, D. R., Nicolas, F., & Hakim, L. (2020). Penerapan Genetic Neural Network dalam Pemilihan Color Palette untuk Desain Skema Warna. *CogITo Smart Journal*, 6(2), Article 2. <https://doi.org/10.31154/cogito.v6i2.271.284-297>

Anggraini, A. (2021). *Desain Layout* (1 ed.). Penerbit PNJ Press.

Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan untuk Pemula* (Cetakan V). Penerbit Nuansa.

Ernawati, A. (2022). Media Promosi Kesehatan Untuk Meningkatkan Pengetahuan Ibu Tentang Stunting. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan dan IPTEK*, 18(2), 139–152. <https://doi.org/10.33658/jl.v18i2.324>

Garaika, G., & Garaika, G. (2020). THE CLASSIFICATION OF PROMOTION MEDIA OF A COLLEGE TO IMPROVE THE MANAGEMENT OF PROMOTION FOR A PRIVATE COLLEGE IN THE EAST OGAN KOMERING ULU DISTRICT. *Jurnal TAM (Technology Acceptance Model)*, 11(1), Article 1.

Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2021). Perancangan Ulang Company Profile Jawapos.com sebagai Media Informasi dan Promosi. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(18), Article 18.

Gusnanda, H. (2022). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE CV. ARCHI BUNDA PERSADA* [D4, Politeknik Negeri Jakarta]. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/5969/>

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Harahap, W. R. (2021). Penerapan Strategi Promosi Perpustakaan. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.30829/jipi.v6i1.9314>

Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), Article 2. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>

Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah sebagai Media Promosi. *BARIK - Jurnal SI Desain Komunikasi Visual*, 2(3), 97–110.

Pratomo, S. A., Sulistyowatie, S. L., Amelia, R. W., & Trisilo, R. G. (2022). Identifikasi Penggunaan Company Profile Pengrajin Lurik Klaten dalam Digital Marketing. *Surakarta Accounting Review*, 4(1), 28–34.

Putra, A. P. (2022). *PERANCANGAN ULANG BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. BRI DANAREKSA SEKURITAS* [D4, Politeknik Negeri Jakarta]. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/6089/>

Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain, S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam Pembuatan Aplikasi Happy Class di Kampus UPI Cibiru. *Jurnal Pendidikan Multimedia (Edsence)*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>

Septyadi, M. A. K., Salamah, M., & Nujiyatillah, S. (2022). LITERATURE REVIEW KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN MINAT BELI KONSUMEN PADA SMARTPHONE: HARGA DAN PROMOSI. *JURNAL MANAJEMEN PENDIDIKAN DAN ILMU SOSIAL*, 3(1), 301–313. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i1.876>

Wiguna, B., & Kurniawan, D. (2022). ANALISIS PENERAPAN DESIGN THINKING UNTUK MENAMPILAKAN BRAND IMAGE INSTAGRAM GROECIE.ID. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(0), Article 0.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Yellonita, V. (2023). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE DIGITAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. MEDITERA GLOBAL TEKNOLOGI* [Other, Politeknik Negeri Jakarta]. <https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/11777/>

Zainudin, A. (2021). TIPOGRAFI. *Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik*, 1–131.



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 Tugas Akhir Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 1

| LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR | | | |
|---|-------------------|---|--|
| PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS | | | |
| JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN | | | |
| POLITEKNIK NEGERI JAKARTA | | | |
| NAMA MAHASISWA | | ANNISA SEPTA HUTAMI | |
| NAMA PEMBIMBING | | Drs. ADE NOOR RIYADHI | |
| JUDUL TUGAS AKHIR | | PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE JUICE COUTURE | |
| 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 | 19 Maret 2024 | Menyetujui project baru yang diajukan dengan beberapa catatan: 1. Buat desain layout yang out of the box 2. Usahakan untuk membuat tampilan produk tidak terkesan 'murah' | Mengajukan outline project TA baru |
| 2 | 29 Maret 2024 | 1. Menyetujui judul yang telah diajukan 2. Menyarankan untuk menambah teori di kerangka teori 3. Meminta dikirimkan Bab I melalui E-mail atau WA | 1. Mengajukan judul 2. Bimbingan kerangka teori 3. Bimbingan Bab I |
| 3 | 10 Mei 2024 | 1. Merevisi Bab I 2. Merevisi Bab II | 1. Bimbingan Bab I 2. Bimbingan Bab II |
| 4 | 20 Mei 2024 | Merevisi Bab II | Bimbingan Bab II |
| 5 | 25 Mei 2024 | Merevisi Bab III | Bimbingan Bab III |
| 6 | 26 Mei 2024 | Merevisi Laporan Seminar Proposal | Bimbingan Laporan Seminar Proposal |
| 7 | 10 Juli 2024 | Melanjutkan Konsep Visual | Bimbingan Bab IV |
| 8 | 24 Juli 2024 | Melanjutkan Konsep Visual | Bimbingan Bab IV |
| 9 | 29 Juli 2024 | Merevisi Sketsa Komprehensif | Bimbingan Bab IV |
| 10 | 31 Juli 2024 | Merevisi Sketsa Komprehensif | Bimbingan Bab IV |
| 11 | 1 Agustus 2024 | Merevisi Sketsa Komprehensif | Bimbingan Bab IV |
| 12 | 4 Agustus 2024 | Revisi Final Design | Bimbingan Bab IV |

