

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

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

2.1 Media Publikasi

Media publikasi dapat didefinisikan sebagai bentuk sarana atau platform yang secara sistematis digunakan untuk menyebarluaskan informasi, gagasan, berita, karya, atau konten lainnya kepada khalayak luas atau audiens yang ditargetkan. Media ini berfungsi sebagai media komunikasi massa yang menjembatani antara sumber informasi (baik individu, organisasi, maupun institusi) dengan penerima informasi. Cakupannya meliputi media tradisional seperti media cetak (koran, majalah, buku, jurnal) dan media penyiaran (televisi, radio), serta media baru atau digital (*website*, portal berita online, blog, media sosial, *platform* video/audio). Efektivitas suatu program atau penyampaian pesan seringkali bergantung pada pemilihan dan pemanfaatan media publikasi yang tepat sesuai dengan tujuan dan target audiens yang ingin dijangkau.

Sementara menurut Syafitri, (2016) media publikasi merupakan sebuah sarana efektif dalam menyampaikan promosi, pesan dan informasi kepada masyarakat luas, baik dalam bentuk visual maupun multimedia. Media publikasi merupakan media yang penting bagi sebuah perusahaan sebagai sarana untuk memperkenalkan diri mereka.

2.1.1 Media Cetak

Media cetak adalah media komunikasi massa atau publikasi yang disajikan dalam bentuk fisik melalui proses pencetakan di atas bahan seperti kertas, karton, atau bahan sejenis. Media ini digunakan untuk menyampaikan informasi, promosi, edukasi, hingga dokumentasi dalam berbagai bentuk desain grafis dan konten tertulis. Media ini bersifat visual-verbal, artinya informasi disampaikan melalui kombinasi teks dan gambar yang bisa dilihat dan dibaca langsung oleh audiens tanpa bantuan alat elektronik. Secara etimologis, kata *media* berasal dari bahasa Latin *medium* yang berarti perantara atau pengantar. Artinya, media berfungsi sebagai sarana penyampai



© 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

informasi dari sumber kepada penerima. Sementara itu, percetakan merujuk pada proses produksi teks atau gambar secara massal menggunakan tinta di atas kertas dengan bantuan mesin cetak. Dengan demikian, media cetak dapat diartikan sebagai sarana penyampaian informasi berupa teks maupun gambar yang dicetak menggunakan tinta pada permukaan kertas untuk disebarluaskan kepada khalayak.

Menurut Ispriadi et al., (2020) media cetak adalah segala sesuatu barang yang digunakan untuk sarana penyampaian informasi ataupun pesan seperti halnya media cetak pada umumnya. Media cetak adalah salah satu dari beragamnya media massa yang dicetak pada media kertas. Fungsi atau peran dari media cetak ada beberapa yang pertama yaitu, sebagai media penyampai informasi yang memberikan kejelasan, kedua sebagai media pendidikan yang edukatif, ketiga media untuk meningkatkan intelektualitas masyarakat, keempat membantu dalam penguatan kesatuan nasional

Media cetak sendiri memiliki beragam jenis, beberapa yang dikenal luas oleh masyarakat termasuk media cetak digital. Adapun beberapa jenis media cetak tersebut antara lain adalah:

1. Surat Kabar/Koran
Koran atau surat kabar didefinisikan sebagai media publikasi periodik yang dicetak pada kertas dan dirancang untuk sekali pakai. Isi utama dari terbitan ini adalah informasi aktual mengenai beragam topik, mencakup politik, kriminalitas, olahraga, editorial, serta kondisi cuaca. Selain itu, surat kabar seringkali menyajikan elemen visual seperti karikatur sebagai sarana kritik sosial, ilustrasi naratif (komik), permainan teka-teki silang (TTS), dan materi hiburan lainnya. Lebih lanjut, terdapat variasi surat kabar yang secara spesifik berfokus pada bidang-bidang tertentu, seperti isu politik, properti, sektor industri khusus, minat olahraga tertentu, apresiasi seni, atau partisipasi dalam kegiatan tertentu.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Majalah

Majalah adalah media cetak yang diterbitkan berkala, misalnya mingguan atau bulanan. Majalah memuat informasi mengenai beragam artikel yang bervariasi yang ditujukan kepada masyarakat umum dan ditulis dengan gaya bahasa dan penyampaian yang mudah dimengerti oleh banyak orang. Biasanya majalah didanai oleh iklan, harga penjualan yang berlangganan dibayar di awal.

3. Brosur

Brosur adalah media publikasi tertulis tidak berkala dengan jumlah halaman yang relatif sedikit, mulai dari satu hingga beberapa puluh, yang diterbitkan dalam satu waktu dan tidak terkait dengan publikasi lain. Brosur adalah media cetak ringkas dan mudah dibawa yang digunakan secara efektif dan efisien untuk menyampaikan informasi atau promosi. Bentuknya yang praktis menjadikannya pilihan populer untuk berbagai keperluan, seperti mengiklankan produk atau layanan, memberikan informasi tentang acara atau organisasi, hingga menyajikan ringkasan informasi penting dalam format yang menarik. Sampul brosur memegang peranan penting dalam menarik perhatian pembaca dan memberikan kesan pertama yang baik, dan meskipun tidak menggunakan jilid keras, brosur tetap dirancang agar terlihat rapi dan profesional sesuai dengan tujuan komunikasinya.

4. *Company Profile*

Company profile adalah media cetak yang memuat ringkasan informasi penting tentang sebuah perusahaan yang bertujuan untuk memperkenalkan dan membangun citra positif kepada berbagai pihak. Media cetak ini umumnya berisi mengenai Dokumen atau presentasi yang mencakup sejarah, visi misi, produk atau layanan, keunggulan, dan informasi kontak perusahaan, serta dapat disajikan dalam berbagai format seperti dokumen cetak, presentasi digital, *website*, atau video.



2.2 *Company Profile*

Menurut Edy Siswanto et al., (2021) *Company profile* adalah representasi perusahaan dan produknya, baik dalam bentuk tulisan maupun visual seperti grafik, yang menonjolkan nilai-nilai perusahaan, nilai produk, serta keunggulan dibandingkan kompetitor. Sebagai alat *public relations*, *company profile* memberikan gambaran umum perusahaan dengan poin-poin yang dipilih secara strategis sesuai dengan target audiens, dengan tujuan utama untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Sementara menurut Abdulhafizh & Djatiprambudi, (2020) *Company profile* adalah media publikasi yang menampilkan informasi mengenai gambaran umum dari sebuah perusahaan, instansi, atau suatu lembaga organisasi yang bertujuan untuk memberikan kepuasan publik terhadap informasi tentang aktivitas dari perusahaan terkait.

Company profile adalah dokumen atau media yang berisi informasi resmi mengenai suatu perusahaan, mencakup sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, produk atau layanan, serta pencapaian perusahaan. Sebagai bagian penting dari strategi hubungan masyarakat, *company profile* menyajikan informasi dasar tentang perusahaan. Keberadaannya sangat krusial karena berperan dalam membentuk identitas dan citra perusahaan di mata publik. Oleh karena itu, pembuatan *company profile* yang efektif akan memproyeksikan citra positif perusahaan serta memberikan pemahaman yang komprehensif tentangnya (Jasmine & Loen, 2020).

a. Unsur- Unsur *Company Profile*

Sebagai sebuah media publikasi yang memiliki tujuan untuk menampilkan citra yang positif, informatif dan representatif bagi sebuah perusahaan atau lembaga, *company profile* harus memiliki beberapa unsur yang dicantumkan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sejarah berdirinya perusahaan

Bagian ini menceritakan narasi tentang awal mula perusahaan didirikan. Ini mencakup informasi mengenai pendiri, ide awal

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

atau latar belakang pendirian, tanggal atau tahun berdiri, tonggak-tonggak penting (*milestones*) dalam perkembangannya, serta tantangan signifikan yang pernah dihadapi dan diatasi. Sejarah ini berfungsi untuk membangun kredibilitas, menunjukkan ketahanan dan pertumbuhan perusahaan, serta memberikan konteks mengenai nilai-nilai dan fondasi perusahaan.

2. Visi Misi Usaha

Visi adalah pernyataan mengenai cita-cita atau tujuan jangka panjang yang ingin dicapai oleh perusahaan di masa depan. Misi adalah pernyataan mengenai tujuan utama keberadaan perusahaan saat ini, menjelaskan apa yang dilakukan perusahaan, untuk siapa, dan bagaimana cara melakukannya untuk mencapai visi tersebut. Visi dan Misi menunjukkan arah strategis, fokus bisnis, dan komitmen perusahaan kepada para pemangku kepentingan (*stakeholders*). Seringkali disertai juga dengan nilai-nilai inti (*core values*) perusahaan.

3. Struktur Organisasi

Unsur ini menggambarkan hierarki, departemen, dan alur tanggung jawab di dalam perusahaan. Biasanya disajikan dalam bentuk bagan atau diagram yang menunjukkan posisi-posisi kunci dan hubungan pelaporan antar bagian. Pencantuman struktur organisasi menunjukkan bahwa perusahaan dikelola secara profesional, memiliki kejelasan peran dan fungsi, serta memudahkan pihak eksternal untuk memahami tata kelola internal perusahaan. Kadang disertai juga profil singkat dari tim manajemen kunci.

4. Sumber Daya Manusia

Bagian ini memberikan gambaran mengenai aset terpenting perusahaan, yaitu tim atau karyawannya. Informasi yang bisa dicantumkan meliputi jumlah total karyawan, keahlian atau kualifikasi rata-rata, pengalaman kolektif tim, serta budaya kerja



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

atau komitmen perusahaan terhadap pengembangan SDM. Menampilkan kekuatan SDM dapat membangun kepercayaan terhadap kapabilitas perusahaan dalam menjalankan operasional dan memberikan layanan/produk berkualitas.

5. Sumber Daya Perusahaan

Ini mencakup aset-aset lain yang dimiliki perusahaan selain SDM, yang mendukung operasional dan kapabilitasnya. Contohnya termasuk fasilitas produksi atau kantor, teknologi yang digunakan, peralatan utama, modal atau kekuatan finansial, sertifikasi, lisensi, kemitraan strategis, atau aset tak berwujud seperti paten dan merek dagang. Unsur ini menunjukkan kapasitas dan infrastruktur yang dimiliki perusahaan untuk beroperasi secara efektif.

6. Kinerja Perusahaan

Bagian ini menyajikan bukti pencapaian dan kesuksesan perusahaan. Ini bisa berupa data kuantitatif maupun kualitatif. Kinerja menunjukkan rekam jejak positif dan kompetensi perusahaan, sehingga meningkatkan kepercayaan calon klien atau mitra.

7. Klien Terdahulu

Daftar atau penyebutan klien-klien yang pernah atau sedang dilayani oleh perusahaan. Seringkali ditampilkan dalam bentuk logo klien. Ini berfungsi sebagai bukti sosial (*social proof*) dan menunjukkan pengalaman perusahaan dalam menangani berbagai jenis klien atau industri. Penting untuk memastikan tidak melanggar perjanjian kerahasiaan (NDA) saat mencantumkan nama klien.

8. Pengalaman

Rangkuman pengalaman perusahaan secara umum dalam industri atau bidangnya. Ini bisa mencakup durasi perusahaan beroperasi di bidang tersebut, jenis-jenis proyek atau pekerjaan yang biasa



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

ditangani, industri spesifik yang dilayani, atau tantangan khas yang berhasil diatasi. Pengalaman menunjukkan kedalaman pengetahuan, keandalan, dan pemahaman pasar yang dimiliki perusahaan.

9. *Portfolio* Perusahaan

Ini adalah kumpulan contoh konkret dari pekerjaan, proyek, atau produk yang telah dihasilkan oleh perusahaan. *Portfolio* seringkali disajikan secara visual dan detail, bisa berupa studi kasus (*case studies*), galeri foto proyek, deskripsi produk unggulan, atau cuplikan hasil kerja. *Portfolio* memberikan bukti nyata atas kualitas dan kapabilitas perusahaan, memungkinkan calon klien untuk melihat langsung hasil kerja dan menilai kesesuaiannya dengan kebutuhan mereka.

b. **Kriteria *Company Profile***

Selain memenuhi unsur unsur yang sudah disebutkan, *company profile* juga harus memiliki kriteria lain agar dapat menarik minat dari *audience* untuk dibaca. Kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1. Representatif

Kriteria ini menekankan bahwa *company profile* harus mampu mencerminkan identitas asli, citra (*brand image*), nilai-nilai (*values*), dan budaya perusahaan secara akurat. Ini bukan hanya tentang fakta, tetapi juga tentang 'rasa' atau 'suasana' perusahaan. Bahasa yang digunakan, nada penulisan (*tone of voice*), desain visual (*layout*, warna, font, foto), semuanya harus selaras dengan bagaimana perusahaan ingin dikenal dan dilihat oleh publik. *Company profile* yang representatif terasa otentik dan konsisten dengan pengalaman nyata berinteraksi dengan perusahaan tersebut, sehingga membangun kepercayaan dan koneksi emosional yang lebih kuat dengan audiens.



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

2. Informatif

Meskipun sudah menjadi tujuan dasar, sebagai kriteria daya tarik, 'informatif' berarti *company profile* harus menyajikan informasi yang relevan, jelas, ringkas, dan benar-benar berguna bagi target audiensnya. Informasi yang disajikan harus menjawab pertanyaan-pertanyaan kunci yang mungkin dimiliki oleh calon klien, mitra, investor, atau bahkan calon karyawan, tanpa membuat mereka tenggelam dalam detail yang tidak perlu atau jargon teknis yang rumit. Penyajian informasi yang efektif, *to the point*, dan memberikan nilai tambah akan membuat audiens merasa waktu mereka tidak terbuang sia-sia dan mendorong mereka untuk terus membaca atau mencari tahu lebih lanjut.

