



© 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

**LAPORAN TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* UNTUK GEOMEDIA GROUP
SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

Oleh:
KALILA FAJARANI RIZALDY
2106421103

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2025**



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR

LEMBAR PERSETUJUAN

SIDANG TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Company Profile* Untuk Geomedia Group
Sebagai Media Promosi
Penulis : Kalila Fajarani Rizaldy
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

Penulisan laporan Tugas Akhir ini, dilakukan melalui proses bimbingan dan telah layak untuk mengikuti Ujian Tugas Akhir.

Depok, 2 Juni 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

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

Dosen Pembimbing II

Drs. Djony Herfan, M.I.Kom.
NIP 22992014110319631213



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* UNTUK GEOMEDIA GROUP SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

KALILA FAJARANI RIZALDY
2106421103

Disahkan:
Depok, 16 Juli 2025

Penguji I

Wanda Kusuma Putri S.Sn
NIP. 520000000000000324

Penguji II

Maria septian riasanti mola M.I.Kom
NIP.199209232022032012

Kepala Program Studi

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

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Penerbitan



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



Hak Cipta :

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Saya yang bertandatangan dibawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* GEOMEDIA GROUP SEBAGAI MEDIA PROMOSI

adalah karya saya.

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

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

Depok, 2 Juni 2025

Yang menyatakan,



Kalila Fajarani Rizaldy

2106421103



Hak Cipta :

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

PRAKATA

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang berjudul “PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* GEOMEDIA GROUP SEBAGAI MEDIA PROMOSI”. Penulisan tugas akhir ini dibuat sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Terapan Desain Grafis dari Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta. Dalam pelaksanaan penulisan laporan tugas akhir ini dapat diselesaikan berkat dukungan, bimbingan, dan doa yang diberikan oleh berbagai pihak. Penulis merasa sangat berterima kasih atas segala bantuan yang telah penulis terima, baik berupa saran, motivasi, serta bantuan teknis yang sangat berarti dalam penyusunan laporan ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal,S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. S.Ds.,M.Ds. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta;
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds.,M.Ds selaku Ketua Program Studi Desain Grafis;
4. Bapak Andriyanto, S.E., M.Kom. selaku pembimbing akademik sekaligus dosen pembimbing materi selama perancangan laporan tugas akhir, atas bimbingan dan arahnya selama proses perkuliahan;
5. Bapak Drs. Djony Herfan, M.I.Kom sebagai dosen pembimbing teknis dari jurusan yang telah membantu dalam bimbingan dan arahan laporan penelitian.
6. Terima kasih juga untuk kedua orang tua memberi banyak dukungan dan bantuan dalam bentuk ilmu dan harta sehingga dapat mencari ilmu di kampus Politeknik Negeri Jakarta;
7. Zahra Rochmainah Rizaldy sebagai keluarga yang telah memberi banyak dukungan dan bantuannya, termasuk saat penulis sedang menyusun proposal penelitian;



© 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

8. Teuku Ryan Rahardian Syah yang telah menemani proses sampai dititik ini, atas doa, dukungan yang tiada henti, dan menasihati untuk menjadi diri yang lebih baik lagi;
9. Puspa Arie Kusri, Daffa Ghaly, Leonardo Simanjuntak, Sahrul Nazzah, Laode Muhammad Ariq yang telah berjuang dan berproses bersama;
10. Warga-wargi swadaya yang sudah berprogres bersama pada semester akhir ini, memulai tugas akhir bersama dan menyelesaikan bersama, sukses terus untuk semua warga swadaya;
11. Geomedia Group dan Mas Ade Rahmat Boediman yang telah memberikan kepercayaan *project* ini kepada saya.
12. Semua pihak yang terlibat dan membantu dalam penulisan ini yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu namanya, terimakasih untuk bantuan tenaga, semangat, dan motivasi yang telah kalian berikan hingga penulisan laporan penelitian ini dapat diselesaikan.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki beberapa kekurangan, baik dari segi isi maupun penyajiannya. Oleh karena itu, saya sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk memperbaiki dan menyempurnakan penelitian ini di masa mendatang. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat yang berarti bagi para pembaca dan menjadi kontribusi yang positif di bidang terkait. Terima kasih.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Jakarta, 2 Juni 2025

Kalila Fajarani Rizaldy
2106421103



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Di tengah kompetisi industri kreatif yang semakin dinamis, membangun citra profesional menjadi kebutuhan esensial bagi setiap perusahaan. Salah satu media strategis untuk mencapai tujuan tersebut adalah *company profile*, yang tidak hanya menampilkan identitas perusahaan, tetapi juga merepresentasikan nilai visi&misi, dan kompetensinya secara visual dan informatif. Geomedia Group berada pada posisi yang menuntut penyampaian citra lebih kuat dan profesional guna menjangkau peluang kerja sama yang lebih luas. Oleh karena itu, dibutuhkan media yang dapat memperkenalkan perusahaan secara komprehensif dan menarik.