*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



Lembar Bimbingan Tugas Akhir Pembimbing 2

| LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR | | | |
|---|-------------------|---|--|
| PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS | | | |
| JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN | | | |
| POLITEKNIK NEGERI JAKARTA | | | |
| NAMA MAHASISWA | | Annisa Septa Hutarni | |
| NAMA PEMBIMBING | | ANGGI ANGGRAINI, M.Ds | |
| JUDUL TUGAS AKHIR PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI THE JUICE COUTURE | | | |
| 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 | 22 Maret 2024 | Mulai penyusunan untuk Bab I | Mulai penyusunan untuk Bab I |
| 2 | 3 April 2024 | Pengarahan penyusunan proposal PMTA | 1. Penyusunan Bab I 2. Mengumpulkan data dan referensi untuk Bab II |
| 3 | 8 Mei 2024 | 1. Merevisi Bab I 2. Merevisi Bab II | 1. Bimbingan Bab I 2. Bimbingan Bab II |
| 4 | 22 Mei 2024 | Merevisi Bab III | Bimbingan Bab III |
| 5 | 24 Mei 2024 | Merevisi Bab III | Bimbingan Bab III |
| 6 | 25 Juni 2024 | Revisi Artikel Sempro | Bimbingan Sempro |
| 7 | 01 Juli 2024 | ACC Sempro | Bimbingan Sempro |
| 8 | 10 Juli 2024 | Revisi Konsep Visual | Bimbingan Bab IV |
| 9 | 25 Juli 2024 | REvisi Konsep Visual | Bimbingan Bab IV |
| 10 | 30 Juli 2024 | Revisi Bab 4 | Bimbingan Bab IV |
| 11 | 2 Agustus 2024 | Revisi Bab 4 | Bimbingan Bab IV |
| 12 | 7 Agustus 2024 | Revisi dan Melanjutkan Bab 5 | Bimbingan Bab IV & V |
| 13 | 8 Agustus 2024 | ACC Laporan Tugas Akhir | Bimbingan Laporan TA |
| *untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya | | | |

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



Lampiran 2 Transkrip Wawancara dengan *Owner* The Juice Couture

Wawancara 1

Hari/Tanggal : Rabu, 28 Februari 2024

Pukul : 10.27 WIB

Melalui : *Google Meet*

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Oke, saya mulai ya wawancaranya.”

Agnes : “Baik.”

Septa : “The Juice Couture ini didirikan sejak kapan ya, Bu?”

Agnes : “Ini sebenarnya awalnya dari 2014 ya, tahun 2014. Cuma emang di tahun 2017 kita sempet *off* satu setengah tahun hampir dua tahun, trus baru lanjut lagi di tahun 2019 gitu.”

Septa : “Ada latar belakangnya gak sih, bu, kenapa Ibu mendirikan The Juice Couture ini?”

Agnes : “Jadi awalnya itu jualnya smoothies ya sama jus, tapi seperti yang saya bilang yang sempet *off* itu, itu *off*-nya karena baru punya anak waktu itu kan, jadi sempet *off* dulu. Trus lanjut lagi di tahun 2019 dan itu beralihnya ke susu *almond*. Untuk yang jus itu awalnya latar belakangnya gara-gara pengen hidup lebih sehat gitu. Waktu itu kan lagi zamannya, baru mulai yang kayak *detox* gitu-gitu kan, jadi kita mulai yang kayak gitu. Nah, terus kalau yang beralih ke susu *almond* ini, soalnya semenjak punya anak, ngerasain tuh menyusui, jadi sering tuh konsumsi susu *almond*, yang awalnya beli trus bikin sendiri, untuk *ASI booster*. Dari situ mulai taulah gimana baiknya buat ASI, buat Ibu Hamil semenjak punya anak di 2019. Mungkin boleh masukin yang itu buat latar belakangnya, soalnya sekarang produknya kan di susu *almond* ya. Jadi, latar belakangnya karena pengalaman pribadi, semenjak punya anak mengalami 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



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

namanya menyusui, akhirnya ciptain sendirilah istilahnya *ASI booster* yang kira-kira cocok.”

Septa : “Oke, trus kalau untuk alamatnya ini The Juice Couture di mana ya, bu?”

Agnes : “Di Casa Jardin Residence Cluster D1 No. 2, Daan Mogot, Jakarta Barat.”

Septa : “Oke, kalau dari produknya sekarang tuh The Juice Couture ada aja ya, bu, selain yang *almond milk*?”