3. Struktur

Kriteria ini berkaitan dengan organisasi, alur, dan tata letak informasi dalam *company profile*. Sebuah *company profile* yang menarik harus memiliki struktur yang logis dan mudah diikuti. Ini mencakup penggunaan judul (*headings*) dan subjudul yang jelas, urutan penyampaian informasi yang masuk akal (misalnya dari umum ke khusus, atau kronologis), serta penggunaan elemen visual seperti paragraf pendek, poin-poin (*bullet points*), dan ruang kosong (*whitespace*) yang cukup untuk memudahkan pembacaan. Struktur yang baik membantu audiens menavigasi konten dengan mudah, menemukan informasi yang mereka cari dengan cepat, dan memahami pesan yang disampaikan tanpa merasa bingung atau kewalahan. Ini secara signifikan meningkatkan keterbacaan (*readability*) dan pengalaman pengguna (*user experience*).

c. **Tujuan *Company Profile***

Company profile memiliki beberapa fungsi dan tujuan dasar, diantaranya:

1. Memberikan informasi tentang perusahaan dan data organisasi



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. Dapat mengkomunikasikan perusahaan atau organisasi kepada khalayak umum sehingga masyarakat mampu mengerti dan memiliki pandangan mengenai perusahaan dan organisasi tersebut.
3. Memperkenalkan *profile* perusahaan kepada khalayak umum dengan mudah.
4. Membangun citra baik dari perusahaan
5. Memudahkan *audience* untuk memahami dan mengenal lebih jauh mengenai perusahaan.

Berdasarkan teori yang disampaikan, maka perancangan company profile PT. Toms Indo Putra ini memiliki tujuan sebagai media publikasi yang mampu menyebarluaskan informasi terkait PT. Toms Indo Putra kepada klien, *stakeholders* maupun masyarakat luas yang dikemas dalam bentuk visual baik lewat digital maupun dalam bentuk cetak. *Company Profile* dari PT. Toms Indo Putra ini nantinya akan menampilkan informasi yang sekaligus informatif namun juga representatif menampilkan PT. Toms Indo Putra sebagai manufaktur produk Audio yang berkualitas dan bersertifikasi ISO. Di dalam *company profilenya* juga mencakup berbagai informasi seperti sejarah, produk, fasilitas, pencapaian, serta klien dari PT. Toms Indo Putra.

2.3 Media Promosi

Media promosi adalah segala bentuk sarana yang digunakan untuk mengkomunikasikan informasi tentang produk, layanan, atau merek kepada target audiens dengan tujuan untuk meningkatkan kesadaran, minat, dan pada akhirnya, penjualan. Menurut Moonik & Pomantow, (2023) Media Promosi adalah sarana atau media yang digunakan oleh sebuah perusahaan untuk mendapatkan consumer.

a. Macam-macam media Promosi

Media promosi dibagi menjadi 3 kategori, yaitu:

1. Media ATL (*Above the Line*)

Media *Above the Line* adalah media-media promosi yang posisinya



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

berada di lini atas. Hal ini disebabkan media promosi yang termasuk dalam lini atas ini memerlukan budget yang sangat besar. Namun dapat menjangkau target pasar yang sangat luas. Contoh: televisi, koran, radio, *billboard*, dan lain-lain.

2. Media BTL (*Below the Line*)

Media *Below the Line* adalah media-media promosi yang posisinya berada di lini bawah. Hal ini disebabkan karena media promosi yang termasuk dalam lini bawah tidak memerlukan budget yang besar, langsung tepat sasaran dan jangkauan target pasarnya sempit. Contoh: Pamflet, *flyer*, poster, brosur, *social media*, dll.

3. Media TTL (*Through the Line*)

Jika kita perhatikan di sekitar kita, memang banyak kegiatan yang tidak bisa dikatakan eksklusif lagi. Ada kegiatan ATL yang mengandung unsur BTL. Atau sebaliknya, BTL yang mengandung unsur ATL. Contoh ATL dengan BTL adalah iklan sebuah brand di majalah yang sekaligus ditempli sample produknya. Sedangkan contoh BTL dengan ATL: kegiatan *event* tertentu yang disebarluaskan lewat iklan *social media* dan juga *website*.

Sebagai media promosi, tidak ada satupun media yang sangat tepat penggunaanya, semuanya memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing. Maka dari itu untuk memaksimalkan efektivitasnya, produk yang kita promosikan perlu menggunakan beberapa jenis media promosi (Eka Anggi, 2015).

2.4 Desain Grafis

Desain grafis adalah proses menciptakan komunikasi visual yang memadukan elemen-elemen seperti teks, gambar, warna, dan bentuk untuk menyampaikan pesan secara efektif dan menarik. Desain grafis tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga pada bagaimana informasi dapat tersampaikan dengan jelas kepada audiens. Dalam praktiknya, desain grafis digunakan dalam berbagai media, baik cetak maupun digital, seperti poster, brosur, logo, *website*, hingga company profile.



Menurut Widya,L.A.D, (2019) Desain grafis dapat didefinisikan sebagai ilmu yang mempelajari dan mengembangkan visual sebagai keperluan informasi dan komunikasi dari pemberi pesan. Pesan visual yang disampaikan dapat berupa informasi mengenai produk, jasa, atau gagasan kepada *audience* secara jelas menggunakan media informasi.

Dalam penerapannya desain grafis memiliki beberapa prinsip agar pesan yang disampaikan dapat efektif, yaitu.

1. Komposisi (*Composition*)

Komposisi dalam desain grafis merupakan susunan unsur-unsur visual yang diatur secara harmonis dengan prinsip-prinsip desain sehingga tercipta kesatuan yang utuh. Komposisi yang baik mampu menggabungkan berbagai elemen seperti teks, gambar, warna, dan bentuk menjadi satu tampilan yang seimbang dan efektif dalam menyampaikan pesan. Penyusunan ini menjadi pedoman awal dalam perencanaan desain agar menghasilkan karya visual yang tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga komunikatif dan terstruktur.

2. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan adalah prinsip yang memastikan distribusi elemen desain dalam bidang visual terasa stabil dan tidak berat sebelah. Keseimbangan dapat dibagi menjadi dua jenis: simetris (formal) yang memberikan kesan statis dan teratur, serta asimetris (informal) yang memberi kesan dinamis dan variatif. Dalam desain grafis, keseimbangan visual ini penting untuk menciptakan kenyamanan visual dan memandu perhatian audiens dengan harmonis.

3. Irama (*Rhythm*)

Irama atau ritme dalam desain grafis adalah pengulangan dan variasi elemen visual yang menciptakan kesan gerak dalam tampilan yang statis. Prinsip ini digunakan untuk memandu alur pandangan mata pembaca dari satu elemen ke elemen lainnya secara teratur dan mengarahkan fokus secara natural. Ritme juga menambah dinamika dalam komposisi, membuat desain terasa hidup dan tidak monoton.

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 mengumumkkan 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

4. Proporsi (*Proportion*)

Perbandingan atau proporsi merujuk pada hubungan ukuran antar elemen dalam sebuah desain, baik itu ukuran fisik maupun visual. Prinsip ini membantu menciptakan keseimbangan visual serta menunjukkan prioritas informasi melalui skala. Salah satu konsep populer yang digunakan dalam proporsi adalah *golden ratio*, yang secara alami memberikan keteraturan visual yang enak dipandang dan digunakan untuk menciptakan harmoni dalam desain.

5. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan adalah prinsip yang menekankan keterpaduan antar elemen desain sehingga keseluruhan tampilan menjadi satu kesatuan yang utuh. Prinsip ini memastikan bahwa setiap elemen dalam desain memiliki keterkaitan visual maupun konseptual dan tidak tampak terpisah. Dengan adanya kesatuan, desain menjadi lebih mudah dipahami, enak dipandang, dan memiliki pesan yang kuat serta kohesif

2.3.1 Warna

Dalam desain grafis, Warna adalah salah satu elemen visual paling penting yang digunakan untuk menarik perhatian, membangun suasana, memperkuat identitas visual, dan menyampaikan pesan secara emosional maupun simbolis. Warna tidak hanya mempercantik tampilan, tetapi juga memiliki peran komunikatif yang kuat, karena setiap warna dapat membawa persepsi atau makna tertentu bagi audiens.

Dalam bukunya, Natalia Bangun, (2023) mengungkapkan bahwa warna memiliki peran yang penting dalam memberikan pengalaman visual dan emosional serta persepsi. Pemilihan warna yang sesuai dapat meningkatkan daya tarik visual, membangun branding, dan mempengaruhi audience secara keseluruhan. Namun makna dari warna itu sendiri juga dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti budaya, sosial, pengalaman personal, aspek historikal, agama dan tradisi, media serta psikologi dari warna itu sendiri. Beberapa makna warna adalah sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 2. 1 Tabel Filosofi Warna

	Merah	Semangat, Petualangan, Kekuatan, Energi, Passion, Aksi, Cinta
	Jingga	Optimisme, Kebebasan, Emosi, Kepuasan, Antusiasme, Masa Muda
	Kuning	Keingintahuan, Kehangatan, Kejelasan, Kesenangan, Hal yang positif, Kesenangan
	Hijau	Loyalitas, Keselarasan, Keamanan, Kesehatan, Keberuntungan, Alami
	Biru	Tujuan, Kepercayaan diri, Keamanan, Kekuatan, Integritas, Kesuksesan, Profesionalitas
	Ungu	Seni, Fantasi, Kemewahan, Spiritualisme, Misteri, Imajinasi, Keadilan
	Pink	Kelembutan, Intuisi, Feminisme, Ketenangan, Rasa Hormat, Kreativitas
	Abu-abu	Netral, Dapat diandalkan, Keseimbangan, Kepintaran, Kekuatan, Tak lekang waktu
	Coklat	Kehangatan, Alami, Dapat diandalkan, Otentik, Keseriusan, Dukungan
	Hitam	Elegan, Kepemimpinan, Keamanan, Rumit
	Putih	Kemurnian, Kebersihan, Sempel, Kesegaran, Kesucian

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

Harmoni Warna

Dalam warna terdapat *Color Wheel*. *Color Wheel* adalah sebuah alat yang digunakan untuk mempermudah melihat keharmonisan sebuah warna. dalam *color wheel* terdapat beberapa nama yang digunakan sebagai penamaan dari sebuah harmoni warna, dalam penelitiannya Sabrina & Kurnianto, (2019) yang berjudul Eksplorasi Cerita dan Visual Karakter Bertemakan Orang Tua Tunggal untuk Animasi Pendek, menyebutkan beberapa harmoni warna yaitu:

1. *Monochromatic* merupakan harmoni warna yang terdiri dari warna yang sama dari gelap ke terang.
2. *Analogous* merupakan warna yang terdiri dari 3 warna yang berderet.
3. *Complementary* merupakan kombinasi warna yang tercipta dari 2 warna yang berlawanan arah alam *color wheel* seperti kuning dan ungu.
4. *Triad* merupakan kombinasi warna yang tercipta dari 3 warna yang membentuk segitiga sama sisi.
5. *Split Complementary* merupakan warna yang tercipta dari 3 warna yang mirip seperti *triad*, namun membentuk sama kaki
6. *Tetradic* merupakan harmoni warna yang tercipta dari 4 warna.

Berdasarkan teori diatas maka penggunaan warna pada perancangan company profile ini menggunakan skema warna *monochromatic*, yaitu warna turunan dari biru yang menjadi branding dari PT. Toms Indo Putra, selain itu warna biru juga dipilih karena mampu melambangkan Tujuan, Kesuksesan, Integritas dan Profesionalitas, yang mampu menunjukkan kesan yang baik pada *company profile* PT. Toms Indo Putra. Selain warna biru, warna lain yang akan digunakan adalah warna putih dan juga hitam. Warna putih dapat memberikan kesan simpel dan juga modern, begitu juga warna hitam yang mampu memberikan kesan yang Elegan.



Hak Cipta :

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

2.3.2 Gambar

Dalam desain grafis, gambar adalah elemen visual yang digunakan untuk memperkuat pesan, menarik perhatian, dan menyampaikan informasi secara lebih efektif. Gambar dapat berupa foto, ilustrasi, ikon, atau simbol yang dipilih sesuai konteks dan tujuan desain. Selain berfungsi sebagai pelengkap estetika, gambar juga membantu menyampaikan makna secara instan, bahkan sebelum teks dibaca. Oleh karena itu, pemilihan gambar harus mempertimbangkan kualitas visual, relevansi terhadap pesan, serta kesesuaian dengan gaya desain agar mampu meningkatkan daya tarik dan efektivitas komunikasi visual.

Gambar dalam desain dapat berfungsi sebagai inti pesan maupun sebagai elemen pelengkap. Ketika berperan sebagai pesan utama, gambar memiliki keterkaitan langsung dengan isi atau informasi yang ingin dikomunikasikan. Dalam konteks ini, gambar biasanya berupa foto yang berfungsi sebagai bukti visual untuk memperkuat pesan yang disampaikan kepada audiens (Anggarini, 2021).

Menurut Natalia Bangun, (2023) berdasarkan jenisnya, gambar sendiri dibagi menjadi 2, yaitu

1. Gambar Fotografi adalah gambar yang diproses dari pantulan suatu objek dengan merekam cahaya, yang mengenai objek tersebut. Gambar fotografi dapat dimanfaatkan untuk beberapa hal seperti, foto produk, foto kemasan, dan juga foto talent.
2. Gambar Ilustrasi adalah elemen visual yang digunakan untuk menyampaikan suatu informasi. Ilustrasi berbentuk gambar karena mampu untuk menyampaikan pesan dengan lebih baik yang tidak bisa didapatkan dari teknik fotografi (Marsudi & Nanda, 2020). Gambar ilustrasi dibagi menjadi 2 yaitu *raster* dan juga *vector*. Gambar *raster* adalah gambar yang terdiri dari elemen *pixel* dalam *grid* yang mana setiap *pixel* memberikan informasi warna pada gambar. Sedangkan gambar *vector* disusun

dari banyak objek yang disusun dengan formula matematika sehingga dapat mengubah ukuran tanpa mempengaruhi kualitas.

Berdasarkan teori diatas, maka penggunaan gambar dalam company profile PT. Toms Indo Putra akan meliputi gambar fotografi dan gambar ilustrasi, fotografi akan digunakan pada beberapa gambar, seperti gambar produk, foto kegiatan karyawan, foto packaging dari produk, serta foto-foto pelengkap lain seperti fasilitas dan gedung. Sementara foto Ilustrasi akan digunakan pada beberapa elemen, seperti elemen background, elemen ikonografi, serta beberapa keperluan desain lain, ilustrasi yang digunakan adalah ilustrasi *vector* sehingga memiliki kualitas yang lebih baik.