Namun, Geomedia Group sebuah *production house* yang bergerak di bidang media dan konten digital belum memiliki media promosi yang mampu merepresentasikan identitasnya secara utuh. Saat ini, perusahaan hanya mengandalkan media kit yang terbatas dalam menyampaikan informasi penting kepada mitra dan calon klien. Sebagai solusinya, dirancanglah *company profile* dalam bentuk buku, yang menggabungkan pendekatan visual modern, narasi komunikatif, dan elemen desain yang representatif. Dengan *company profile* ini, Geomedia Group tidak hanya memperbaiki strategi komunikasinya, tetapi juga memperluas eksistensinya sebagai mitra kreatif yang inovatif dan terpercaya di ranah industri media digital.

Kata Kunci: Profil Perusahaan, Media Promosi, Desain Grafis

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

ABSTRACT

Amid the increasingly dynamic competition in the creative industry, building a professional image has become an essential need for every company. One of the strategic tools to achieve this goal is a company profile, which not only presents the company's identity but also visually and informatively represents its values, vision & mission, and competencies. Geomedia Group is currently in a position that demands a stronger and more professional image to seize broader collaboration opportunities. Therefore, a medium that can introduce the company comprehensively and attractively is necessary.

However, Geomedia Group — a production house engaged in media and digital content — has yet to possess a promotional medium that fully represents its identity. At present, the company relies solely on a media kit, which is limited in conveying essential information to partners and prospective clients. As a solution, a company profile in the form of a book has been designed, combining a modern visual approach, communicative narrative, and representative design elements. Through this company profile, Geomedia Group not only enhances its communication strategy but also expands its presence as an innovative and reliable creative partner in the digital media industry.

Keyword: *Company profile, Promotional Media, Graphic Design*

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
PRAKATA.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	6
2.1. Media Promosi	6
2.2 Company Profile	7
2.2.1 Fungsi Company Profile	8
2.3 Teori Desain Grafis Dalam <i>Company Profile</i>	9
2.3.1 Layout	9
2.3.1.1 Fungsi Layout	10
2.3.1.2 Prinsip Layout	10



© 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

2.3.1.3 Jenis Layout	11
2.3.2 Elemen	14
2.3.2.1 Elemen Layout	14
2.3.2.2 Elemen Margin	15
2.3.2.3 Elemen Grid	16
2.3.2.4 Elemen Teks	20
2.3.2.5 Elemen Gambar	25
2.3.2.6 Tipografi	26
2.3.2.7 Warna	31
2.5 Proses Perancangan	35
BAB III METODE PERANCANGAN	37
3.1 Metode Riset Desain	37
3.1.1 Emphatize	37
3.1.2 Define	38
3.1.3 Ideate	38
3.1.4 Prototype	39
3.1.5 Test	39
3.2 Metode Pengumpulan Data (<i>Emphatize</i>)	39
3.3 Data dan Analisis	40
3.3.1 Profile Klien	40
3.3.2 Product Knowledge	44
3.3.3 Kompetitor	46
3.3.4 Costumer Insight	47
3.3.5 Analisis SWOT	49
3.3.6 Analisis STP	52



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.4 Creative Brief	53
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	56
4.1 Ideate	56
4.1.1 Mind Map	56
4.1.2 Moodboard	57
4.2 Proses Desain	59
4.2.1 Sketsa Imposisi	59
4.2.2 Sketsa Manual	59
4.2.3 Desain Komprehensif	64
4.2.4 Desain Terpilih	68
4.2.5 Prototype	73
4.2.6 Testing	74
4.3 Final Artwork	75
4.3 Media Turunan	76
4.4 Pertimbangan Produksi	78
BAB V PENUTUP	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81
DAFTAR PUSTAKA	83
LAMPIRAN	88



Hak Cipta :