Agnes : “Sekarang sih emang *almond milk*. *Almond milk*-nya ini ada dua, ada *roasted almond milk* sama *raw almond milk*. Ada banyak *flavor*-nya. Trus ada *cashew milk* juga sama *oat milk*. Untuk yang lainnya, kita ada yang *non-milk* itu kita ada *luo han guo*, kayak minuman herbal China gitu, trus ada *lemon chia*, *coconut water*, sama ada *black magic*. *Black magic* itu kayak *lemon honey* juga, tapi pake *charcoal*, buat *daily detox*. Trus sama misalnya *Chinese New Year* kita ada *hampers* kayak *peach gum dessert*, biasanya beda-beda sih. Kita pernah ada *pudding* kelapa trus ada *almond milk* yang *seasonal* juga yang *flavor*-nya kayak cendol, cingcau, gitu-gitu sih.”

Septa : “Trus kalau untuk *target market*-nya sendiri itu Ibu nargetinnya ke siapa aja?”

Agnes : “Kita lebih ke yang ini ya, yang kayak *health conscious person* gitu, sama ke busui, bumil.”

Septa : “Terus untuk The Juice Couture ini produk unggulannya apa ya, Bu?”

Agnes : “*Almond milk*. *Almond milk* kan kita ada yang *general* dan ada yang buat busui dan bumil, khusus varian *breastfeeding*. Nah, untuk produk unggulannya itu ya.”

Septa : “Ibu ini ada tokonya atau jualannya itu *full online* ya, Bu?”

Agnes : “*Full online* kita.”



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

Septa : “Mungkin dari saya pertanyaannya cukup segitu dulu ya, Bu. Nanti kalau mungkin ada pertanyaan tambahan saya akan tanyakan kembali via Whatsapp ya, Bu.”

Agnes : “Oh, oke, boleh.”

Septa : “Terima kasih, Bu.”

Agnes : “Sama-sama.”

Wawancara 2

Hari/Tanggal : Selasa, 26 Maret 2024

Pukul : 09.45 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Selamat pagi, Bu, maaf mengganggu waktunya. Karena untuk kebutuhan laporan tugas akhir saya membutuhkan beberapa data tambahan, apakah ibu berkenan melakukan wawancara melalui WA, Bu? Nanti akan saya *drop* beberapa pertanyaan yang bisa Ibu jawab. Terima kasih, Bu.”

Agnes : “Boleh, Septa. Dikirim saja.”

Septa : “Apakah The Juice Couture sebelumnya sudah memiliki *brand profile book*? Kalau sudah punya, *brand profile* tersebut digunakan untuk apa?”

Agnes : “Belum punya. *Brand profile* bisa digunakan untuk ke depannya dalam mencari investor & mengembangkan bisnis (distribusi ke *supermarket* dan lain-lain).”

Septa : “Apakah The Juice Couture pernah mengikuti *event offline*, semacam *bazaar* atau pameran? Kalau belum pernah, apakah ada rencana untuk mengikuti *event* sejenis?”



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

Agnes : “Pernah. Cuma sudah lama tidak ikut, *planning* di tahun ini akan rutin ikut *bazaar & sponsorship offline event*.”

Septa : “Apakah The Juice Couture pernah melakukan *collab*? Kalau belum pernah, apakah ada rencana untuk melakukan kegiatan tersebut?”

Agnes : “Sudah pernah beberapa kali. Di tahun ini kita juga sudah *planing* untuk *collab* dengan beberapa produk baik berupa *sponsorship* acaranya atau pun mengembangkan produk baru/*bundling package* bersama.”

Septa : “Berapa rentang usia *target audience* dari The Juice Couture?”

Agnes : “21 hingga 60 tahun dan 90% perempuan.”

Septa : “Makasih ya, Bu.”

Agnes : “Sama-sama.”

Wawancara 3

Hari/Tanggal : Selasa, 30 April 2024

Pukul : 13.06 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Selamat siang, Bu, maaf mengganggu waktunya. Saya ingin bertanya, Bu, kebetulan kan untuk keperluan Tugas Akhir saya perlu melakukan wawancara dengan target audiens dari *company profile* yang akan saya buat. Nah, kebetulan karena *company profile* ini tujuannya untuk B2B, jadi saya perlu mewawancarai *brand* atau *partner* yang pernah/akan Ibu ajak kerja sama dengan TJC. Kalau boleh tau apakah Bu ada *list brand* atau *partner* terkait, Bu? Terima kasih, Bu.”



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

Agnes : “Siang, Septa. Untuk kerja sama belum pernah ya, pernah *collab* produk dengan @overnighttoatsindonesia. Tapi, udah gak jualan lagi mereka sekarang. Pernah juga dengan @fitbreak.id. Tapi cuma saling kirim *product* masing-masing dan *posting reels mention* di IG masing-masing. Sama @wholechips ini juga pernah ya. Tapi, mereka yang kasih kita *free product* untuk *customer* The Juice Couture.”