2.5 Perancangan Visual Media Publikasi

Media publikasi dapat didefinisikan sebagai bentuk sarana atau *platform* yang secara sistematis digunakan untuk menyebarluaskan informasi, gagasan, berita, karya, atau konten lainnya kepada khalayak luas atau audiens yang ditargetkan. Media ini berfungsi sebagai media komunikasi massa yang menjembatani antara sumber informasi (baik individu, organisasi, maupun institusi) dengan penerima informasi. Cakupannya meliputi media tradisional seperti media cetak (koran, majalah, buku, jurnal) dan media penyiaran (televisi, radio), serta media baru atau digital (*website*, portal berita online, blog, media sosial, *platform* video/audio). Efektivitas suatu program atau penyampaian pesan seringkali bergantung pada pemilihan dan pemanfaatan media publikasi yang tepat sesuai dengan tujuan dan target audiens yang ingin dijangkau.

Sementara menurut Syafitri, (2016) media publikasi merupakan sebuah sarana efektif dalam menyampaikan promosi, pesan dan informasi kepada masyarakat luas, baik dalam bentuk visual maupun multimedia. Media publikasi merupakan media yang penting bagi sebuah perusahaan sebagai sarana untuk memperkenalkan diri mereka.



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



Hak Cipta :

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

2.5.1 Desain *Layout*

Layout berasal dari bahasa Inggris yang berarti tata letak dari elemen-elemen berdasarkan prinsip desain. *Layout* dapat diterapkan pada banyak produk desain grafis, menjadikan kemampuan dalam menggunakan *layout* adalah salah satu kompetensi dasar yang harus dimiliki oleh seorang desainer grafis (Anggarini, 2021).

Fungsi *layout* sendiri terbagi menjadi 2, yaitu fungsi komunikasi dan estetika. Fungsi utamanya sendiri adalah menjadi dasar dalam mengatur peletakan elemen-elemen desain sehingga mempermudah dalam penyampaian informasi. *Layout* yang baik akan memudahkan pesan sehingga cepat ditangkap dengan mudah oleh audiens.

Untuk membangun *layout* yang efektif, seorang desainer perlu memahami elemen-elemen dasar yang menyusunnya. Elemen pada *layout* ini sendiri terdiri dari:

1. Elemen Teks

Elemen teks adalah tulisan yang ditulis berdasarkan layout. Elemen teks memiliki beberapa perbedaan jenis dan kegunaan, namun semuanya memberikan informasi yang akurat kepada pembaca (Humaira et al., 2021), adapun elemen teks tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Judul merupakan informasi utama yang ada pada sebuah konten desain publikasi. Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam membuat judul adalah posisinya harus menonjol agar dapat menarik perhatian pembaca.
- b. *Deck* adalah penghubung antara judul dengan isi yang memberikan gambaran singkat tentang isi konten. Fungsi *deck* sendiri adalah membuat pembaca lebih penasaran terhadap konten yang akan disajikan pada *body text*.
- c. *Body Text* adalah konten yang berisi mengenai topik yang dibahas.

- d. *Pull Quotes* adalah kutipan yang dimasukkan ke dalam *body text*. Fungsinya sendiri adalah memberikan estetika memisahkan bagian *body text* untuk menarik perhatian pembaca.
- e. *Subhead* atau subjudul adalah bagian informasi yang ditampilkan secara lebih spesifik. Fungsinya sendiri adalah untuk memisahkan informasi dalam sebuah konten sehingga pembaca dapat menerima wawasan yang diinginkan.
- f. *Caption* merupakan teks pendamping gambar dalam sebuah *layout* yang berfungsi untuk memberikan penjelasan atau konteks visual yang lebih jelas.
- g. *Bylines* adalah keterangan yang mencantumkan nama penulis atau pihak yang bertanggung jawab atas isi tulisan, dan bisa juga mencantumkan instansi atau sumber referensi.
- h. *Running head* adalah elemen berupa judul yang dicetak secara konsisten di bagian atas setiap halaman, berfungsi untuk membantu pembaca mengidentifikasi bagian bab atau konten yang sedang mereka baca dalam keseluruhan dokumen atau publikasi.
- i. *Folios* adalah istilah untuk penomoran halaman. Tujuannya adalah untuk memberikan navigasi yang jelas bagi pembaca mengenai lokasi bacaan mereka serta memudahkan dalam mencari halaman tertentu.
- j. *Initial Cap* adalah huruf kapital yang digunakan di awal paragraf atau kalimat, biasanya dengan ukuran atau gaya yang lebih menonjol. Selain berfungsi sebagai penanda awal teks, elemen ini juga menambah nilai estetika dalam komposisi *layout*



© 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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Elemen Visual

- a. *Artworks* merujuk pada elemen visual seperti ilustrasi, sketsa, atau karya seni digital yang digunakan untuk memperkuat pesan dalam desain, serta meningkatkan daya tarik visual dari konten yang disampaikan.
- b. Foto berperan besar dalam memperkuat pesan visual dalam berbagai media, seperti desain berita, iklan, dan publikasi lainnya. Foto mampu menyampaikan emosi dan informasi secara instan dan mendalam.
- c. Infografis adalah penyajian data atau informasi dalam bentuk visual seperti grafik, tabel, atau diagram, yang bertujuan untuk mempermudah pemahaman informasi kompleks dalam tampilan yang menarik dan ringkas.
- d. Garis digunakan dalam *layout* untuk berbagai fungsi, seperti memisahkan area konten, menciptakan ritme visual, dan memperkuat struktur desain agar lebih rapi dan proporsional.
- e. Kotak *sidebar* adalah elemen desain yang menampilkan artikel atau informasi tambahan, biasanya ditempatkan di samping teks utama sebagai pelengkap atau pendukung informasi utama.
- f. *Inzet* adalah elemen visual berukuran kecil yang disisipkan ke dalam elemen visual yang lebih besar, biasanya digunakan untuk memberikan informasi tambahan atau memperkuat penjelasan utama.
- g. Poin adalah daftar informasi yang disusun secara vertikal dan diberi tanda seperti simbol atau angka, digunakan untuk menyampaikan informasi secara terstruktur dan mudah dipindai



Hak Cipta :

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

3. Elemen Tak Kasat.
 - a. *Margin* adalah ruang kosong antara batas halaman dan area isi *layout*. *Margin* berfungsi menjaga jarak antara konten dengan tepi halaman agar desain terlihat rapi, seimbang, dan terhindar dari risiko potongan saat proses pencetakan.
 - b. *Grid* merupakan garis bantu yang digunakan oleh desainer untuk mempermudah penempatan elemen-elemen dalam tata letak. Berdasarkan ukuran margin yang digunakan dalam satu spread, grid dapat diklasifikasikan menjadi dua jenis, yaitu *grid* simetris dan *grid* asimetris (Anggarini, 2021)

2.5.2 Tipografi

Dalam sebuah desain publikasi, tujuan utamanya adalah menyampaikan informasi secara menyeluruh dan detail. Oleh karena itu, elemen teks memegang peran yang sangat penting. Salah satu aspek yang tidak boleh diabaikan adalah keterbacaan teks. Untuk memastikan hal ini, seorang desainer perlu memiliki pemahaman yang baik tentang tipografi serta cara penerapannya dalam desain. (Anggarini, 2021).

Dalam proses perancangan desain, setiap elemen memiliki keterkaitan yang saling mendukung, dan salah satu elemen yang memiliki pengaruh signifikan terhadap keberhasilan visual komunikasi adalah tipografi. Tipografi bukan hanya soal pemilihan jenis huruf, tetapi juga bagaimana teks dapat dibaca, dipahami, dan menarik secara visual. Berikut adalah empat prinsip dasar dalam tipografi:

1. *Legibility*
2. *Readability*
3. *Visibility*
4. *Clarity*



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

Klasifikasi Huruf

Dalam tipografi, huruf sendiri memiliki beberapa klasifikasi, menurut Natalia Bangun (2023) dalam bukunya yang berjudul Dasar-Dasar Desain Grafis Merancang Karya Yang Konseptual, klasifikasi dalam huruf dapat dibagi menjadi berikut ini:

1. *Serif*



Serif adalah huruf yang memiliki kait atau ekstensi, tonjolan, goresan pada ujungnya yang memberikan kesan klasik, resmi, elegan dalam sebuah desain.

2. *Sans Serif*

Sans serif adalah huruf yang tidak memiliki kait sehingga memberikan kesan yang sederhana, lugas, modern, serta futuristik.

3. *Script*

Script adalah huruf sambung yang menyerupai goresan tangan yang dikerjakan oleh pena dan kuas atau pensil tajam yang cenderung miring ke kanan. Huruf *script* sendiri dibagi menjadi ke dalam dua jenis yaitu *Formal Script* dan juga *Casual Script*.

4. *Display*

Huruf *display* adalah huruf yang dirancang khusus untuk digunakan pada ukuran yang lebih besar dan untuk tujuan dekoratif atau menarik perhatian. Penggunaan utama huruf *display* sendiri ditujukan lebih kepada judul dan elemen desain yang menonjol lainnya.



Berdasarkan teori diatas Penggunaan huruf yang akan diterapkan pada desain *company profile* PT. Toms Indo Putra adalah huruf *Sans Serif* karena *font* ini cocok digunakan untuk merepresentasikan kesan yang modern serta futuristik.

2.6 Design Thinking

Design Thinking adalah metode yang mengkolaborasikan dan mengumpulkan ide-ide dari disiplin ilmu dengan tujuan memperoleh solusi. Pada metode ini terdapat 5 tahap proses yang dapat kita gunakan untuk memperoleh output yang inovatif (Amalina et al., 2017).

1. *Empatize* adalah Tahap pertama dalam design thinking yaitu membangun empati terhadap pengguna, dengan memahami kebutuhan, nilai, dan perspektif mereka. Pendekatan ini menekankan pentingnya manusia sebagai pusat proses desain, sehingga solusi yang dihasilkan lebih relevan dan bermakna. Melalui interaksi langsung dengan pengguna, desainer memperoleh wawasan mendalam yang menjadi dasar pengembangan solusi.
2. *Define* adalah merumuskan masalah secara jelas dan terfokus. Informasi dari tahap empati dianalisis untuk menghasilkan *point of view* atau sudut pandang yang spesifik. Pernyataan masalah ini akan menjadi dasar bagi tim untuk mengeksplorasi ide-ide yang tepat guna menyelesaikan permasalahan yang telah diidentifikasi.
3. *Ideate* adalah proses eksplorasi ide kreatif sebanyak mungkin untuk mencari potensi solusi. Proses ini mendorong tim untuk berpikir bebas tanpa batasan, karena semua ide dianggap berharga. Dengan pendekatan brainstorming, desainer membuka kemungkinan baru yang dapat diterapkan pada tahap selanjutnya.
4. *Prototype* adalah bentuk awal dari solusi yang dirancang untuk diuji secara nyata. Tahap ini bertujuan menciptakan representasi sederhana dari ide untuk melihat apakah konsep tersebut efektif. Prinsip "gagal lebih cepat" diterapkan agar kesalahan dapat ditemukan dan diperbaiki sejak dini, sebelum memasuki proses pengembangan lebih lanjut.

Hak Cipta :

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

5. *Testing* adalah pengujian purwarupa kepada pengguna untuk mendapatkan umpan balik langsung. Pengujian ini menjadi kesempatan penting untuk menilai apakah solusi yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan pengguna. Selain itu, tahap ini juga memperdalam pemahaman tim terhadap pengguna dan memperkuat iterasi desain berikutnya.



© 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



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

BAB III

METODE PERANCANGAN

3.1 Metode Penelitian

Untuk menghasilkan perancangan *company profile* yang efektif dan relevan dengan kebutuhan PT. Toms Indo Putra, diperlukan metode penelitian yang tepat. Pada bagian ini akan dijelaskan pendekatan penelitian, teknik pengumpulan data, serta tahapan perancangan yang digunakan sebagai dasar dalam proses pengembangan karya desain.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *design thinking* sebagai kerangka utama dalam merancang *company profile* PT. Toms Indo Putra. Pendekatan ini digunakan karena bersifat *human-centered* dan bertujuan menghasilkan solusi desain yang relevan dan efektif berdasarkan pemahaman mendalam terhadap kebutuhan pengguna dan juga konteks perusahaan. Pendekatan ini memiliki lima tahap utama yaitu: *Emphatize*, *Define*, *Ideate*, *Prototype*, dan *Test*, yang kemudian diadaptasi ke dalam tahapan praktis sesuai kebutuhan perancangan *company profile*. Berikut penjelasan penerapannya pada setiap tahap:

a. *Emphatize*

Tahap pertama yang dilakukan dimulai dari menerima *client brief*, lalu dilanjutkan dengan proses pengumpulan data, melalui observasi, studi literatur, wawancara, dan kuesioner. Data yang sudah dikumpulkan lalu dianalisis untuk mengetahui kebutuhan PT. Toms Indo Putra serta *target audience*. Informasi yang sudah didapatkan ini akan menjadi dasar untuk penyusunan *creative brief*.

b. *Define*

Selanjutnya, melanjutkan dari tahap selanjutnya hal yang dilakukan adalah perumusan masalah melalui kegiatan *brainstorming* berdasarkan data yang sudah didapatkan sebelumnya. Hasilnya lalu dirumuskan ke dalam bentuk kebutuhan desain yang konkret, termasuk gaya visual, tone komunikasi, dan target konten.