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Media Promosi	6
Gambar 2.2 Contoh <i>Company Profile</i>	7
Gambar 2.3 Contoh <i>Mondrian Layout</i>	11
Gambar 2.4 Contoh <i>Axial Layout</i>	12
Gambar 2.5 Contoh <i>Picture Window Layout</i>	12
Gambar 2.6 Contoh <i>Big Type Layout</i>	13
Gambar 2.7 Contoh <i>Circus Layout</i>	13
Gambar 2.8 Contoh <i>Copy Heavy Layout</i>	14
Gambar 2.9 Contoh <i>Layout Majalah</i>	15
Gambar 2.10 Contoh Letak <i>Top Margin</i>	15
Gambar 2.11 Contoh Letak <i>Bottom Margin</i>	15
Gambar 2.12 Contoh Letak <i>Left Margin</i>	16
Gambar 2.13 Contoh Letak <i>Right Margin</i>	16
Gambar 2.14 Contoh <i>Manuscript Grid</i>	17
Gambar 2.15 Contoh <i>Column Grid</i>	18
Gambar 2.16 Contoh <i>Modular Grid</i>	18
Gambar 2.17 Contoh <i>Hierarchical Grid</i>	19
Gambar 2.18 Contoh <i>Baseline Grid</i>	19
Gambar 2.19 Contoh <i>Headline</i>	20
Gambar 2.20 Contoh <i>Deck</i>	20
Gambar 2.21 Contoh <i>Subhead</i>	21
Gambar 2.22 Contoh <i>Bodytext</i>	21
Gambar 2.23 Contoh <i>Byline</i>	22
Gambar 2.24 Contoh <i>Caption</i>	22
Gambar 2.25 Contoh <i>Pull Quote</i>	23
Gambar 2.26 Contoh <i>Sidebar</i>	23
Gambar 2.27 Contoh <i>Initial Caps</i>	24
Gambar 2.28 Contoh <i>Folio</i>	24
Gambar 2.29 Contoh <i>Art</i>	25



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 2.30 Contoh <i>Infographic</i>	25
Gambar 2.31 Contoh <i>Line</i>	26
Gambar 2.32 Contoh <i>Bullet</i>	26
Gambar 2.33 Klasifikasi Huruf.....	28
Gambar 2.34 Huruf <i>Serif</i>	29
Gambar 2.35 Huruf <i>Sans Serif</i>	29
Gambar 2.36 Huruf <i>Script</i>	30
Gambar 2.37 Huruf <i>Decorative</i> atau <i>Digital</i>	31
Gambar 2.38 Warna <i>Primer</i>	32
Gambar 2.39 Warna Sekunder	33
Gambar 2.40 Warna Tersier	33
Gambar 2.41 Warna Hangat dan Warna Dingin	34
Gambar 2.42 Warna Netral	34
Gambar 3.1 Metode Riset Desain	37
Gambar 3.2 Logo Geomedia Group	40
Gambar 3.3 Struktur Organisasi.....	42
Gambar 3.4 Logo GeoLive (Kanal Geomedia Group).....	42
Gambar 3.5 GeoTimes (Kanal Geomedia Group)	42
Gambar 3.6 Logo Telkomsel (Klien Geomedia Group)	43
Gambar 3.7 Logo Poliklinik (Klien Geomedia Group)	43
Gambar 3.8 Logo Cokro TV (Klien Geomedia Group).....	43
Gambar 3.9 Logo #Rawpinions (Klien Geomedia Group)	44
Gambar 3.10 Logo KUY Entertainment	46
Gambar 3.11 Logo HAS Creative.....	47
Gambar 4.1 <i>Mind Map</i>	57
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	58
Gambar 4.3 Sketsa Imposisi.....	59
Gambar 4.4 Sketsa Alternatif 1	60
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif 2	61
Gambar 4.6 Desain Alternatif 3	62
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif 4.....	63



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.8 Sketsa Alternatif 5	64
Gambar 4.9 Digitalisasi " <i>Futuristic Circuit</i> "	65
Gambar 4.10 Digitalisasi " <i>Structured Innovation</i> "	66
Gambar 4.11 Digitalisasi " <i>Corporate Connectivity</i> "	67
Gambar 4.12 Desain Terpilih	69
Gambar 4.13 <i>Emphasis</i> dan <i>Sequence</i>	69





Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Matriks <i>SWOT</i>	50
Tabel 3.2 <i>Creative Brief</i>	53
Tabel 4.1 Key Visual	57





© 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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Materi)	88
Lampiran 2: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Teknis).....	89
Lampiran 3: Transkrip Wawancara.....	90
Lampiran 4: Transkrip Wawancara.....	93
Lampiran 5: Transkrip Wawancara.....	94
Lampiran 6: Transkrip Wawancara.....	96
Lampiran 7: Transkrip Wawancara.....	98
Lampiran 8: Dokumentasi Testing.....	99
Lampiran 9: Hasil Cek Plagiarisme.....	100
Lampiran 10: Curriculum Vitae.....	106
Lampiran 11: Riwayat Hidup.....	108

**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 I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam lanskap bisnis yang semakin kompetitif, kemampuan sebuah perusahaan untuk memproyeksikan citra yang kuat dan kredibel menjadi faktor penentu keberhasilan. Salah satu instrumen fundamental untuk mencapai tujuan ini adalah *company profile*, yang berfungsi sebagai media promosi strategis untuk menyajikan informasi detail mengenai profil serta jasa layanan yang ditawarkan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan calon klien (Ningsih & Oemar, 2021). Citra positif tidak hanya meningkatkan brand awareness, tetapi juga memfasilitasi legitimasi operasional perusahaan di ranah kompetitif, baik dalam sektor produk maupun jasa (Le dkk., 2024).