Septa : “Sama mau tanya, Bu, biasanya kalau ibu ada rencana *collab* atau *partnership* begitu biasanya yang diajak *brand* yang kriterianya bagaimana ya, Bu? Sama kalau buat *event* begitu, Ibu ada rencana buat ikut kah? Kalau ada itu yang bagaimana ya?”

Agnes : “Iya ke depannya ada rencana mau *collab* dengan *product*. Kriteria kalau *food product* kriteria makanan sehat, kalau *product non-food* lebih ke *product* untuk kesehatan/sport/mom & baby. *Event*; *sponsorship* acara olahraga dan *mom & baby event, bazaar.*”

Septa : “Terima kasih, bu.”

Agnes : “Sama-sama.”

Wawancara 4

Hari/Tanggal : Senin, 06 Mei 2024

Pukul : 13.04 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Selamat siang, Bu, maaf mengganggu waktunya, Bu. Saya ingin bertanya, Bu, untuk keperluan data Tugas Akhir saya, kalau boleh tau The Juice Couture ini apakah punya kompetitor, Bu? Kalau ada, *brand* apa saja ya, Bu yang menjadi kompetitornya? Terima kasih, Bu.”



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

Agnes : “Siang, Septa. Iya, ada beberapa competitor yang saya tau. @spencerindonesia, @handmade_kitchn, dan @susualmond_almendra.”

Septa : “Terima kasih ya, Bu.”

Agnes : “Sama-sama.”

Wawancara 5

Hari/Tanggal : Sabtu, 18 Mei 2024

Pukul : 13.54 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Selamat siang, Bu, maaf mengganggu waktunya, saya ingin bertanya, Bu, apakah The Juice Couture memiliki visi dan misi? Terima kasih, Bu.”

Agnes : “Siang, Septa. Visi : Menjadi perusahaan yang dapat memenuhi kebutuhan makanan dan minuman sehat dan berkualitas dengan rasa yang enak. Misi : Mengembangkan berbagai produk yang dapat membantu customer memiliki pilihan lebih dalam mencari minuman dan makanan sehat yang dapat dinikmati, selalu menjaga dan meningkatkan mutu dan kualitas produk yang dihasilkan, dan mengembangkan area jangkauan produk agar semakin dapat dinikmati lebih banyak orang.”

Septa : “Terima kasih, bu, atas infonya, sama mau tanya lagi, Bu, kalau The Juice Couture ini kalau mau ngadain *collab* gitu, rencananya *collab*-nya dalam bentuk apa aja ya, Bu? Makasih, Bu.”

Agnes : “*Collab: bundling product* dengan *special price* dulu ya.”

Septa : “Oke, terima kasih infonya, Bu.”

Agnes : “Sama-sama.”



Wawancara 6

Hari/Tanggal : Rabu, 23 Mei 2024

Pukul : 16.34 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Agnes Matilda

Jabatan : *Owner*

Perusahaan : The Juice Couture

Septa : “Selamat sore, Bu, maaf mengganggu waktunya, mau tanya, Bu, untuk kebutuhan TA ada beberapa hal yang perlu saya pastikan lagi.”

Agnes : “Iya, boleh.”

Septa : “Apa yang membedakan The Juice Couture dengan *brand* kompetitor ya, Bu?”

Agnes : “Kalo membedakan, sebenarnya saya kurang tau. Mungkin bisa ditulis kita sistemnya *made by order*, untuk memastikan konsumen mendapatkan produk yang paling *fresh* dan produksi terbaru. Lalu kita juga berkomitmen untuk tidak menggunakan pengawet serta bahan-bahan *artificial* sebagai salah satu bukti komitmen kami untuk menyediakan produk yang sehat dan berkualitas kepada konsumen.”

Septa : “The Juice Couture ini ingin dilihat sebagai *brand* yang seperti apa ya, Bu?”

Agnes : “The Juice Couture ingin dilihat sebagai perusahaan yang memiliki produk yang sehat dan berkualitas dengan mengutamakan hanya menggunakan bahan baku alami.”

Septa : “Terima kasih, Bu.”

Agnes : “Sama-sama.”

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 3 Transkrip Wawancara dengan Target Audiens

Wawancara Target Audiens 1

Hari/Tanggal : Senin, 6 Mei 2024

Pukul : 13.00 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Devina

Jabatan : Tim *Marketing*

Perusahaan : Fit Break

Septa : “Halo, selamat siang, maaf mengganggu waktunya, perkenalkan saya Annisa Septa Hutami dari Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang mengerjakan Tugas Akhir dengan judul “Perancangan *Company Profile* sebagai Media Promosi The Juice Couture”. Untuk melakukan perancangan ini, saya membutuhkan data dari beberapa *brand* yang sudah/dapat bekerja sama dengan The Juice Couture. Berdasarkan data yang saya dapatkan dari Ibu Agnes, selaku *owner* The Juice Couture, saya mendapatkan info kalau Fit Break pernah melakukan saling bertukar produk dan saling *mention* dengan The Juice Couture. Apakah Fit Break bersedia untuk menjadi narasumber untuk kepentingan Tugas Akhir saya? Atau adakah *contact person* yang bisa saya hubungi terkait hal ini? Terima kasih sebelumnya.”