© 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

c. *Ideate*

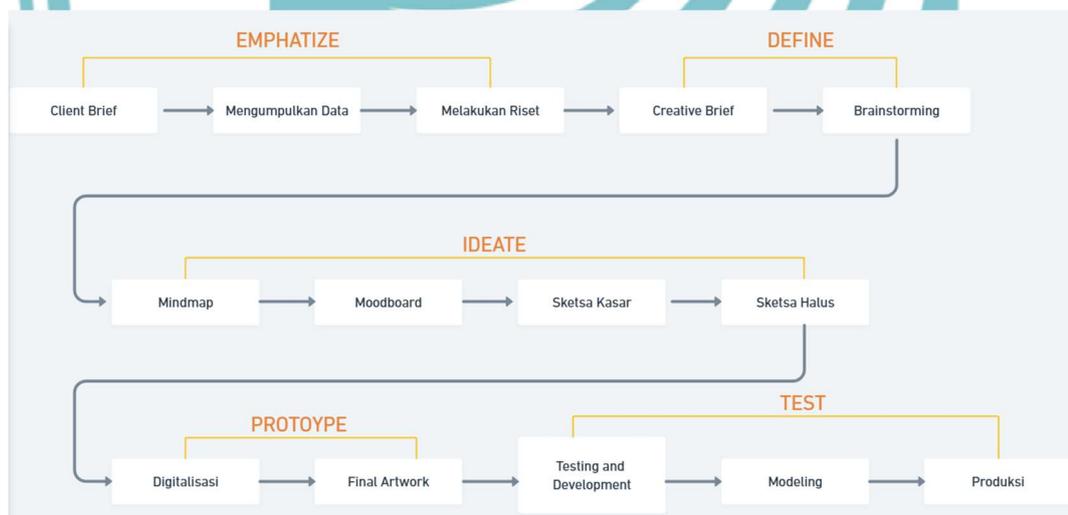
Pada tahap ini dilakukan eksplorasi gagasan melalui proses *mind mapping*, penyusunan *moodboard*, serta pembuatan sketsa awal untuk visualisasi konsep. Beberapa alternatif juga dikembangkan pada tahap ini untuk mencari pendekatan visual yang paling tepat.

d. *Prototype*

Tahap ini mencakup proses digitalisasi desain dan penyusunan *final artwork* yang mencerminkan identitas visual perusahaan.

e. *Test*

Desain yang sudah jadi kemudian diuji pada tahap test yang meliputi *testing and development*, *modeling (mockup)* hingga ke tahap produksi jika dinyatakan layak.





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

3.1.1 Teknik LPengumpulan Data

1. Observasi

Metode observasi dilakukan dalam pengumpulan data terhadap beberapa contoh *company profile* dari berbagai perusahaan. Observasi ini dilakukan untuk mengidentifikasi struktur konten, gaya visual, elemen desain yang digunakan, serta pendekatan naratif yang diterapkan dalam media publikasi tersebut. Hasil observasi ini kemudian dianalisis dan dijadikan sebagai acuan dalam merumuskan solusi desain yang relevan dengan kebutuhan dan karakteristik perusahaan yang menjadi objek perancangan.

- a. PT. Industri Telekomunikasi Indonesia/PT. INTI Persero



Company profile ini dipilih karena memiliki gaya visual yang modern dan minimalis, sesuai dengan karakter perusahaan teknologi masa kini. Gaya desain yang digunakan pada *company profile* ini menggunakan warna satu tone dengan pemilihan warna gradasi biru ke ungu, elemen-elemen desain yang digunakan pada desain inipun memiliki kombinasi seperti penggunaan gambar vector dan raster. Sistem *grid* yang dipakai adalah *column grid* yang memiliki fleksibilitas dan dinamis sehingga mudah dikombinasikan. Penggunaan *font* pada *company profile* ini



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

adalah *sans serif*, senada dengan tema yang dibawakan yaitu modern dan futuristik.

- b. PT. Jagarti Sarana Telekomunikasi

Company profile kedua yang dipilih adalah *company profile* PT. Jagarti Sarana Telekomunikasi, penggunaan warna yang dipilih di company profile ini adalah warna analogous biru dan biru navy yang senada dengan warna PT. Toms Indo Putra. Penggunaan gambar yang digunakan pada company profile ini didominasi oleh fotografi produk serta gambar-gambar dengan format raster lainnya. Penggunaan font yang digunakan pada desain company profile ini adalah sans serif yang tegas.



- c. PT. Bunga Citra Suara

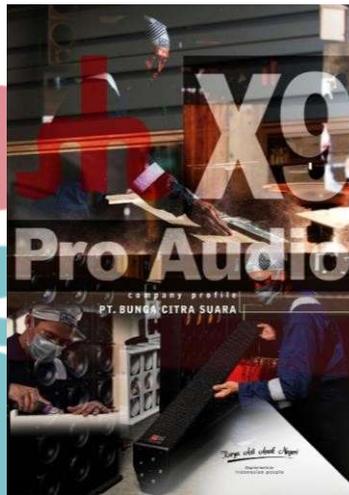
Company profile ini dipilih karena PT. Bunga Citra Suara memiliki lini bisnis yang sama dengan PT. Toms Indo Putra yaitu manufaktur dan distributor dari produk audio. Struktur isi yang dibawakan dari *Company Profile* ini adalah pengenalan produk, penyampaian visi misi, dokumentasi produk dan mitra, sertifikasi, pencapaian serta testimoni dari para klien. Sementara dari segi desain visual yang digunakan pada *company profile* ini, secara garis besar penggunaan warna yang ditonjolkan adalah warna



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

merah marun, coklat dan hitam, untuk penggunaan gambar yang ada pada *company profile* ini adalah gambar dari fotografi produk dan model serta dokumentasi, dokumentasi media cetak. Penggunaan *font* pada desain ini sama seperti 2 desain sebelumnya, yaitu *sans serif* senada dengan tema modern dan lugas yang dibawakan.



Gambar 3. 4 Sampul *Company Profile* PT. Bunga Citra Suara

Sumber: <https://x9proaudio.com>

2. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan untuk mendukung dasar perancangan dengan teori dan hasil penelitian sebelumnya yang relevan, terutama dalam hal branding dan identity, media publikasi, dan desain layout.

3. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh informasi mendalam mengenai profil perusahaan, kebutuhan komunikasi visual, nilai-nilai perusahaan, dan ekspektasi terhadap output desain. Wawancara dilakukan kepada narasumber dari PT. Toms Indo Putra yaitu Bapak Bachtiar Mahaputra yang memiliki jabatan sebagai *HR Department*. Wawancara ini memberikan insight langsung dari klien mengenai bagaimana perusahaan ingin dikenal oleh publik, tantangan komunikasi yang dihadapi, serta gaya visual yang diharapkan.



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

Hasil dari wawancara ini kemudian digunakan sebagai dasar dalam menyusun strategi komunikasi visual, termasuk dalam penentuan tone and manner, segmentasi audiens, serta struktur isi *company profile*. Dengan pendekatan ini, rancangan desain yang dihasilkan menjadi lebih informatif, representatif dan tepat sasaran.

4. Kuesioner

Untuk mendukung proses perancangan *company profile* PT. Toms Indo Putra, dilakukan survei menggunakan Google Form kepada 16 responden dari berbagai latar belakang seperti desainer, karyawan dari berbagai bagian seperti marketing dan wiraswasta dengan range umur 20-40 tahun keatas, laki-laki maupun perempuan. Survei ini bertujuan untuk mengetahui persepsi, kebutuhan informasi, dan preferensi visual terhadap media publikasi berupa *company profile*. Hasilnya adalah sebagai berikut:

a. Persepsi Terhadap *Company Profile* dan Isi konten

Sebanyak 43,8% responden menilai bahwa fungsi utama dari sebuah *company profile* adalah untuk membangun citra perusahaan, lalu 31,3% menilai bahwa *company profile* memiliki fungsi utama untuk menjelaskan sejarah dan visi misi perusahaan, sementara sisanya memilih membangun citra dan menarik calon investor. 3 informasi utama yang dipilih sebagai hal penting di dalam *company profile* adalah visi dan misi dengan 56,3% total responden lalu foto-foto fasilitas dan logo dan identitas visual yang masing masing sama meraih suara sebanyak 37,5% dari total responden, sementara sisanya seperti Sejarah, Produk, Partner dan Klien, Serta kontak mendapat kurang dari 20% suara.



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

Untuk penyampaian informasi yang disajikan dalam *company profile*, mayoritas responden sebanyak 50% suara memilih agar informasi yang disampaikan berbentuk Infografis dan Visual Data.

b. Preferensi Visual dan Desain

Untuk pemilihan gaya visual mulai dari tema desain, sebanyak 56,3% dari responden memilih menggunakan gaya desain yang *futuristic* dan modern. Untuk pemilihan warna sendiri, didominasi dengan warna biru dengan total 87,5% responden dan sisanya memilih hitam dan putih. Untuk elemen visual yang paling penting di dalam sebuah *company profile*, 50% memilih Warna Brand, disusul dengan 37,5% responden memilih *Layout* dan Tata Letak, lalu sisanya memilih Logo, Foto Produk, Ilustrasi/Ikonografi, dan Tipografi.

c. Pilihan Gaya Komunikasi

Untuk pilihan gaya komunikasi yang akan disampaikan serta penyampaian informasi di dalam perancangan desain *company profile* ini nanti, 50% responden memilih menggunakan infografis dan visual data, sementara sisanya memilih langsung dan padat, naratif dan bercerita, serta kombinasi antara naratif dan poin-poin.

3.1.2 Metode Analisis Data

Data yang diperoleh melalui berbagai teknik pengumpulan data, yaitu observasi, studi literatur, wawancara, dan kuesioner, selanjutnya dianalisis untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif terhadap kebutuhan komunikasi visual PT. Toms Indo Putra. Adapun hasil dari analisa ini dapat disimpulkan sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi dilakukan terhadap beberapa *company profile* perusahaan sejenis, seperti PT. INTI Persero, PT. Jagarti Sarana



© 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

Telekomunikasi, dan PT. Bunga Citra Suara. Observasi ini menghasilkan temuan mengenai struktur isi, gaya visual, elemen desain, dan pendekatan komunikasi yang digunakan dalam company profile perusahaan lain, sebagai acuan pembanding untuk merancang company profile PT. Toms Indo Putra. Yang mana pada beberapa hal yang ditemukan dan dapat menjadi acuan dalam perancangan desain adalah penggunaan *font sans serif* pada perusahaan yang bertemakan industri ataupun teknologi rata-rata menggunakan font sans serif serta juga menonjolkan foto-foto dari produk mereka.

b. Studi Literatur

Hasil studi literatur yang menjadi dasar teori serta konsep perancangan PT. Toms Indo Putra ini meliputi teori media publikasi, media promosi, *company profile*, desain grafis dan juga desain layout. Data ini menjadi rujukan di dalam pengambilan keputusan perancangan desain,

c. Wawancara

Wawancara dilakukan langsung terhadap pihak internal PT. Toms Indo Putra, yaitu Bapak Bachtiar Mahaputra selaku HR, wawancara ini menghasilkan beberapa informasi terkait identitas perusahaan, kebutuhan media publikasi, serta tujuan komunikasi visual dan ekspektasi terhadap hasil dari perancangan *company profile* ini.

d. Kuesioner

Kuesioner dilakukan terhadap 16 responden dari beragam latar belakang dan usia ini, bertujuan untuk mengetahui persepsi target *audience* terhadap media *company profile*, hasil seperti gaya visual, penyampaian informasi, nantinya akan digunakan sebagai penyesuaian arah desain dengan kebutuhan pengguna.



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

3.2 Data dan Analisis

Setelah metode penelitian dijabarkan, langkah berikutnya adalah mengumpulkan serta menganalisis data sebagai bahan pertimbangan dalam merancang solusi desain. Bagian ini akan memuat informasi penting mengenai latar belakang perusahaan, kompetitor, target audiens, serta insight yang diperoleh dari proses observasi maupun wawancara, yang nantinya digunakan untuk membentuk arah visual dan strategi komunikasi dalam *company profile*.

3.2.1 Profile Klien



PT. Toms Indo Putra adalah Perusahaan yang memiliki fokus dalam manufaktur audio dan memproduksi berbagai jenis pengeras suara seperti *Subwoofer*, *Amplifier*, *Speaker* Aktif dan juga berbagai macam jenis *Speaker* untuk memenuhi kebutuhan otomotif dan rumahan. PT. Toms Indo Putra sendiri berdiri sejak tahun 2015, PT. Toms Indo Putra berupaya mengembangkan Inovasi, Kualitas dan layanan untuk menghasilkan produk pengeras suara terbaik dari fasilitas manufaktur sendiri yang telah berstandar ISO 9001-2015.

Untuk menciptakan proses kerja yang lebih efisien dan terstruktur, PT. Toms Indo Putra secara konsisten mengembangkan inovasi dan kreativitas yang diterapkan dalam fasilitas, sistem kerja, serta setiap tahapan produksi guna memastikan kualitas produk dan layanan tetap terjaga. Seluruh proses operasional, mulai dari penerimaan bahan baku,



© 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

pergerakan material, pencatatan produksi, hingga penyerahan barang jadi telah didukung oleh sistem komputerisasi, sehingga memungkinkan pelaksanaan kerja yang lebih tepat, cepat, dan akurat.

Produk-produk unggulan dari PT. Toms meliputi berbagai kebutuhan *audio* seperti *subwoofer*, *active speaker*, dan juga berbagai macam jenis speaker baik untuk kebutuhan rumahan maupun otomotif. Untuk mendukung produksi dari produk yang ada di PT. Toms Indo Putra, PT. Toms Indo Putra memiliki berbagai Fasilitas-fasilitas yang mendukung proses operasional dan menjaga standar serta kualitas, fasilitas-fasilitas yang dimiliki oleh PT. Toms Indo Putra adalah sebagai berikut:

1. Gudang Bahan Baku

Fasilitas gudang yang dimiliki oleh PT. Toms Indo Putra memastikan keseimbangan antara pasokan (*Supply*) dan permintaan (*Demand*) untuk menjaga efisiensi area gudang, kecepatan pergerakan barang, serta kualitas bahan baku sehingga semua fungsi dapat berjalan dengan baik.

GUDANG BAHAN BAKU





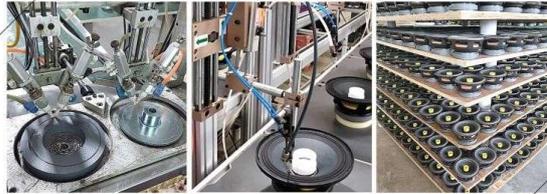
Hak Cipta :

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. Perakitan *Speaker* dan Pengerjaan *Box Speaker*

PT. Toms Indo Putra memiliki fasilitas perakitan yang sudah berstandar ISO dan didukung dengan teknologi serta inovasi supaya dapat menghasilkan produk yang sesuai dengan target pelanggan.

PERAKITAN SPEAKER



3. *Quality Control* dan Pengemasan

Fasilitas *quality control* memastikan bahwa produk yang sudah dirancang memiliki kualitas yang sesuai dengan standar. Pengujian ini didukung oleh peralatan yang memadai sehingga kualitasnya pasti terjaga.

POLITEKNIK

QUALITY CONTROL DAN PENGEMASAN





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

4. Gudang Barang Jadi

Produk yang sudah dirancang dan melewati proses *quality control*, disimpan di dalam fasilitas penyimpanan. Selain itu, gudang juga mengendalikan informasi mengenai penjualan, jadwal pengiriman sehingga efektif dan efisien dalam penggunaan fasilitas gudang yang ada. Barang yang disimpan juga dimonitoring secara berkala untuk menjaga kondisi barang dan penempatan yang sesuai.