Proses pembentukan citra korporat bersifat dinamis, dipengaruhi oleh interaksi antara eksposur informasi perusahaan dan pengalaman subjektif publik. Hasil penelitian mengonfirmasi bahwa transparansi komunikasi menjadi pilar utama dalam menciptakan persepsi positif, di mana akurasi dan keterbukaan informasi berkorelasi signifikan dengan tingkat kepercayaan (Rim dkk., 2024). Temuan ini sejalan dengan argumen Marcia & Messner, bahwa integritas dalam penyampaian data perusahaan merupakan strategi esensial untuk meminimalisasi *information asymmetry* dan mengukuhkan reputasi (Fahri, 2017).

Pembangunan citra positif perusahaan memerlukan media komunikasi yang mampu menyajikan informasi akurat sekaligus memproyeksikan kredibilitas institusi. Menurut Sri Wahyuni, Afina, dan Ellen, *company profile* merupakan alat promosi strategis yang memaparkan informasi mendetail tentang perusahaan, dirancang untuk memperkenalkan identitas, visi, dan kapabilitas bisnis kepada profesional yang menyajikan data kredibel untuk membangun kepercayaan dan menarik kolaborasi (Wahyuni dkk., 2017). Adanya *company profile* sebagai media promosi bertujuan untuk *branding*, *branding* dapat ditampilkan atau menonjolkan keunggulan yang dimiliki suatu merek atau *brand*, serta ciri khas yang bisa menjadi kekuatan agar konsumen lebih memilih *brand* tersebut dibandingkan brand lainnya



© 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

(Christopher Bryan dkk., 2017). *Branding* yang efektif tidak hanya meningkatkan kesadaran konsumen, tetapi juga membangun kepercayaan dan loyalitas terhadap merek. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk menciptakan *company profile* yang menarik dan informatif, sehingga dapat menarik perhatian dan minat dari calon konsumen serta mitra bisnis potensial.

Geomedia Group adalah bagian dari PT Indonesia Milik Kita yang bergerak di bidang media dan industri kreatif, yang didirikan pada tahun 2014. Perusahaan ini dikenal atas produksi konten kreatif yang berkualitas untuk berbagai keperluan media, seperti desain dan video. Sebagai *production house*, Geomedia Group memegang peran penting dalam industri kreatif dengan menghadirkan solusi visual yang menarik dan inovatif bagi klien mereka. Geomedia Group memiliki berbagai klien diantaranya, Cokro Tv, Nalar Tv, Forbidden Question, dan masih banyak lagi.

Saat ini, Geomedia Group hanya menggunakan *media kit* sebagai alat promosi, *media kit* adalah adalah paket informasi yang membantu jurnalis dan media lainnya memahami dan menangani perusahaan, produk, atau layanan. *Media kit* merupakan portofolio informatif yang memuat profil bisnis, produk, atau acara tertentu, dirancang khusus untuk memandu jurnalis dalam peliputan terutama saat peluncuran produk atau event penting. *Media kit* mencakup rilis media, fakta inti perusahaan, latar belakang informasi, artikel nonformal, profil narasumber, hingga materi pendukung seperti brosur, laporan tahunan, kliping media, dan merchandise promosi (*bolpoin*, *t-shirt*, dll). Fungsinya sebagai "*toolkit* jurnalistik" yang menyajikan data lengkap dalam satu paket terpadu (Johnston, 2020).

Namun, *media kit* Geomedia Group hanya berisi informasi mengenai media sosial dan klien yang bekerja sama dengan Geomedia Group. *Media kit* Geomedia Group memiliki keterbatasan dalam menyampaikan identitas perusahaan secara menyeluruh. Oleh karena itu, Geomedia Group membutuhkan *company profile* untuk mempromosikan perusahaan dengan memperlihatkan identitas perusahaannya, guna menarik mitra bisnis agar tertarik bekerja sama demi pertumbuhan bisnis perusahaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Maka dari itu permasalahan diatas dituang menjadi pokok pembahasan yang dipilih untuk pembahasan Tugas Akhir ini, yaitu “Perancangan *Company Profile* Untuk Geomedia Group Sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah, “Bagaimana merancang *company profile* yang efektif, menarik, dan sesuai dengan identitas Geomedia Group sebagai media promosi?”

1.3 Ruang Lingkup

Dalam penulisan Tugas Akhir ini digunakan pembatas masalah guna mencegahnya lebih luas pembahasan pokok permasalahan, maka dari itu ruang lingkup pembahasan difokuskan pada pembahasan sebagai berikut :

1. Proses perancangan *company profile* untuk Geomedia Group,
2. Penerapan prinsip dan elemen desain grafis yang digunakan dalam mendukung perancangan *company profile*,
3. Pengaplikasian desain *company profile* terhadap media pendukung.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan

Tujuan yang akan didapatkan dalam pembuatan laporan tugas akhir ini, diantaranya:

- a. Menjelaskan proses perancangan *company profile* Geomedia Group,
- b. Menjelaskan dan mendeskripsikan prinsip dan elemen desain grafis dalam merancang *company profile* Geomedia Group,
- c. Menjelaskan pengaplikasian elemen dan prinsip terhadap media pendukung.