Devina : “Oke bisa kesini. Sama saya Devina.”

Septa : “Oh, oke, terima kasih, Bu atas respondnya. Wawancanya via WA saja ya, Bu, Biar tidak mengganggu waktu Ibu juga. Untuk waktu wawancaranya kalau boleh tau, Ibu bisa kapan ya? Apakah Ibu bisa melakukan wawancara saat ini juga? Atau baru bisa di hari lain?”

Devina : “Kasih pertanyaan aja. Saya jawab vn aja. Bisa, kah?”

Septa : “Bisa, Bu, pertanyaannya langsung saya kirim semua boleh, Bu? Biar nanti Ibu lebih gampang jawabnya.”

Devina : “Oke.”

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

- Septa : “Oke, Bu, saya izin mengirimkan pertanyaannya ya. Sebelumnya silahkan perkenalkan diri Ibu dan posisinya sebagai apa.”
- Devina : “Saya Devina dari Fit Break bagian *Marketing*.”
- Septa : “Apakah Fit Break pernah melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan *brand* lain, Bu? Dan biasanya bentuk kerja samanya itu dalam hal apa ya, Bu?”
- Devina : “Iya, pernah kolaborasi dengan *brand* lain. Biasanya bentuknya kolaborasi konten, produk gratis, barter produk, *giveaway*, barter *exposure*, kolaborasi menu baru.”
- Septa : “Menurut Ibu sebelum melakukan kerja sama, apakah mengetahui informasi mengenai *brand* yang akan diajak kerja sama itu penting?”
- Devina : “Menurut saya mengetahui informasi mengenai *brand* yang akan diajak kerja sama itu sangat penting ya, apalagi harus dicari tau dulu apakah *brand* tersebut *value*-nya sejalan dengan *brand* kita atau enggak. Jadi, gak sembarang asal kolaborasi.”
- Septa : “Menurut Ibu informasi tentang *brand* apa saja yang diperlukan ketika ingin melakukan kerja sama dengan sebuah *brand*?”
- Devina : “Produk *brand*-nya apa, visi misi *brand*-nya apa. Lalu, bentuk kerja samanya bakal seperti apa harus didiskusikan secara detail. Mereka *support* apa, dan kita *support* apa. Kemudian kalau ada pertimbangan-pertimbangan tertentu juga harus dibicarakan di awal, semisal ada *giveaway*, ongkirnya siapa yang tanggung, dan semisalnya ada *cost* tertentu itu juga siapa yang akan menanggung *cost* tersebut.”
- Septa : “Menurut Ibu apakah jika informasi-informasi tersebut disatukan dalam satu media, seperti buku akan memudahkan *brand* dalam mengetahui informasi *brand* yang akan diajak kerja sama?”
- Devina : “Jika informasi tersebut disatukan menjadi satu tentu akan memudahkan ketika kita mau kerja sama, jadi ketika akan mengadakan *meeting*, *file* tersebut bisa dikirimkan terlebih dahulu



Hak Cipta :

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

sebelum *meeting* berlangsung. Sehingga, saat *meeting* berlangsung bisa langsung membahas ke topik diskusi tanpa perlu membahas ulang mengenai *company profile* atau penjelasan dari *brand*-nya lagi.”

Septa : “Menurut Ibu apabila informasi mengenai sebuah *brand* disatukan menjadi buku, bagaimana desain yang bagus untuk *brand* yang bergerak di bidang makanan dan minuman?”

Devina : “Untuk *brand* makanan dan minuman yang harus di-*highlight* itu produknya apa, kelebihan produknya apa, apa yang membuat produk tersebut beda dengan di tempat-tempat lain. Kemudian, ada *key* matriksnya, seperti *likes*-nya berapa, *views*-nya berapa, terus selama ini pernah kerja sama sama siapa. Karena tujuannya untuk kerja sama, jadi kita perlu tau *brand* tersebut kredibilitasnya seperti apa.”

Septa : “Apakah ibu tau apa itu *company profile*?”

Devina : “Ya, saya tau.”

Septa : “Menurut Ibu apakah *company profile* itu penting? Dan apa alasannya?”

Devina : “Ya penting. Untuk sama-sama kenal sebelum lanjut kerjasama. Orang dapat gambaran *company*-nya kayak gimana. Apa akan sejalan kerjasamanya.

Septa : “Ketika melihat *company profile* informasi apa yang akan Anda lihat terlebih dahulu untuk meyakinkan bahwa *brand* ini layak untuk diajak bekerjasama?”

Devina : “Kelebihan produk. Visi misi *company*. *Target market brand* tersebut. Apakah infonya jelas dan mudah dimengerti.”