GUDANG BARANG JADI



5. Penelitian dan Pengembangan

Penelitian dilakukan untuk menciptakan produk baru dan pengembangan produk yang sudah ada dengan memperhatikan keinginan pelanggan, target pasar, serta dengan mempertimbangan Kemajuan Teknologi.

PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN PRODUK



Gambar 3. 10 Dokumentasi Penelitian dan Pengembangan

sumber: Sumber: <https://tomsindoputra.com>



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

3.2.2 Competitor

Pada Industri manufaktur audio sendiri, terdapat beberapa perusahaan yang sudah lama berkecimpung pada bidang ini, beberapa dari mereka juga sudah membangun citra merek mereka melalui media publikasi seperti *company profile*. Analisis *competitor* ini diperlukan untuk memahami bagaimana mereka merepresentasikan identitas perusahaan, serta melihat celah diferensiasi yang dapat dimanfaatkan oleh PT. Toms Indo Putra:

1. PT. Bunga citra suara

PT. Bunga Citra Suara adalah perusahaan manufaktur *loudspeaker, pro series loud speaker* dan *line array loudspeakers*, yang berlokasi di Bali dan memiliki slogan “*The Best Clarity of Sound*”. Produk dan layanan yang ditawarkan oleh PT. Bunga Citra Suara adalah layanan desain, instalasi, penyewaan dan *maintenance* serta distribusi dari teknologi audio.

Perusahaan ini didirikan pada tahun 2013 dan sudah memiliki sertifikasi mulai dari desain industrial dan ISO. Produk-produk yang dimiliki dan diproduksi oleh Perusahaan ini termasuk produk *Subwoofer, Basstube, Box Speaker* dan beberapa *speaker* lain yang memiliki fokus pada *home audio* dan keperluan musisi.



PT. Bunga Citra Suara juga sudah memiliki *Company Profile* dan *website* yang menjadi sebagai media publikasi yang mampu menampilkan keunggulan produk serta layanan yang dimiliki. *Company profile* yang dimiliki oleh PT. Bunga Citra

Suara memiliki gaya visual yang clean, simple namun tetap informatif. *Clean* karena *company profile* yang dimiliki memiliki teks yang tidak begitu mendominasi sehingga kebanyakan langsung memberikan informasi berupa gambar, seperti gambar produk, dokumentasi, prestasi, sertifikasi, serta kegiatan dan pelayanan yang diberikan.



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





2. PT. Rajasaputra Jaya Perkasa

DAT merupakan salah satu produk unggulan dari PT. Rajasaputra Jaya Perkasa. PT. Rajasaputra Jaya Perkasa adalah perusahaan nasional yang berdiri sejak tahun 1987 dan dikenal sebagai produsen perangkat elektronik serta produk kayu berskala besar di Indonesia. Salah satu merek unggulannya adalah DAT, yang hadir untuk menyediakan perangkat audio visual berkualitas dengan harga terjangkau bagi masyarakat luas. Dengan fasilitas produksi seluas 40.000meter persegi dan lebih dari 3000 tenaga kerja, perusahaan ini mampu memproduksi lebih dari satu juta speaker setiap tahunnya. Berbekal pengalaman panjang dan jaringan distribusi nasional yang terus berkembang, PT. Rajasaputra Jaya Perkasa menekankan inovasi, jaminan mutu, serta misi jangka panjang untuk tumbuh bersama masyarakat Indonesia.

Beberapa keunggulan yang dimiliki oleh PT. Rajasaputra Jaya Perkasa antara lain adalah garansi eksklusif DAT selama 1 tahun, memiliki *service center* yang lengkap di seluruh wilayah di Indonesia, memiliki *customer service* yang siap melayani selama 24/7, dan memiliki garansi produk berkualitas. Fokus produk dari PT. Rajasaputra Jaya Perkasa ini sendiri ada Speaker untuk keperluan rumahan maupun otomotif. Namun sampai saat ini PT. Rajasaputra Jaya Perkasa hanya memiliki *website* saja untuk menjadi publikasi dan media dalam merepresentasikan

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

produk dan layanan yang diberikan dan belum memiliki *company profile*.

3. PT. Optima Elektronik Manufaktur

PT. Optima Elektronik Manufaktur merupakan perusahaan manufaktur elektronik yang berdiri sejak tahun 2010 dan berfokus pada pengembangan sistem *infotainment* untuk kendaraan. Berbasis di Cikarang, Indonesia, perusahaan ini melayani lebih dari 10 pelanggan global dan dikenal melalui produk-produk unggulannya seperti sistem audio *premium*, perangkat display audio, telematika, sistem bantuan pengemudi (ADAS), hingga aksesoris kendaraan lainnya. Dengan penerapan standar manajemen mutu bertaraf internasional seperti ISO 9001, ISO 14001, dan IATF 16949, PT. Optima menempatkan kontrol kualitas, kecepatan inovasi, dan layanan purna jual sebagai pilar utama dalam strategi bisnisnya. Kapabilitas manufaktur yang solid didukung oleh riset dan pengembangan berkelanjutan menjadikan Optima sebagai salah satu pemain kuat di industri otomotif elektronik.

Namun, di balik berbagai pencapaian dan portofolio teknis yang kompetitif, PT. Optima Elektronik Manufaktur belum memiliki *company profile* yang tersusun secara visual dan naratif untuk merepresentasikan identitas perusahaan secara menyeluruh. Keberadaan media publikasi seperti *company profile* menjadi penting, terutama untuk perusahaan dengan produk berbasis teknologi dan inovasi tinggi. Ketiadaan representasi visual yang terstruktur menyebabkan potensi perusahaan dalam membangun citra profesional dan memperkuat daya saing tidak termanfaatkan



© 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

secara maksimal. Hal ini menunjukkan adanya celah yang dapat menjadi pembeda dalam perbandingan strategi komunikasi visual antar perusahaan sejenis di industri yang sama.

Berdasarkan analisis terhadap beberapa perusahaan manufaktur elektronik di bidang sistem audio, ditemukan bahwa mayoritas kompetitor PT. Toms Indo Putra, meskipun telah berdiri lebih lama dan memiliki portofolio produk yang kuat, belum memiliki *company profile* yang tersusun secara sistematis dan komunikatif. Beberapa perusahaan bahkan belum memiliki media publikasi visual sama sekali, sementara sebagian lainnya telah memiliki *company profile* namun terkesan terlalu teknis dan langsung pada inti produk, sehingga kurang menggambarkan karakter, visi, dan nilai brand secara menyeluruh.

Melalui analisis ini, dapat disimpulkan bahwa masih terdapat celah yang cukup besar dalam strategi komunikasi visual di sektor manufaktur audio. Hal ini menjadi peluang strategis bagi PT. Toms Indo Putra untuk tampil berbeda melalui perancangan *company profile* yang tidak hanya menyampaikan informasi produk, tetapi juga mampu membangun narasi brand yang kuat dan menyeluruh. Dengan pengalaman sejak tahun 2015 serta kemampuan produksi internal yang sudah terstandarisasi ISO 9001:2015, PT. Toms Indo Putra memiliki pondasi kuat untuk dikemas dalam bentuk media publikasi yang profesional.

Perusahaan ini memproduksi berbagai jenis pengeras suara, mulai dari *subwoofer*, *amplifier*, hingga *speaker* aktif untuk kebutuhan otomotif dan rumahan. Seluruh proses kerja dilakukan secara efisien dengan sistem komputerisasi yang mengatur setiap tahapan produksi, mulai dari penerimaan bahan baku hingga pengiriman barang jadi. Dukungan fasilitas seperti gudang bahan baku, area perakitan dan pengerjaan *box speaker*, *quality control*, serta divisi penelitian dan pengembangan, semakin memperkuat



© 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

citra perusahaan sebagai produsen audio yang berkualitas dan terintegrasi. Maka dari itu, melalui perancangan company profile yang tepat, PT. Toms Indo Putra memiliki peluang untuk mengisi kekosongan komunikasi visual yang ditinggalkan oleh para kompetitornya, serta memperkuat posisinya dalam industri manufaktur audio yang kompetitif.

3.2.3 Product Knowledge

Perancangan *Company Profile* PT. Toms Indo Putra akan menjadi media publikasi yang mampu merepresentasikan dan membangun narasi dari brand yang kuat dan menyeluruh dengan pengalaman dalam manufaktur audio sejak tahun 2015 dan sudah terstandarisasi ISO. Serta memiliki fasilitas-fasilitas produksi, *testing, quality control, packaging, research and development* serta sdm yang mumpuni dalam manufaktur berbagai jenis pengeras suara seperti, *subwoofer, amplifier*, dan berbagai speaker aktif lainnya untuk kebutuhan otomotif ataupun rumahan. Hal-hal tersebut akan ditampilkan melalui visual yang informatif serta representatif. Adapun isi dari *company profile* ini nantinya akan berisi hal sebagai berikut:

a. Cover

Cover dalam *company profile* ini akan menjadi representasi awal sekaligus *first impression* yang akan ditampilkan perusahaan pada *company profile*. *Cover* ini akan memuat foto dari PT. Toms Indo Putra dan juga Logo. Terdapat juga kontak yang nantinya akan tersedia pada bagian back cover serta elemen desain yang representatif.

b. Preliminaries

Pada bagian ini nantinya akan menjadi halaman awal sebelum memasuki konten utama pada *company profile*.

c. Content

Bagian utama pada *company profile* ini nantinya akan memuat konten-konten antara lain 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



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. *Introduction*

Bagian ini berisi kata sambutan yang disampaikan oleh perwakilan dari PT. Toms Indo Putra, bagian ini juga akan memuat foto/ilustrasi dari orang tersebut.

2. *About Us*

Bagian *About Us* menjelaskan secara singkat apa itu PT. Toms Indo Putra. Bagian ini juga nantinya akan sedikit memberikan penjelasan mengenai keunggulan, produk, serta moto dari perusahaan. Serta terdapat fitur *Scan QR* yang akan diarahkan ke *website* dari PT. Toms Indo Putra

3. *History*

Bagian *History* menjelaskan perjalanan dari perusahaan, pada bagian ini juga ditampilkan timeline agar perjalanan perusahaan dapat lebih mudah dimengerti.

4. *Vision and Mission*

Pada bagian ini menjelaskan mengenai dan visi yang dimiliki oleh perusahaan serta membahas mengenai values atau nilai-nilai yang dipegang oleh PT. Toms Indo Putra sebagai prinsip perusahaan.

5. *Our Products*

Bagian ini menjelaskan serta menampilkan pilihan *products* yang dimiliki oleh PT. Toms Indo Putra. Selain itu pada bagian ini juga menampilkan contoh dari setiap produknya, sehingga dapat memperkuat citra perusahaan.

6. *Our Facility*

Pada bagian ini berisi mengenai fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan, mulai dari fasilitas produksi, *packing*, *quality control*, *research and development*, hingga *warehouse*. Bagian ini juga akan menampilkan foto dari tiap-tiap fasilitas yang dimiliki.



Hak Cipta :

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

7. *Our Brand*

Bagian ini menampilkan *brand-brand* apa saja yang diproduksi di PT. Toms Indo Putra, bagian ini menampilkan setiap logo dari brand tersebut.

8. *Our Logo*

Bagian ini menjelaskan mengenai filosofi dari logo PT. Toms Indo Putra. Bagian ini juga menampilkan kedua logo yang biasanya digunakan oleh PT. Toms Indo Putra untuk beragam keperluan perusahaan. Bagian ini menjadi bagian yang cukup penting karena sangat mengangkat visual identitas dari perusahaan.

9. *Closing*

Pada bagian ini berisi mengenai *contact* serta *social media* dari PT. Toms Indo Putra. Selain sebagai penutup, bagian ini juga dikhususkan agar pembaca yang memiliki pertanyaan dapat langsung menghubungi PT. Toms Indo Putra.

Company profile yang dibuat nantinya akan tersedia dalam bentuk cetak maupun digital, bentuk cetaknya akan dicetak dengan spesifikasi, ukuran B5 *Landscape* dengan cover menggunakan *Art Carton 260 gsm*, dan laminasi *doff*, dan isi menggunakan *Art Paper 120 gsm*.

3.2.4 Consumer Insight

Berdasarkan hasil kuesioner yang diisi oleh 16 responden dari berbagai latar belakang profesi seperti desainer, *marketing*, dan wiraswasta dengan rentang usia 20 hingga 40 tahun, dapat disimpulkan bahwa target audiens memiliki preferensi yang kuat terhadap media *company profile* yang modern, informatif, dan profesional.

Sebagian besar responden menyatakan bahwa fungsi utama *company profile* adalah untuk membangun citra perusahaan (43,8%),



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

disusul oleh fungsi sebagai penyampai visi dan misi perusahaan (31,3%). Tiga informasi utama yang dianggap penting untuk ditampilkan dalam *company profile* adalah: visi dan misi perusahaan (56,3%), foto-foto fasilitas, serta logo dan identitas visual (masing-masing 37,5%).

Dari sisi penyajian informasi, sebanyak 50% responden memilih gaya penyampaian berbasis infografis dan *visual data*, yang dinilai mampu menyampaikan pesan secara cepat dan mudah dipahami. Sedangkan untuk gaya visual, mayoritas responden (56,3%) lebih menyukai desain yang *futuristic* dan modern, serta 87,5% responden memilih warna biru sebagai warna dominan yang mewakili profesionalisme dan teknologi.

Selain itu, elemen visual yang paling dianggap penting oleh responden dalam sebuah *company profile* adalah warna *brand* (50%), disusul *layout* dan tata letak (37,5%), serta elemen-elemen pendukung seperti foto produk, ikonografi, dan tipografi. Temuan ini mengarahkan strategi desain untuk menampilkan identitas perusahaan melalui visual yang kuat, *layout* yang rapi, serta gaya penyampaian yang komunikatif dan efisien.

3.2.5 Positioning

PT. Toms Indo Putra adalah perusahaan manufaktur pengeras suara yang berdiri sejak 2015, berkomitmen pada inovasi, kualitas, dan layanan. Dengan fasilitas produksi bersertifikasi ISO 9001:2015, memproduksi beragam speaker untuk kebutuhan otomotif dan rumahan. Didukung oleh SDM yang kompeten, PT. Toms Indo Putra hadir sebagai mitra terpercaya untuk solusi audio yang andal dan berkualitas.