2. Manfaat

Selain tujuan, terdapat beberapa manfaat dari perancangan *company profile* ini, yaitu :

- a. Manfaat praktisi



© 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

Penelitian ini memberikan manfaat bagi Geomedia Group dalam bentuk perancangan *company profile* yang profesional, informatif, dan sesuai dengan identitas perusahaan. Dengan adanya *company profile* yang lebih baik, perusahaan dapat meningkatkan citra dan kredibilitasnya di mata klien. Selain itu, desain yang lebih modern dan menarik juga berpotensi memperkuat strategi pemasaran dan memperluas kontribusi bagi dunia desain grafis dengan menambahkan studi kasus mengenai perancangan *company profile* yang sesuai dengan kebutuhan industri. Selain itu, penelitian ini memperkaya pemahaman mengenai bagaimana elemen desain, komposisi, dan strategis visual dapat diterapkan secara efektif dalam media komunikasi perusahaan. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat menjadi inspirasi bagi desainer grafis menciptakan karya yang tidak hanya estetis, tetapi juga memiliki nilai fungsional bagi perusahaan dan industri.

b. Manfaat teoritis

Secara akademis, penelitian ini dapat menjadi referensi tambahan bagi mahasiswa atau peneliti di bidang desain grafis, khususnya dalam perancangan *company profile* sebagai media promosi. Studi ini juga memberikan wawasan mengenai prinsip desain, branding, serta strategi komunikasi visual yang efektif dalam dunia industri. Selain itu, penelitian ini dapat menjadi bahan pembelajaran dalam memahami tentang dan solusi dalam proses perancangan identitas visual perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, diperlukan sistematika penulisan yang berisi rangkuman inti penulisan dari awal hingga akhir agar lebih terstruktur dan mudah dipahami. Berikut ini sistematika penulisan tugas akhir perancangan *company profile* Geomedia Group :

BAB I PENDAHULUAN

Bab I menjelaskan latar belakang dari perancangan *company profile* untuk Geomedia Group sebagai media promosi. Isinya mencakup



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

latar belakang, rumusan permasalahan, yang akan diangkat, ruang lingkup pembahasan, serta tujuan dan manfaat yang diharapkan dari pembuatan *company profile*.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab II menjelaskan kajian teoritis yang menjadi dasar bagi perancangan tugas akhir. Materi teoritis yang nantinya dijadikan sebagai landasan dari referensi untuk memecahkan dan mengembangkan teori dari rumusan masalah yang diangkat menjadi penelitian.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Pada bab III menjelaskan metode penelitian yang diterapkan akan diuraikan, metode yang digunakan adalah kualitatif. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam untuk penyusunan tugas akhir. Di sini, akan dibahas secara terperinci mengenai berbagai teknik yang akan digunakan, seperti wawancara, observasi, studi literatur dalam proses Perancangan Buku *Company Profile* Untuk Geomedia Group Sebagai Media Promosi.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab IV menjelaskan tahapan proses perancangan *compay profile*, dimulai dari eksplorasi ide-ide kreatif dengan pendekatan design thinking, pembuatan mindmap dan moodboard, penggambaran sketsa secara manual dan digital, pemilihan material, tahap proofing, pembuatan model, hingga proses produksi hasil perancangan *company profile*.

BAB V

PENUTUP

Pada bab V menjelaskan kesimpulan serta saran dari hasil proses penelitian yang didapatkan dalam pembuatan perancangan *company profile* untuk Geomedia Group sebagai media promosi.

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 V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui serangkaian proses perancangan company profile Geomedia Group, diperoleh sejumlah simpulan sebagai berikut:

1. Perancangan *company profile* untuk Geomedia Group dilatarbelakangi oleh kebutuhan akan media promosi yang mampu merepresentasikan identitas perusahaan secara menyeluruh dan profesional. Sebelumnya, perusahaan hanya mengandalkan media kit yang terbatas, sehingga tidak cukup efektif dalam menjangkau calon klien atau mitra bisnis. Dalam proses perancangannya, metode *design thinking* diterapkan sebagai pendekatan utama, mencakup tahapan *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pendekatan ini memungkinkan perancang untuk memahami kebutuhan klien secara mendalam, merumuskan permasalahan, mengembangkan ide kreatif, memvisualisasikan konsep, dan melakukan pengujian terhadap efektivitas desain. Seluruh proses juga didukung oleh riset kualitatif berupa wawancara, observasi langsung, dan studi literatur yang memperkaya konteks desain serta memastikan bahwa hasil akhirnya relevan dengan kebutuhan perusahaan dan target audiens.
2. Dalam proses visualisasi, prinsip-prinsip dasar desain grafis diterapkan untuk memastikan keterbacaan, daya tarik, dan efektivitas komunikasi visual. Prinsip *layout* seperti *emphasis*, *sequence*, *contrast*, *balance*, dan *unity* digunakan untuk menciptakan struktur halaman yang rapi dan mudah diikuti. Penataan elemen visual dirancang menggunakan *grid system* dan pengaturan *whitespace* yang optimal, agar konten terlihat bersih dan profesional. Tipografi dirancang dengan mempertimbangkan *legibility*, *readability*, *clarity*, dan *visibility*, serta pemilihan jenis huruf yang sesuai antara konten informatif dan elemen penunjang visual. Warna yang digunakan dengan skema *monochrome* turunan dari warna *primer* yaitu merah dan warna netral yaitu putih.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3. Hasil utama dari *project* ini adalah buku *company profile* berukuran 20 x 20 cm dengan material *art cartoon* 260 gsm untuk *cover* dan *art cartoon* 210 gsm untuk bagian isi. *Finishing* yang digunakan untuk buku *company profile* ini laminasi *doff* pada setiap lembarnya yang memberikan kesan elegan pada buku, dan menggunakan *spot UV* di tiga titik pada *cover* depan. Media turunan yang dihasilkan dengan media pulpen, *map folder*, dan *business card*, ketiga media turunan ini memiliki elemen visual yang sama dengan media utamanya yaitu, *circuit board*, *hexagon*, dengan warna merah dan putih dengan skema *monochorome*. Pertama, *map folder* ini dicetak di ukuran A2 dengan material *art cartoon* 260 gsm, *finishing* yang dilakukan yaitu laminasi *doff*. Kedua, pulpen, dengan area *costume* 0,5 x 2 cm pada bagian atas pulpen. Terakhir, *business card* dengan ukuran 9 x 5,5 cm material yang digunakan yaitu *art cartoon* 260 gsm dan *finishing* laminasi *doff*.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, berikut saran yang dapat diberikan:

1. Dalam penerapan desain visual, konsistensi terhadap prinsip-prinsip desain perlu terus diperhatikan agar hasil komunikasi visual tidak hanya menarik secara estetika, tetapi juga efektif dalam menyampaikan informasi. Prinsip *unity* dapat ditunjukkan melalui keselarasan warna, tipografi, gaya ilustrasi, serta tata letak antar halaman yang konsisten, sehingga keseluruhan desain terasa utuh dan tidak terpecah. Prinsip *balance* tercermin dalam penempatan elemen secara simetris dan proporsional, terutama dalam pengaturan *margin* dan *white space* yang menciptakan kesan harmonis. Prinsip *emphasis* diwujudkan melalui pemilihan ukuran tipografi yang menonjol untuk judul utama, warna aksen yang mencolok, dan penggunaan teknik cetak seperti *spot UV* untuk menekankan identitas visual. *Sequence* ditampilkan dalam alur baca yang logis dan mengalir, dengan penggunaan hierarki teks dan visual yang memandu pembaca dari satu informasi ke informasi 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

Sementara itu, prinsip *contrast* diterapkan melalui perbedaan warna terang dan gelap, jenis huruf tebal dan ringan, serta visual statis dan dinamis untuk menciptakan daya tarik visual. Dengan memperhatikan kelima prinsip tersebut dalam setiap elemen desain, hasil akhir yang dihasilkan tidak hanya akan berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun citra dan reputasi perusahaan secara berkelanjutan.