Septa : “Apakah sebuah *company profile* dapat menambah citra profesionalitas sebuah *brand* dan memberikan informasi yang akurat mengenai *brand* tersebut?”

Devina : “Iya. Tergantung isinya sih.”

Septa : “Terima kasih atas jawabannya, bu.”



Wawancara *Target Audience* 2

Hari/Tanggal : Senin, 3 Juni 2024

Pukul : 14.21 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Ranti

Jabatan : *Brand Owner*

Perusahaan : 3 Meals A Day

Septa : “Halo, selamat siang, sebelumnya saya ingin mengucapkan terima kasih atas ketersediaan kakak untuk saya wawancarai. Sebelumnya perkenalkan saya Annisa Septa Hutami dari Politeknik Negeri Jakarta. Sekarang ini saya sedang mengerjakan Tugas Akhir mengenai *Company Profile*, sehingga wawancara ini akan berkaitan dengan hal tersebut. Oke, pertama-tama kakak bisa perkenalkan diri kakak terlebih dahulu.”

Ranti : “Oke, perkenalkan aku Ranti, *owner* dari 3 Meals A Day.”

Septa : “Baik, kak, untuk pertanyaan pertama apakah 3 Meals A Day pernah melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan *brand* lain, kak?”

Ranti : “Untuk kolaborasi belum pernah ya. Soalnya 3 Meals A Day ini baru didirikan pada bulan Agustus tahun 2023, jadi ini masih *brand* baru. Namun, kita pernah beberapa kali ditawari untuk melakukan kolaborasi ini dan sudah pernah beberapa kali *meeting* juga untuk membahas mengenai hal ini.”

Septa : “Oke, kak, seperti yang tadi kakak bilang, walaupun belum pernah melakukan kolaborasi atau kerja sama, 3 Meals A Day sudah beberapa kali membahas mengenai rencana kolaborasi dengan *brand* lain, kalau boleh tau biasanya bentuk kolaborasinya seperti apa ya, kak?”

Ranti : “Untuk kolaborasinya itu, ini aku coba jelasin pakai contoh ya. Misalnya *brand* yang mau mengajak kolaborasi itu *brand ice cream*

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

sehat. Nah, biasanya bentuk kerja samanya itu semacam *free* produk, jadi nanti 3 Meals A Day akan membuat paket catering sehat dengan *free ice cream* dari *brand* ini. Selain itu, bentuk kolaborasinya juga bisa semacam 3 Meals A Day akan *provide* menu catering sehat khusus untuk *brand ice cream* sehat ini, jadi nanti menunya ini menyesuaikan kebutuhan dari konsumen dari *brand ice cream* sehat ini.”

Septa : “Oh, gitu, kak, nah, kak biasanya dalam menentukan *brand* yang akan diajak bekerja sama, apakah mengetahui informasi mengenai *brand* yang akan diajak bekerja sama itu penting?”

Ranti : “Penting ya. Biasanya kalau dapat tawaran kerja sama, tim 3 Meals A Day akan *me-review company profile brand* yang mengajak kerja sama dan mengecek media sosialnya untuk melihat apakah *brand* tersebut punya visi yang sejalan dengan 3 Meals A Day.”

Septa : “Nah, biasanya informasi apa saja yang paling dilihat dan dibutuhkan, kak?”

Ranti : “Oke, informasi yang diperluin itu yang pertama karena 3 Meals A Day ini catering sehat, tentu *brand* yang mengajak kerja sama juga harus di bidang produk sehat juga. Sehingga informasi mengenai apa yang membuat *brand* itu sehat perlu dicantumkan, seperti bahan-bahan yang digunakan dalam produknya. Selain itu, informasi *range* harga produk juga penting, seperti berapa harga untuk konsumen dan berapa harga untuk *brand* yang akan diajak kolaborasi. Kemudian, informasi apakah *brand* tersebut pernah melakukan kolaborasi atau tidak juga perlu dicantumkan. Dan yang terakhir keunikan dari *brand* tersebut apa. Apa yang membedakannya dengan *brand* sejenis.”

Septa : “Oke, kak, lalu, kak, kalau informasi-informasi tersebut disatukan menjadi sebuah buku, seperti *company profile* akankah memudahkan kakak?”

Ranti : “Iya, sangat memudahkan.”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

- Septa : “Baik, kalau dari sisi desain sendiri, kak, desain *company profile* apa yang menurut kakak paling optimal untuk kebutuhan ini?”
- Ranti : “Hmm ... dari sisi desain mungkin jangan menggunakan warna dasar yang terlalu mencolok, supaya tulisannya bisa terbaca dengan jelas. Dari sisi susunan, mungkin yang paling pertama ditunjukkan itu informasi mengenai *brand*-nya, seperti ini *brand* apa, alamatnya di mana, produknya apa, seperti itu.”
- Septa : “Oke, mungkin itu saja, kak, pertanyaan dari saya. Terima kasih banyak ya, kak karena sudah mau meluangkan waktunya.”
- Ranti : “Iya, sama-sama, ya, semoga jawabannya membantu.”