3.2.6 Analisis SWOT

Metode yang digunakan dalam menganalisis data adalah dengan metode *Strength, Weakness, Oppurtunity*, dan *Threat* (SWOT). Berikut adalah penjabaran SWOT berdasarkan data dan fakta yang dimiliki oleh PT. Toms Indo Putra



© 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

Tabel 3. 1 Tabel Analisis SWOT

	Strength (S)	Weakness (W)
	<ol style="list-style-type: none"> 1. PT. Toms Indo Putra telah berdiri sejak 2015 dan sudah memiliki standar ISO untuk melakukan produksi dan manufaktur Audio. 2. PT. Toms Indo Putra memiliki kemampuan untuk memproduksi berbagai jenis pengeras suara untuk kebutuhan otomotif maupun rumahan. 3. PT. Toms Indo Putra memiliki fasilitas mesin produksi yang menunjang proses dan kualitas dari produk yang di produksi. 4. Memiliki sumber daya manusia yang kompeten untuk menghasilkan produk yang berkualitas dan layanan yang memuaskan pelanggan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. PT. Toms Indo Putra belum memiliki media promosi yang memiliki visual profesional. 2. Citra perusahaan belum tergambar secara profesional. 3. Minimnya visualisasi yang informatif yang representatif. 4. Dibanding PT lain, PT Toms Indo Putra belum memiliki sebuah <i>company profile</i> yang mampu menampilkan citra perusahaan secara profesional.
Opportunities (O)	Strategi (S-O)	Strategi (W-O)
<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Company profile</i> yang menarik dan profesional dapat menarik mata dari target audience klien dan mitra terkait. 2. Kebanyakan PT lain belum memiliki <i>company profile</i> yang didesain secara profesional dan mampu menampilkan informasi yang representatif. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan pertumbuhan permintaan produk audio rumahan dan otomotif dengan <i>company profile</i>, 2. Berkolaborasi dengan merk otomotif dan juga rumah tangga. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukan citra perusahaan dengan <i>company profile</i> ke khalayak umum 2. Membuat <i>Company Profile</i> dan yang menarik dan profesional untuk memperkenalkan PT. Toms Indo Putra kepada calon klien dan <i>stakeholders</i> lainnya
Threats (T)	Strategi (S-T)	Strategi (W-T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Minimnya tampilan visual dapat membuat perusahaan kalah saing. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan prestasi-prestasi yang sudah dicapai oleh PT. Toms Indo Putra. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. mempromosikan layanan dan produk mereka serta memberikan informasi



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

<p>2. Persaingan dengan perusahaan sejenis yang sudah memiliki branding kuat</p>	<p>2. Menjadi publikasi dan promosi agar dapat dikenal luas hingga internasional.</p>	<p>mengenai PT. Toms Indo Putra. 2. Membuat <i>company profile</i> yang memiliki fitur dan desain yang modern dan dapat bersaing dengan manufaktur dan perusahaan lain. 3. Meningkatkan citra profesional dari PT. Toms Indo Putra dibanding PT lain.</p>
--	---	---

Dari hasil SWOT yang telah dipaparkan, dapat disimpulkan bahwa PT. Toms Indo Putra memiliki kekuatan utama berupa pengalaman sejak 2015 dalam industri manufaktur audio serta fasilitas produksi bersertifikasi ISO 9001:2015. Kemampuan untuk memproduksi beragam jenis penguas suara untuk kebutuhan otomotif dan rumahan, didukung oleh mesin modern dan SDM yang kompeten, menjadi fondasi kuat dalam menghasilkan produk berkualitas tinggi. Namun demikian, perusahaan masih menghadapi kelemahan dari sisi komunikasi visual dan citra merek yang belum terbangun secara profesional akibat ketiadaan media promosi seperti *company profile* yang representatif.

Peluang besar terbuka melalui perancangan *company profile* yang menarik dan profesional, karena sebagian besar *kompetitor* belum memanfaatkan media ini secara optimal. *Company profile* yang informatif dan kuat secara visual dapat meningkatkan daya tarik di mata calon klien, mitra bisnis, maupun investor. Di sisi lain, ancaman datang dari persaingan ketat dengan perusahaan sejenis yang telah memiliki branding kuat serta media komunikasi visual yang mapan. Oleh karena itu, strategi yang tepat dalam menghadirkan *company profile* sebagai sarana promosi dan representasi perusahaan diharapkan mampu

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



meningkatkan kredibilitas, memperluas jangkauan bisnis, dan memperkuat posisi PT. Toms Indo Putra di pasar industri audio

3.3 Arahan Kreatif

Arahan kreatif ini dibuat dari hasil pengumpulan data yang telah dilakukan lalu dituangkan ke dalam bentuk *creative brief*.

Tabel 3. 2 Tabel Creative Brief

Project Background:

PT. Toms Indo Putra adalah perusahaan manufaktur *sound system* yang berdiri sejak 2015 dan hingga kini belum memiliki *company profile* yang tersusun secara sistematis dan representatif. Kondisi ini dapat menghambat upaya perusahaan dalam memperkenalkan identitasnya kepada mitra strategis serta menurunkan daya saing di pasar. Oleh karena itu, tugas akhir ini bertujuan merancang *company profile* sebagai media publikasi resmi yang mampu menyampaikan informasi secara efektif dan mencerminkan identitas serta nilai perusahaan melalui desain yang profesional. Dengan adanya *company profile* yang representatif, diharapkan PT. Toms Indo Putra dapat meningkatkan kredibilitas, memperluas jaringan bisnis, dan memperkuat citra perusahaan di tengah persaingan industri yang semakin kompetitif

Product Knowledge:

Perancangan *Company Profile* PT. Toms Indo Putra akan menjadi media publikasi yang mampu merepresentasikan dan membangun narasi dari *brand* yang kuat dan menyeluruh dengan pengalaman dalam manufaktur audio sejak tahun 2015 dan sudah terstandarisasi ISO. Serta memiliki fasilitas-fasilitas produksi, *testing, quality control, packaging, research and development* serta sdm yang mumpuni dalam manufaktur berbagai jenis pengeras suara seperti, *subwoofer, amplifier*, dan berbagai *speaker aktif* lainnya untuk kebutuhan otomotif ataupun rumahan. Hal-hal tersebut akan ditampilkan melalui visual yang informatif serta representatif. Adapun isi dari *company profile* ini nantinya akan berisi 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 mengumumkannya 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

1. **Cover**
2. **Halaman judul**
3. **Content** (*Introduction, About Us, History, Vision and Mission, Our Products, Our Facility, Our Clients, Our Logo*)
4. **Closing**

Company profile yang dibuat nantinya akan tersedia dalam bentuk cetak maupun digital, bentuk cetaknya akan dicetak dengan spesifikasi, ukuran B5 dengan cover menggunakan *art carton* 260gsm, dengan laminasi *doff*, dan isi menggunakan *artpaper* 150gsm.

Target Audience:

Klien, Mitra dan *Stakeholders* PT. Toms Indo Putra

Mandatory:

- Warna mengikuti warna dari PT. Toms Indo Putra (Biru)
- Logo PT. Toms Indo Putra.
- Kontak PT. Toms Indo Putra. (Nomor Telepon, Email, dan Sosial Media)
- Alamat PT. Toms Indo Putra

Competitor Information:

Setelah melakukan observasi, ditemukan beberapa perusahaan yang juga memiliki lini bisnis dan fokus industri yang sama, beberapa diantaranya adalah:

- **PT. Bunga citra suara**
- **PT. Rajasaputra Jaya Perkasa**
- **PT. Optima Elektronik Manufaktur**
- **PT. Elsound Audio Indonesia**
- **PT. Gaya Abadi Sempurna**

Objectives:

PT. Toms Indo Putra ingin memiliki *company profile* yang representatif dan profesional sehingga dapat memberikan citra yang positif.



© 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

<p>Key Message:</p> <p>PT. Toms Indo Putra memproduksi berbagai jenis pengeras suara seperti <i>Subwoofer, Amplifier, Speaker</i> Aktif, dan berbagai macam jenis <i>Speaker</i> untuk memenuhi kebutuhan Otomotif dan Rumahan.</p>
<p>Tone and Manner:</p> <p>Audio, Modern, <i>Futuristic, Dynamic, Rhythmic</i> (yang penerapannya diterapkan dalam gaya layout serta warna)</p>
<p>Media Details</p> <ul style="list-style-type: none"> - <i>Company Profile</i> - <i>Lanyard</i> - <i>Id Card</i>
<p>Positioning:</p> <p>PT. Toms Indo Putra adalah perusahaan manufaktur pengeras suara yang berdiri sejak 2015, berkomitmen pada inovasi, kualitas, dan layanan. Dengan fasilitas produksi bersertifikasi ISO 9001:2015, memproduksi beragam <i>speaker</i> untuk kebutuhan otomotif dan rumahan. Didukung oleh SDM yang kompeten, PT. Toms Indo Putra hadir sebagai mitra terpercaya untuk solusi audio yang andal dan berkualitas.</p>
<p>Copywriting Requirements:</p> <ul style="list-style-type: none"> - COVER - HALAMAN JUDUL - CONTENT <p><i>Introduction, About Us, History of PT. Toms Indo Putra, Vision & Mission, Our Products, Our Facility, Our Client, Our Logo</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - CLOSING



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

dikembangkan menjadi sebuah *mindmap*. Adapun kata kunci yang didapatkan dari hasil *mindmap*, adalah Lengkungan, Frekuensi, *Speaker* dan Minimalis

Hasil pengembangan dari kata kunci yang sudah ditemukan tadi nantinya akan menjadi acuan visual serta pijakan dalam menentukan bentuk visual, gaya grafis, serta komposisi dalam *layout company profile*. Adapun kata yang menjadi acuan visual dalam perancangan *Company profile* ini adalah Lengkungan, Frekuensi, Minimalis, dan *Speaker*. Ke 4 kata tersebut merupakan *keywords* yang didapatkan setelah membuat *mindmap*.

4.1.2 Moodboard

Selanjutnya, untuk mendukung pengembangan visual di dalam desain *Company Profile* PT. Toms Indo Putra, disusun sebuah moodboard yang berfungsi sebagai acuan eksplorasi visual dan konseptual. *Moodboard* ini disusun dari kata kunci yang sudah ditemukan di dalam *mindmap* yang sudah dibuat sebelumnya. *Moodboard* yang dibuat terbagi menjadi 3 bagian tersendiri yaitu, *Reference Board*, *Inspirational Board*, dan *Concept Board*.

a. Reference Board



Gambar 4. 2 *Reference board* PT. Toms Indo Putra

Sumber: dokumen pribadi

Reference board dibuat sebagai pengumpul dari referensi-referensi desain pada sebuah perancangan. Pengumpulan referensi desain menjadi langkah yang sangat penting dalam



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

mempeleajari desain-desain yang sudah ada secara visual. *Moodboard* ini berisi mengenai elemen-elemen desain penting mencakup, *layout*, tipografi, jenis media, hingga pengolahan visualnya. Gambar-gambar yang sudah disusun dikumpulkan menjadi sebuah kolase dan ditampilkan agar dapat diamati secara objektif.

b. *Inspirational Board*



Gambar 4. 3 *Inspirational board* PT. Toms Indo Putra

Sumber: dokumen pribadi

Moodboard ini merupakan kumpulan gambar yang merepresentasikan visual yang menggambarkan suasana, tema ataupun konsep utama dari desain. Berisi gambar-gambar yang dapat mewakili visual dari beberapa kata kunci yang sudah didapatkan dari *mindmap* yang sudah dibuat, yaitu lengkungan, frekuensi, *speaker* dan minimalis.

c. *Concept Board*





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

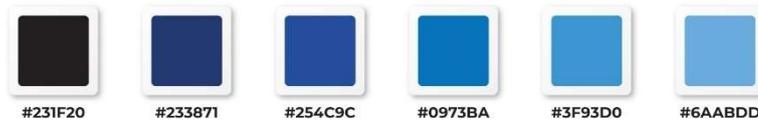
Hak Cipta :

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

Concept board disusun sebagai representasi visual dari arah konsep yang akan digunakan dalam perancangan *company profile* PT. Toms Indo Putra. *Board* ini dibuat untuk merangkum elemen-elemen utama yang mencerminkan karakter visual perusahaan, seperti warna, tipografi, bentuk grafis, dan suasana keseluruhan yang ingin disampaikan.

4.2 Proses Desain

Setelah mendapatkan *keywords* dari *mindmap* yang sudah dikembangkan menjadi *moodboard*. Warna yang dipilih dalam perancangan ini adalah warna biru dengan harmoni warna *monochromatic*. Warna-warna ini tersusun dari warna hitam, hingga ke biru muda. Warna ini dipilih karena merepresentasikan sekaligus menjadi warna yang digunakan pada logo PT. Toms Indo Putra.



Untuk memberikan kesan minimalis serta modern yang akan ditampilkan di dalam desain *company profile*, dua *font* yang dipilih untuk menjadi tipografi dalam desain ini adalah Plus Jakarta Sans dan juga Montserrat.

+ Jakarta Sans

<https://github.com/tokotype/plusjakertasans>



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

Plus: Jakarta Sans dipilih sebagai *font display* karena memiliki karakter yang bersih, geometris, dan modern. Bentuk hurufnya yang tegas namun tetap ramah secara visual memberikan kesan profesional tanpa terasa kaku. Font ini juga dikembangkan sebagai *font open-source* lokal yang sudah banyak digunakan dalam desain korporat maupun antarmuka digital. Penggunaannya pada judul, subjudul, dan elemen navigasi visual memberikan daya tarik serta mampu menciptakan hirarki visual yang kuat.

Sementara itu, Montserrat digunakan sebagai *font body text* karena memiliki proporsi huruf yang seimbang dan keterbacaan tinggi pada ukuran kecil. Desain hurufnya yang modern namun netral sangat mendukung penyajian informasi dalam jumlah banyak, seperti paragraf deskriptif dan penjelasan konten. Montserrat juga memberikan nuansa elegan yang melengkapi gaya visual keseluruhan, serta menjaga kenyamanan membaca dalam format cetak maupun digital.