2. Untuk keberlanjutan penelitian, disarankan agar topik ini dikembangkan ke dalam kajian yang lebih luas mengenai efektivitas media promosi berbasis desain grafis di era digital. Penelitian lanjutan dapat mengeksplorasi pengaruh format *company profile digital* interaktif terhadap persepsi audiens dan peningkatan kredibilitas perusahaan. Selain itu, pengembangan bisa diarahkan pada studi tentang penerapan prinsip desain dalam platform digital berbasis UI/UX seperti *website*, *e-book*, atau media presentasi berbasis interaktif. Fokus penelitian juga dapat diperluas ke arah pengukuran dampak visual branding terhadap keputusan klien atau mitra bisnis. Dengan demikian, perancangan ini tidak hanya bermanfaat sebagai karya terapan, tetapi juga menjadi dasar teoritis dan praktis bagi pengembangan studi desain komunikasi visual ke depan.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). *Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya*. 1(1).
- Adityawan, O. (2018). *PERANCANGAN DESAIN LAYOUT PRACETAK KORAN SINAR PAGI*. 5(1).
- Arisetyawan, R. F. (2021). *PENERAPAN DESAIN GRAFIS PADA MEDIA SOSIAL SEBAGAI SILENT AMBASSADOR SUATU BRAND*.
- Asthararianty, A., & Lesmana, F. (2020). *Studi Hermeneutik: Desain Layout Buku Biografi Merry Riana*. 18(1), 13–19.
<https://doi.org/10.9744/nirmana.18.1.13-19>
- Christopher Bryan, I. Nengah Sudika, & Hendro Aryanto. (2017). Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeaday. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Adiwarna*, 1.
- Dewojati, R. K. W. (2015). DESAIN GRAFIS SEBAGAI MEDIA UNGKAP PERIKLANAN. *Imaji*, 7(2). <https://doi.org/10.21831/imaji.v7i2.6633>
- Erwi, S. G. V. K., Erwi, S. V. K., Feriyanto, F., Fernando, F., Chandra, Y. F. M., & Pribadi, M. R. (2022). *Perancangan UI/UX Pada Aplikasi V&F Menggunakan Metode Design Thinking*.
- Fadiah, S., & Satriadi, S. (2024). *PERAN WARNA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL LOGO*. 3(2).
- Fahri, L. M. (2017). Strategi Marketing Public Relations Go-Food dalam Pembentukan Citra Perusahaan di Kota Surabaya. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1, 1–10.



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

Fatimah, K. (2020). *Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi CV.*

Barotek. 2(1). <https://doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.607>

Firnanda, B. J., Wirahayu, Y. A., & Insani, N. (2024). *Strategi pengembangan*

Wisata Boonpring Andeman Kecamatan Turen, Kabupaten Malang

menggunakan metode SWOT dan QSPM. 3(12), 261–274.

<https://doi.org/10.17977/um063v3i12p1356-1371>

Garaika, & Garaika, G. (2020). *THE CLASSIFICATION OF PROMOTION*

MEDIA OF A COLLEGE TO IMPROVE THE MANAGEMENT OF

PROMOTION FOR A PRIVATE COLLEGE IN THE EAST OGAN

KOMERING ULU DISTRICT. 11(1).

<https://www.jurnal.stmikpringsewu.ac.id/index.php/JurnalTam/article/view/904/pdf>

Hananto, B. A. (2020). *Tinjauan Tipografi Dalam Konteks Industri 4.0.* 3, 132–

139.

Johnston, J. (2020). *media relations: Issues & strategies* (2 ed.). Routledge.

<https://doi.org/10.4324/9781003116516>

Kriyanto, R. (2015). *Manajemen Periklanan.*

Laksono, Y. T. A., & Islam, M. A. (2020). *PENERAPAN DESIGN THINKING*

DENGAN MENGGUNAKAN GAYA DESAIN MONOLINE PADA

PERANCANGAN LOGO D'PAPO SURABAYA. *Jurnal Barik*, 1(2),

261–274.

Le, T. T., Le, M. H., Tuong, V. N. T., Thien, P. V. N., Bao, T. T. D., Phuong, V.

N. L., & Mavuri, S. (2024). *Prestige over profit, corporate social*



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

responsibility boosts corporate sustainable performance: Mediation roles of brand image and brand loyalty. *Journal of Global Responsibility*, 15(2), 215–244. <https://doi.org/10.1108/JGR-09-2023-0145>

Lesmana, F. (2018). *Studi Hermeneutik: Desain Layout Buku Biografi Merry Riana*. 18(1).

Mahardika, A. A. (2023). *ANALISIS FORMALISTIK PADA POSTER FILM MENCURI RADEN SALEH*. 7(1).

Meilani, M. (2013). *Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana*. 4(1), 326–338.

Mubarok, K. I., Supatmo, & Nugrahani, R. (2019). *INTERACTIVE MULTIMEDIA DESIGN COMPANY PROFILE AND PRODUCT CATALOG AS A PROMOTIONAL MEDIA OF ZIE BATIK SEMARANG*. 1(8).

Mursalina, H., Yunanto, P. W., & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *PINTER : Jurnal Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer*, 3(2). <http://journal.unj.ac.id/unj/index.php/pinter/article/view/16386>

Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). *Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi*. 2(3).

Rim, H., Dong, C., & Zhang, Y. (2024). Cross-National Study of Transparency in CSR Communication and Corporate Trust: Mediating Roles of Perceived Altruism and Perceived Skepticism. *International Journal of Business*



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Communication, 23294884231223181.

<https://doi.org/10.1177/23294884231223181>

Roziqin, A. K., Arianto, W., & Saprudin. (2023). *Perancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran Pada PT Japung Kreasindo Bersama*. 1(2).

Rustan, S. (2020). *Layout 1*. Nulisbuku Jendela Dunia.