Hak Cipta :

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



Wawancara *Target Audience* 3

Hari/Tanggal : Senin, 3 Juni 2024

Pukul : 15.09 WIB

Melalui : Whatsapp

Nama : Nurul Izzati

Jabatan : *Branding Supervisor*

Perusahaan : Yellow Fit Kitchen

Septa : “Halo, selamat sore, maaf mengganggu waktunya, kak. Perkenalkan saya Annisa Septa Hutami, mahasiswa tingkat akhir dari Politeknik Negeri Jakarta. Saya mendapatkan nomor kakak dari Kak Ayustya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai *company profile* yang ditunjukkan untuk B2B. Untuk melakukan penelitian ini, saya membutuhkan data dari beberapa *brand* yang berhubungan dengan *healthy food*. Apakah kakak bersedia untuk menjadi narasumber untuk kepentingan penelitian saya? Terima kasih sebelumnya, kak.”

Nurul : “Halo, selamat sore, Annisa, salam kenal. Iya, boleh.”

Septa : “Sebelumnya terima kasih sudah bersedia ya, kak, kalau boleh tau kakak bisanya kapan ya? Untuk wawancaranya rencananya mau via WA, kak, tapi kalau kakak *prefer via call* atau *gmeet* juga boleh.”

Nurul : “Boleh, via WA.”

Septa : “Oke, kita mulai wawancaranya ya, kak.”

Nurul : “Iya, nanti kalau butuh data pendukung bilang aja ya.”

Septa : “Siap, kak. Oke, pertama silahkan perkenalkan diri kakak dan posisinya sebagai apa.”

Nurul : “Nurul Izzati sebagai *Branding Supervisor* di Yellow Fit Kitchen.”

Septa : “Apakah Yellow Fit Kitchen pernah melakukan kolaborasi atau kerja sama dengan *brand* lain, kak?”

Nurul : “Pernah. Kalau dengan *brand* banyak, tapi kalo yang jenis kolaborasinya berupa kolaborasi produk (menu) itu dengan Geprek

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Bensu dan Boga Group, yaitu Kimukatsu, Shaburi, Kintan, Pepper Lunch.”

Septa : “Biasanya bentuk kerja samanya seperti apa ya, kak?”

Nurul : “Berbagai macam, ada yang kerja sama dalam menu seperti *brand* yang disebutkan sebelumnya, ada yang kerja sama acara. Kalau kerja sama acara, biasanya kami bertukar *value*. Baik B2B atau B2C. Salah satunya itu Yellow Fit Kitchen bekerja sama dengan *brand* Hoka, mengadakan acara *Running*. Yellow Fit Kitchen menyediakan tempat dan makanan. Brand Hoka mengajak partisipannya, yaitu dari komunitas yang Hoka punya. *Value* yang didapatkan adalah *awarness*.”

Septa : “Menurut kakak sebelum melakukan kerja sama, apakah mengetahui informasi mengenai *brand* yang akan diajak kerja sama itu penting?”

Nurul : “Penting, sebelum melakukan kerja sama *brand* harus melakukan riset terhadap kandidat *brand* tersebut.”

Septa : “Menurut kakak informasi tentang *brand* apa saja yang diperlukan ketika ingin melakukan kerja sama dengan sebuah *brand*?”

Nurul : “Pertama itu produk. Lalu, ada target pasar mulai dari demografi, seperti lokasi, pekerjaan, jenis kelamin, umur, tingkat ekonomi sampai psikografi, seperti hobi, persona, ketertarikan. Kemudian, ada karakter *brand* atau persona branding. Dan tingkat kesadaran atau citra *brand* terhadap masyarakat baik di kehidupan nyata dan di media sosial.”

Septa : “Menurut kakak jika informasi-informasi tersebut disatukan dalam satu media, seperti buku akan memudahkan *brand* dalam mengetahui informasi *brand* yang akan diajak kerja sama?”

Nurul : “Pasti akan memudahkan, khususnya untuk *brand* yang baru mau memulai kerja sama.”



- Septa : “Menurut kakak apabila informasi mengenai sebuah *brand* disatukan menjadi buku, bagaimana desain yang bagus untuk *brand* yang bergerak di bidang makanan dan minuman?”
- Nurul : “*Simple* dan minimalis.”
- Septa : “Apakah kakak tau apa itu *company profile*?”
- Nurul : “Informasi dasar sebuah perusahaan.”
- Septa : “Menurut kakak apakah *company profile* itu penting? Dan apa alasannya?”
- Nurul : “Penting untuk memperkenalkan perusahaan kepada orang lain atau perusahaan lain atau klien. Dan juga untuk menjadi acuan menjalankan bisnis.”
- Septa : “Apakah sebuah *company profile* dapat menambah citra profesionalitas sebuah *brand* dan memberikan informasi yang akurat mengenai *brand* tersebut?”
- Nurul : “Bisa.”
- Septa : “Wah, makasih, kak atas jawabannya. Sama mau tanya, kak, nanti kan setelah *company profile*-nya jadi, bakal ada tahap *testing* ya berupa penilaian dan tanggapan target audiens terhadap *company profile*-nya, apakah kakak bersedia untuk *me-review* hasil *company profile*-nya, kak?”
- Nurul : “Boleh.”
- Septa : “Wah, oke, makasih ya, kak.”