4.2.1 Sketsa

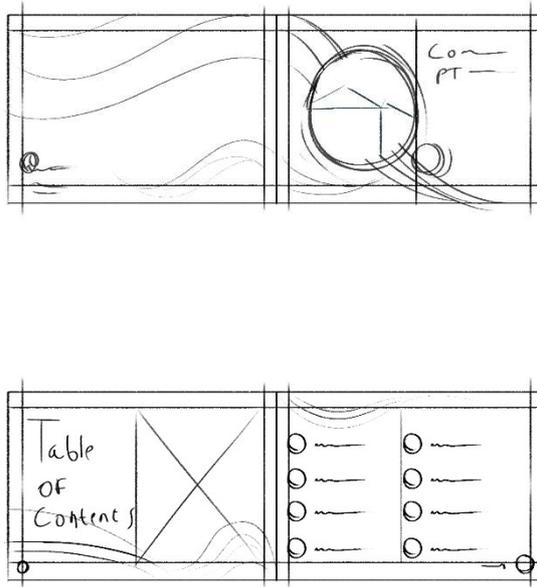
Setelah konsep visual dirumuskan melalui analisis data, pembuatan *mindmap*, dan penyusunan *moodboard*, tahap selanjutnya dalam proses perancangan adalah menuangkan ide ke dalam bentuk visual awal melalui sketsa. Sketsa ini berfungsi sebagai eksplorasi awal dalam menentukan tata letak, komposisi informasi, serta alur visual yang selaras dengan identitas PT. Toms Indo Putra. Melalui sketsa manual, perancang dapat merumuskan struktur konten yang sistematis dan memperkirakan keseimbangan elemen grafis sebelum masuk ke tahap digitalisasi desain. Pada tahap sketsa ini, dibuat 5 alternatif sketsa yang terdiri dari sketsa *cover* dan juga sketsa desain *spread*, lalu nantinya akan dipilih dan dikembangkan menjadi alternatif desain komprehensif lalu dikembangkan kembali menjadi *final artwork*.



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

Sketsa Lengkungan dan *Subwoofer*



Sketsa pertama dibuat berdasarkan elemen lengkungan dengan mengangkat tema keberlanjutan serta irama yang digambarkan melalui lengkungan yang terdapat pada bagian *back cover* sampai *cover* depan. Lengkungan ini menggambarkan gelombang frekuensi audio, lalu terdapat foto dari gedung PT ditaruh dibagian tengah kiri di dalam lingkaran yang mana lingkarang sendiri menggambarkan bentuk dari *subwoofer*, salah satu produk *automotive* audio dari PT. Toms Indo Putra. Lalu elemen-elemen tadi juga diterapkan pada sketsa *spread* khususnya elemen lengkungan yang menjadi gambaran utama dari unsur frekuensi audio. Elemen lengkungan juga memanjang dari *backcover* sampai ke *cover* depan, sehingga memberikan kesan keberlanjutan. Lalu terdapat juga elemen garis yang berulang-ulang yang juga menyimbolkan frekuensi audio yang terdapat pada *background spread pages*, maupun pada *cover*. *grid* yang digunakan pada sketsa ini adalah *column grid* dan juga *modular grid*

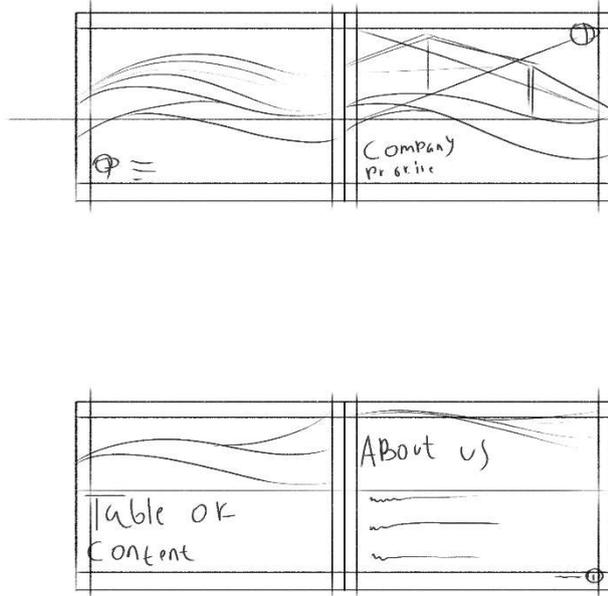


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Sketsa Lengkungan 1



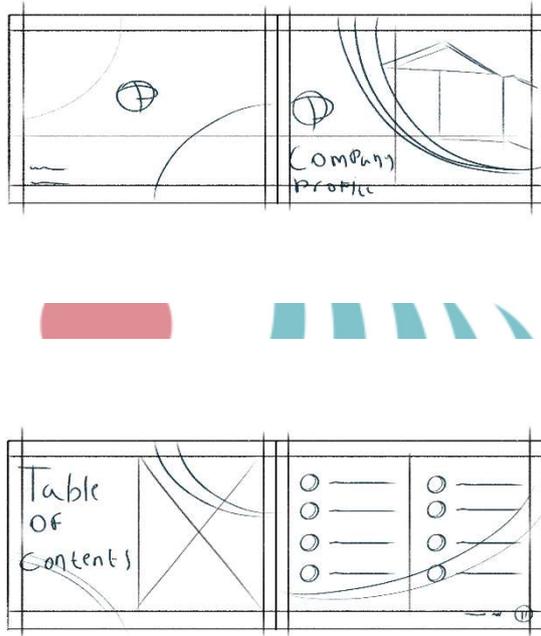
Sketsa kedua mengangkat tema Lengkungan dengan menggunakan elemen lengkungan yang sama namun dibuat lebih tegas, dan lengkungannya disini kali ini dibuat memotong *cover* memisahkan judul dan foto gedung dari PT. Untuk bagian *cover* juga menampilkan elemen lengkungan yang sama namun dengan tambahan garis berulang. Garis berulang juga terdapat pada sketsa *spread* begitupun dengan elemen garis lengkungan. *Grid* yang diaplikasikan pada sketsa ini adalah *column grid*.



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

Sketsa Lengkungan 2



Gambar 4. 12 Sketsa *Spread* Lengkungan 2

Sumber: dokumen pribadi

Pada sketsa ke 3 mengangkat tema yang diambil dari salah 1 *keywords* yaitu lengkungan. Elemen lengkungan dibuat menjadi seperempat lingkaran yang membentuk frame untuk foto gedung. Elemen lengkungan tersebut juga digunakan pada *backcover* dengan logo ditengah agar menjadi fokus dari desain yang dibuat. Elemen lengkungan yang berbentuk setengah lingkaran juga digunakan sebagai elemen *background* pada *page spread*. *Grid* yang digunakan pada sketsa ini adalah *column grid* dan juga *modular grid*.



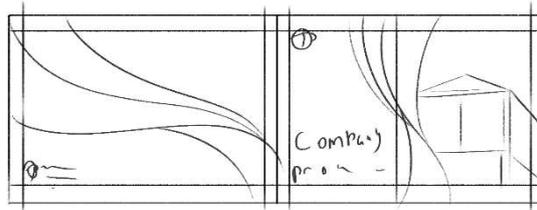
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

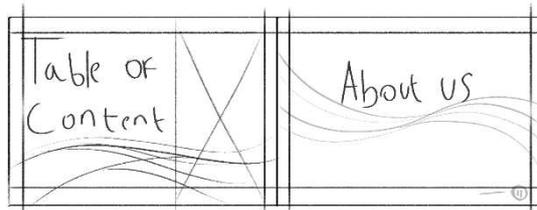
Sketsa Lengkungan Frekuensi

Pada sketsa ini tema yang diangkat merupakan frekuensi yang mana frekuensi sendiri merupakan salah satu *keyword* yang ada pada *mindmap*. Sketsa ini menggunakan elemen lengkungan yang mirip dengan elemen lengkungan yang diterapkan pada sketsa lengkungan 1 dan 2, namun pada sketsa ini elemen dibuat menjadi vertikal menjadi pemisah untuk foto dibagian kanan dan judul dibagian kiri. Lalu unsur yang sama juga diterapkan pada elemen di bagian *backcover* dengan bentuk yang horizontal. Elemen lengkungan tersebut juga diterapkan pada sketsa page spread sehingga menciptakan kesatuan tema yang dibawakan.



Gambar 4. 13 Sketsa Cover Lengkungan Frekuensi

Sumber: dokumen pribadi



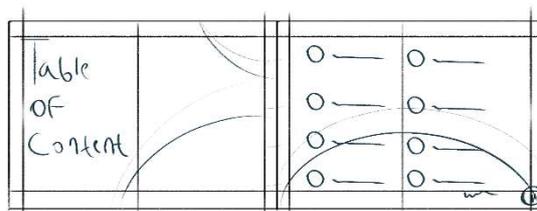
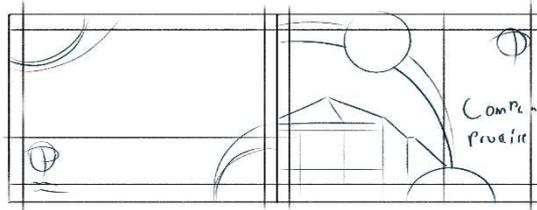


Hak Cipta :

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

Sketsa *Subwoofer*

Pada sketsa *Subwoofer* ini tema yang diangkat merupakan salah satu produk dari PT. Toms Indo Putra, yaitu *subwoofer*. selain elemen lengkungan, terdapat juga variasi elemen lingkaran yang menyimbolkan *subwoofer* sebagai produk utama dari PT. Toms Indo Putra. Elemen setengah lingkaran tersebut juga digunakan pada *backcover* supaya senada. Elemen lengkungan dan juga lingkaran tadi diterapkan pada *page spread* sebagai elemen *background*. *Grid* yang dipakai pada alternatif sketsa ini adalah *column grid* dan juga *modular grid*.



4.2.2 Desain Komprehensif

Setelah sketsa dengan 5 alternatif sudah dibuat, langkah selanjutnya yang dilakukan adalah mengembangkannya menjadi 3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

alternatif desain komprehensif yang meliputi *cover*, *backcover* dan juga *spread pages*. Pada desain *spread*, *pages* dibagi menjadi dua, yaitu desain untuk page sub-bab dan juga page untuk informasi yang disampaikan. Ketiga sketsa terpilih dianggap paling representatif dalam merepresentasikan gaya visual modern dan minimalis yang menjadi karakter utama company profile PT. Toms Indo Putra. Secara komposisi, ketiganya memiliki susunan *layout* yang kuat, ritme visual yang seimbang antara elemen gambar dan teks, serta mendukung alur informasi yang runut dan mudah dipahami.

Desain 1



Desain pertama yang dibuat adalah pengembangan dari sketsa pertama, dengan elemen lengkungan yang dibuat melengkung dari *backcover* hingga ke depan *cover*, melambangkan keberlanjutan dan menyimbolkan irama atau frekuensi yang dihasilkan dari suara, ditambah elemen garis berulang yang selain merepresentasikan frekuensi juga merepresentasikan garis yang biasanya ada pada not



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

musik. Foto dari produk diberi frame dari lingkaran yang memberikan penekanan fokus pada foto, hal ini juga dibantu oleh lengkungan yang mengarah ke arah foto gedung. Pada *back cover* juga terdapat logo, dan alamat dari PT. Toms Indo Putra, sementara di depan terdapat logo dan juga judul. Penerapan teori desain pada alternatif ini terdapat pada penggunaan gambar yang langsung memberikan informasi mengenai produk dari PT. Toms Indo Putra, warna yang digunakan pada elemen lengkunganpun menggunakan warna turunan dari *monochromatic* biru yang memberikan kesan yang profesional dan integritas perusahaan, lalu penerapan margin dengan ukuran 25mm pada setiap sisi, lalu terdapat keseimbangan yang diterapkan dalam penempatan foto dan teks pada *cover*, prinsip irama juga diterapkan agar memberikan alur baca yang jelas.

Lalu pada desain *spread* yang sudah dibuat, desain sub-bab, mengikuti desain yang mirip pada *cover* dengan elemen lengkungan yang muncul dari sisi kiri, dan juga terdapat elemen garis frekuensi yang ada pada bagian tengah dan atas ditambah dengan judul. Untuk *page* yang berisi informasi. Penerapan *grid* sangat jelas terdapat pada *table of contents*, yang mana terdapat *column grid* yang diciptakan agar keterbacaan dan ruang baca tidak menjadi sempit.

Desain 2

Desain yang dibuat adalah desain yang dibuat berdasarkan dari sketsa alternatif 2. Pada desain ini lengkungan dibuat menjadi 1 bagian saja, dari *backcover* dan juga pada bagian depan *cover* yang menjadi pemisah antara foto gedung dan juga judul. Selain itu seperti desain komprehensif pertama, terdapat juga elemen garis berulang yang ditempatkan baik pada *backcover* maupun *cover* utama.

Untuk desain dari *spread* yang dibuat, bagian desain sub-bab dibuat simpel menampilkan foto gedung dengan *background gradient* dan juga garis berulang, ditambah dengan judul. Untuk *page* yang



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

berisikan tentang informasi, pada bagian elemen *background* terdapat garis berulang sebagai elemennya.

Penerapan teori desain yang paling jelas diterapkan disini adalah keseimbangan pada *cover* dan *back cover*, yang mana keduanya menggunakan keseimbangan simetris secara horizontal dengan elemen lengkungan di tengah. Selain itu penggunaan warna masih tetap sama seperti sebelumnya. Kesatuan juga tentunya diterapkan pada setiap elemen yang ada, baik dari penggunaan warna, dan *font* yang digunakan pada alternatif ini.



Gambar 4. 19 Desain komprehensif *Spread 2*

Sumber: dokumen pribadi



© 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

Desain 3

Pada desain ketiga, sesuai dengan sketsa alternatif 3, kali ini lengkungan dibuat menjadi seperempat lingkaran yang menjadi frame untuk bagian foto gedung, serta elemen-elemen lain yang terdapat pada *back cover*. Pada elemen *back cover* juga logo ditempatkan di tengah dengan elemen garis seperti sebuah *subwoofer* yang berada ditengah.