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 Cek Plagiarisme

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



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



Similarity Report ID: oid:3618:64324533

| | | |
|----|--|-----|
| 9 | Agus Miswanto, Angga Prayuda, Aina Rufaida, Ulin Noor, Elok Nada So... | <1% |
| | Crossref | |
| 10 | repository.uph.edu | <1% |
| | Internet | |
| 11 | Ilham Abdullah Maosul. "PERANCANGAN UI/UX APLIKASI PENCARIAN..." | <1% |
| | Crossref | |
| 12 | press.pnj.ac.id | <1% |
| | Internet | |
| 13 | conference.upnvj.ac.id | <1% |
| | Internet | |
| 14 | eprints.akakom.ac.id | <1% |
| | Internet | |
| 15 | repository.uin-suska.ac.id | <1% |
| | Internet | |
| 16 | widuri.raharja.info | <1% |
| | Internet | |
| 17 | beritakota.id | <1% |
| | Internet | |
| 18 | elibrary.unikom.ac.id | <1% |
| | Internet | |
| 19 | radarpena.disway.id | <1% |
| | Internet | |
| 20 | Sofyanti Sofyanti, Heru Wijayanto Aripardono. "Pengembangan Metod..." | <1% |
| | Crossref | |

Sources overview



| | | |
|----|--|-----|
| 21 | ejournal.upnvj.ac.id Internet | <1% |
| 22 | eprints.unm.ac.id Internet | <1% |
| 23 | library.binus.ac.id Internet | <1% |
| 24 | repository.radenintan.ac.id Internet | <1% |
| 25 | jasa-website-malang.blogspot.com Internet | <1% |
| 26 | Tsuraya Khairunnisa, Muhammad Irfan Affandi, Ani Suryani. "ANALISIS... Crossref | <1% |
| 27 | indodesign.org Internet | <1% |
| 28 | journal.ubm.ac.id Internet | <1% |
| 29 | repository.maranatha.edu Internet | <1% |
| 30 | text-id.123dok.com Internet | <1% |
| 31 | liputan6.com Internet | <1% |
| 32 | Permata Amalia Chaerunnis, Rudi Heri Marwan. "Perancangan Buku Ilu... Crossref | <1% |

Sources overview

Hak Cipta :

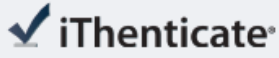
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:64324533

| | | | |
|----|--|----------|-----|
| 33 | advertisingjogja.com | Internet | <1% |
| 34 | badanbahasa.kemdikbud.go.id | Internet | <1% |
| 35 | id.123dok.com | Internet | <1% |
| 36 | jurnal.untan.ac.id | Internet | <1% |
| 37 | oipena.wordpress.com | Internet | <1% |
| 38 | openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id | Internet | <1% |
| 39 | repositori.usu.ac.id | Internet | <1% |
| 40 | e-journal.potensi-utama.ac.id | Internet | <1% |
| 41 | neliti.com | Internet | <1% |
| 42 | smkntipontianak.sch.id | Internet | <1% |
| 43 | Dharma Setyawan, Fina Sundari. "MARKETING DIGITAL WISATA PINUS..." | Crossref | <1% |
| 44 | ejournal.kemenperin.go.id | Internet | <1% |

Sources overview



Lampiran 5 Daftar Riwayat Hidup

septa home about portfolio contact

Annisa Septa Hutami
Graphic Designer

Hello! I'm Septa.
I'm a graphic designer based in Indonesia. I'm interested in branding, packaging, and illustration. I work meticulously and always seek to improve myself.

Education
2020 - 2024
Bachelor of Applied Graphic Design
Politeknik Negeri Jakarta
2017 - 2020
Social Science Major
SMA Negeri 1 Tambun Selatan

Working Experiences
2023 - Present
Freelance Graphic Designer
Stapo Indonesia (CV Starting Point)
2020 - Present
Freelance Graphic Designer
Aug 2023 - Dec 2023
Creative Design Specialist
PT cacaFly Metrodata Indonesia
Sep 2022 - Dec 2022
Graphic Designer
Siti Ziana

Organization
2020 - 2022
Staff of Artistic Division
BO GEMA PNJ
2021 - 2022
Departement of Communication & Information
KSM Comic Club
2020 - 2021
Staff of Creative Division
HMGP

Software Skills
Ps Ai Id

Contact
Bē @annisaseptahutami septannisa@gmail.com 081315280919

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