Untuk desain spread, elemen lengkungan juga digunakan pada desain page sub-bab dan juga elemen garis berulang berbentuk lingkaran agar senada dengan bagian *cover*. Terdapat juga foto gedung dengan *overlay gradient* sehingga tetap menampilkan visual dari PT. Toms Indo Putra. Untuk bagian page informasi, elemen garis berulang dengan bentuk setengah lingkaran ditempatkan pada bagian bawah sebagai elemen background. Teori desain yang diterapkan pada desain ini keseimbangan yang diterapkan baik pada *cover* maupun *spread*



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 simetris, lalu juga kesatuan setiap elemen yang digunakan, serta irama yang membuat alur baca menjadi jelas.

4.2.3 Desain Terpilih

Setelah memilih desain komprehensif pertama untuk dijadikan *Final Artwork* (FAW) dengan alasan pertimbangan visual, keterbacaan, kekuatan komposisi, serta sejauh mana desain tersebut mampu menyampaikan identitas perusahaan secara efektif dan konsisten dengan konsep awal. Desain terpilih tadi akan dikembangkan menjadi *Company profile* PT. Toms Indo Putra yang disusun dalam format cetak berjumlah 24 halaman (tidak termasuk *back cover*) dengan pendekatan desain yang mengedepankan visual modern, minimalis, dan profesional. Serta penerapan Kesatuan (*Unity*) pada setiap elemen yang digunakan pada desain ini, dan struktur halaman dirancang secara sistematis menggunakan *grid* serta margin dan prinsip irama agar memudahkan alur baca dan menyampaikan informasi secara efektif. Berikut merupakan struktur FAW:

1. Cover. dan Back cover





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2. Preliminaries (Sampul Pembuka).



Gambar 4. 24 Sampul pembuka

Sumber: dokumen pribadi

3. Table Of Contents.

Table of Contents	2 Table of Contents	9 Core Values	20 Our Clients
	4 Introduction	10 Service Excellence	21 Our Logo
	5 About Us	12 Certification	22 Future Vision
	6 History	13 Training Activities	
	7 Timeline	14 Our Product	
	8 Vision & Mission	18 Production Facility	

Gambar 4. 25 Table of Contents

Sumber: dokumen pribadi

4. Introduction dan About Us

Introduction

Sebagai orang yang telah berpindah dan tumbuh bersama PT. Toms Indo Putra selama bertahun-tahun, saya bangga sebagai bagian dari tim yang terus berkembang dan berprestasi. Kami adalah tim yang berdedikasi, berenergi dan berambisi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan kami. Kami adalah tim yang berdedikasi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan kami. Kami adalah tim yang berdedikasi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan kami.

Saya mengucapkan terima kasih atas perhatian dan kerendahan yang telah diberikan kepada PT. Toms Indo Putra selama ini. Semoga melalui kerjasama yang baik ini, kita dapat membangun kemitraan yang kuat dan saling menguntungkan.

Bachliar Mahaputra
General Manager of PT. Toms Indo Putra

About Us

Sejak didirikan pada tahun 2014, PT. Toms Indo Putra berupaya meningkatkan kualitas dan layanan untuk mendapatkan prestasi yang terus menerus. Kami terus berinovasi dan berprestasi dengan menghadirkan solusi terbaik bagi pelanggan kami. Kami adalah tim yang berdedikasi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan kami. Kami adalah tim yang berdedikasi untuk memberikan solusi terbaik bagi pelanggan kami.

Gambar 4. 26 Introductions & About Us

Sumber: dokumen pribadi



5. History dan Timeline



Gambar 4. 27 History & Timeline

Sumber: dokumen pribadi

6. Visi misi dan Values



Gambar 4. 28 Visi misi & Values

Sumber: dokumen pribadi

7. Service Excellence



Gambar 4. 29 Service Excellence

Sumber: dokumen pribadi

- 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

8. Certification dan News



Gambar 4. 30 Certification & News

Sumber: dokumen pribadi

9. Products



Gambar 4. 31 Products

Sumber: dokumen pribadi

10. Facility



Gambar 4. 32 Facility

Sumber: dokumen pribadi

- 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

11. Brand dan Logo



Gambar 4. 33 Brand and Logo

Sumber: dokumen pribadi

12. Future Vision dan Tagline



Gambar 4. 34 Future vision and tagline

Sumber: dokumen pribadi

13. Postliminaries



Gambar 4. 35 Contact

Sumber: dokumen pribadi



4.2.4 Penerapan Teori Desain

Dalam proses digitalisasi desain Dalam proses digitalisasi, seluruh elemen visual yang telah dikembangkan sebelumnya disusun dengan mengacu pada prinsip-prinsip dasar desain grafis. Prinsip-prinsip ini digunakan sebagai landasan untuk membangun komposisi yang tidak hanya estetis, tetapi juga fungsional dan komunikatif dalam menyampaikan komunikasi perusahaan.



Gambar 4. 36 FAW beberapa *pages company profile* PT. Toms Indo Putra

1. Komposisi (*Composisiton*)

Penerapan komposisi dalam perancangan desain *compay profile* ini dapat dilihat dari keseluruhan elemen desain yang disusun selaras dengan menggunakan *grid column* dan juga *grid modular* yang memberikan kesan yang harmonis dan terstruktur. Komposisi ini juga dapat melengkapi tujuan dari perancangan desain ini yaitu mengkomunikasikan informasi yang informatif dan representatif kepada *audience*.

2. Keseimbangan (*Balance*)

Penerapan keseimbangan pada perancangan desain ini diterapkan pada setiap *spread* dan halaman, keseimbangan yang digunakan

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



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

adalah keseimbangan simetris dan juga keseimbangan asimetris. Penggunaan kedua keseimbangan ini memberikan kesan nyaman untuk visual yang dihadirkan.

3. Irama (*Rhythm*)

Prinsip irama dapat terlihat dari penempatan elemen-elemen serta proporsi ukuran setiap elemen desain maupun teks yang ada pada setiap spread dan juga halaman. Penggunaan warna yang berbeda pada teks pun membantu fokus pembaca agar informasi yang dimuat dapat tersampaikan secara informatif dan komunikatif.

4. Proporsi (*Proportion*)

Penerapan prinsip proporsi dapat dilihat dari ukuran pada setiap elemen desain dan juga teks yang ada pada setiap halaman. Ukuran teks disesuaikan dengan hierarki yang ingin diterapkan. Hal ini bertujuan agar mata pembaca bisa terfokus secara natural.

5. Kesatuan (*Unity*)

Prinsip kesatuan diterapkan pada penggunaan warna, font baik dari ukuran maupun *font* yang dipilih. Penggunaan elemen desain yang terdapat pada *background* juga menerapkan prinsip kesatuan dengan berdasarkan tema utama yang diangkat pada desain terpilih.

4.2.5 *Testing*

Untuk mengukur efektivitas media *company profile* yang telah dirancang, dilakukan pengujian melalui metode wawancara langsung terhadap sepuluh responden dari latar belakang profesi dan demografi yang beragam. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memperoleh umpan balik mengenai kualitas visual, penyampaian informasi, serta persepsi audiens terhadap citra perusahaan melalui media yang disajikan. Dari total sepuluh responden:

1. lima orang merupakan kalangan profesional berusia 40 tahun keatas, terdiri dari satu mekanik mobil, dua wiraswasta, dan dua pengusaha



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

yang memiliki pengalaman langsung dengan produk audio maupun sektor industri terkait.

2. 5 Responden lainnya berasal dari kalangan mahasiswa dan karyawan umum, dengan usia rata-rata 21-25 tahun, yang merepresentasikan segmen audiens digital dan umum.

Secara umum, mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap desain yang ditampilkan. Beberapa aspek yang dinilai berhasil (*what works*) antara lain adalah tampilan visual yang profesional dan konsisten, penggunaan warna biru yang merepresentasikan kepercayaan dan profesionalitas, serta struktur informasi yang runut dan mudah dipahami. Halaman produk dan fasilitas juga dinilai menjadi bagian yang paling menarik karena mampu menunjukkan kekuatan utama perusahaan, sementara identitas visual seperti logo, bentuk grafis, dan pilihan tipografi dianggap konsisten dan mencerminkan karakter industri audio yang kuat.

Meskipun demikian, terdapat beberapa catatan masukan (*what doesn't work*) yang dapat dijadikan bahan pengembangan. Beberapa responden menyampaikan bahwa akan lebih baik jika *company profile* ini dilengkapi dengan testimoni dari klien atau pengguna, guna memperkuat kredibilitas perusahaan. Selain itu, visualisasi produk dalam konteks nyata seperti instalasi pada mobil atau ruangan dinilai dapat membantu pembaca memahami penerapan produk secara langsung. Terakhir, responden juga menyarankan penambahan *QR Code* sebagai akses cepat menuju katalog digital atau halaman produk untuk memperkuat integrasi antara media cetak dan digital.

Tabel 4. 1 Matriks hasil testing

Kategori	Temuan	Rencana Revisi
<i>What Works</i>	Visual desain terlihat profesional dan konsisten.	Dipertahankan sebagai arah visual utama.



© 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

	Informasi tersusun runtut dan mudah dipahami.	Tetap menggunakan struktur layout modular.
	Penggunaan warna biru dan tipografi sans-serif mendukung kesan profesional dan modern.	Diteruskan dan dikembangkan konsistensinya dalam semua halaman.
	Halaman produk dan fasilitas dinilai menarik serta menonjol.	Dapat dipertahankan sebagai kekuatan visual utama.
	Identitas visual dinilai kuat dan sesuai dengan karakter industri.	Dipertahankan dan digunakan dalam media turunan lainnya.
<i>What Doesn't Works</i>	Tidak terdapat testimoni pengguna atau klien.	Tambahkan kutipan singkat atau testimoni dari mitra/klien strategis.
	Produk belum divisualisasikan dalam konteks nyata (misal: terpasang di mobil/ruangan).	Tambahkan dokumentasi atau mockup produk dalam konteks penggunaan nyata.
	Belum ada fitur interaktif seperti <i>QR Code</i> untuk mengakses katalog digital.	Tambahkan <i>QR Code</i> yang mengarah ke katalog <i>online</i> atau situs resmi perusahaan.

4.3 Media Pendukung

. Sebagai pelengkap dari media utama berupa *company profile*, perancangan media pendukung bertujuan untuk memperkuat identitas visual perusahaan secara konsisten dalam konteks penggunaan internal maupun eksternal. Seluruh elemen media pendukung dirancang dengan pendekatan visual yang merujuk pada sistem identitas perusahaan, baik dari segi warna, tipografi,



© 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

maupun elemen grafis yang digunakan pada *company profile* utama. Berikut adalah media pendukung yang dirancang:

1. Lanyard

Lanyard dirancang sebagai bagian dari identitas visual yang digunakan oleh staf atau tamu saat menghadiri kegiatan resmi seperti pameran, *meeting* dengan klien, atau kunjungan ke fasilitas produksi. *Lanyard* menggunakan warna biru utama, menampilkan logo PT. Toms Indo Putra secara berulang di sepanjang tali, serta bentuk grafis lengkungan sebagai penguat karakter visual yang konsisten dengan *company profile*. Material yang disarankan adalah *polyester woven* sublimasi untuk daya tahan dan kualitas cetak tinggi.





© 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 satu 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. Id Card



Id card dirancang dalam ukuran standar vertikal (9 x 5,5 cm), dengan layout yang mengedepankan kesederhanaan, keterbacaan, dan profesionalitas. Tampilan depan berisi nama, posisi, dan logo perusahaan, sementara bagian belakang menampilkan elemen kontak dan kode QR (opsional). Warna dan font mengikuti identitas visual utama: Plus Jakarta Sans dan Montserrat, dengan latar belakang biru dan elemen garis lengkung sebagai aksent visual.

3. Mockup





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



Mockup company profile disusun sebagai simulasi presentasi visual untuk memvisualisasikan tampilan akhir media cetak yang telah dirancang. *Mockup* ini digunakan sebagai media promosi digital (presentasi, website, dan sosial media) agar pihak eksternal seperti mitra bisnis dan calon *investor* dapat melihat kualitas dan gaya penyajian *company profile* tanpa harus melihat versi fisik

4.4 Pertimbangan Produksi

Agar hasil perancangan *company profile* dapat direalisasikan secara optimal dalam bentuk cetak maupun digital, beberapa pertimbangan produksi telah dirancang untuk memastikan kualitas hasil akhir sesuai dengan tujuan desain. Media utama berupa *company profile* direncanakan dicetak dalam format B5 (*landscape*) menggunakan kertas *Art Paper* 120gsm untuk isi, dan *Art Carton* 260 gsm untuk *cover*. Untuk menambah kesan profesional dan elegan, bagian *cover* menggunakan *finishing* laminasi *doff* dan *spot uv* untuk logo dan *cover*, yang juga berfungsi melindungi permukaan dari goresan ringan.

Proses cetak menggunakan metode *offset printing* untuk hasil yang stabil dan efisien dalam jumlah besar. Selain itu, tersedia versi digital dalam format PDF interaktif yang dapat dibagikan melalui email atau platform digital sebagai media presentasi yang lebih fleksibel. Untuk estimasi biayanya bersumber dari salah satu percetakan di Bekasi, estimasi biaya cetak sebanyak 250pcs dijelaskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:



Tabel 4. 2 Estimasi Biaya Cetak

Komponen Produksi	Spesifikasi	Estimasi Harga Per-Pcs
Cetak isi 24 Halaman	<i>Art Paper</i> 120gsm	Rp 50.000
Cetak <i>cover</i>	<i>Art Carton</i> 260gsm	Rp 10.000
Finishing <i>Cover</i>	Laminasi <i>Doff</i>	Sudah Termasuk
Jilid	Lem Panas	Rp 6.000
Biaya <i>prepress/handling</i>	<i>Output, Trimming, Plate</i> dan <i>File Setup</i>	Rp 5000
Spot UV	Logo dan Foto pada <i>cover</i>	Rp 3000
Total		Rp 74.000

Untuk media pendukung berupa *lanyard*, material yang digunakan adalah *polyester woven printing*, karena memiliki daya tahan tinggi dan nyaman digunakan. Teknik pencetakan menggunakan metode sublimasi, yang memungkinkan warna dan logo tercetak tajam dan tahan lama. Ukuran lanyard disesuaikan dengan standar umum 2 cm x 90 cm, dengan tambahan *buckle hook* agar dapat dilepas pasang dengan mudah.

Dengan mempertimbangkan aspek material, teknik produksi, dan daya tahan media, perancangan ini dirancang agar tidak hanya menarik secara visual tetapi juga layak untuk direalisasikan secara praktis dan efisien.

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