Sari, C. (2023). *Perancangan Sistem Company Profile Pada PT Cintia Glowing Skincare Berbasis Web*.

Setiawan, M. J., & Sihombing, R. M. (2024). ANALISIS PERKEMBANGAN DAN PENGARUH TIPOGRAFI PADA SAMPUL MAJALAH BOBO TERHADAP KETERTARIKAN ANAK. *Wimba : Jurnal Komunikasi Visual*, 15(1). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2024.15.1.1>

Syukur Wildman Mendrofa, Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea, Maria Magdalena Bate'e, & Eduar Baene. (2024). Pengaruh Tata Letak (Layout) Terhadap Produktivitas Batu Bata di UD. MUSTIKA DESA LOLOWUA HILIWARASI Kecamatan Hiliserangkai Kabupaten Nias. *Visi Sosial Humaniora*, 5(2), 29–40. <https://doi.org/10.51622/vsh.v5i2.2524>

Tjahyadi, S., & Antonio, W. (2023). *Analisis Pengaruh Desain Grafis Pada Konten Media Sosial Terhadap Daya Tarik Pengguna Dari Generasi Z di Kota Batam*. 5(3). Website: <http://jonedu.org/index.php/joe>

Wahyuni, S., Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). *Media Company Profile sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang*. 5(1).



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Widodo, A. C., & Wahyuni, E. G. (2021). *Penerapan Metode Pendekatan Design Thinking dalam Rancangan Ide Bisnis Kalografi*.

<https://journal.uui.ac.id/AUTOMATA/article/download/19552/11568>

Widyana, A. I., & Waluyanto, H. D. (2022). *PENGEMBANGAN KREATIVITAS DESAINER MELALUI APLIKASI GRAFIS DALAM PERANCANGAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.

Wijaya, V., Fadli, M., Dharma, Y. A., & Pribadi, M. R. (2022). Pengembangan UI/UX pada aplikasi Go-Print Dengan menggunakan metode design thinking. *MDP Student Conference*, 298–304.

Zachli, F. I., & Tessa, E. D. (2023). *Peran Warna Pada Toko Makanan Penutup dari Zona Manis Bandung*. 5(1), 59–65.

Zainudin, A. (2021). *TIPOGRAFI* (1 ed., Vol. 7). Yayasan Prima Agus Teknik.
<https://penerbit.stekom.ac.id/index.php/yayasanpat/article/view/312>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Materi)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA	Kalila Fajarani Rizaldy
NAMA PEMBIMBING	Andriyanto, S.E., M.Kom
JUDUL TUGAS AKHIR	Perancangan <i>Company Profile</i> Untuk Geomedia Group Sebagai Media Promosi

KETERANGAN:

1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	27 Februari 2025	Pada latar belakang kurang menjelaskan kebutuhan dari klien atas pembuatan <i>company profile</i>	Merevisi Bab 1
2	20 Maret 2025	Bab 1 sudah acc, kerangka subbab 2 masih ada harus diubah dan diganti	Melanjutkan dan merevisi bab 2 dan melanjutkan bab 3
3	9 April 2025	Bab 2 dan 3 sudah ACC, namun pada latar belakang masih kekurangan sitasi	mengubah latar belakang, dan menambahkan sitasi dari buku dan jurnal
4	10 April 2025	Latar belakang pada bab 1 dan mereview bab 1-3 untuk seminar proposal	melakukan sedikit revisi
5	18 Mei 2025	mindmap kasar sudah oke tinggal di buat dalam digital, moodboard sudah oke dan konsultasi hasil dari Seminar proposal	membuat mindmap dalam bentuk digital dan konsultasi keperluan untuk seminar proposal
6	29 Juni 2025	masih banyak yang perlu di perbaiki dalam penulisan, penulisan semua justify, namun subbab dan subsubsub bab tidak di menjorokkan, semuanya rata pada ruler kiri	memperbaiki penulisan
7	30 Juni 2025	Desain <i>company profile</i> sudah oke, dan sudah menggambarkan key visual yang diinginkan, tambahkan media pendukung agar saat disply karya tidak terlalu kosong	Menambahkan desain pendukung
8	1 Juli 2025	mereview <i>company profile</i> yang telah jadi sekaligus media pendukungnya, dan mendapatkan tanda tangan untuk persetujuan mengikuti Sidang Tugas Akhir	Mempersiapkan disply karya serta sidang akhir

Gambar 1 Lembar Bimbingan 1 (Materi)



Lampiran 2: Lembar Bimbingan Tugas Akhir (Pembimbing Teknis)

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA Kalila Fajarani Rizaldy
NAMA PEMBIMBING Drs. Djony Herfan, M.I.Kom
Perancangan *Company Profile* Untuk
JUDUL TUGAS AKHIR Geomedia Group Sebagai Media Promosi

KETERANGAN:

1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	25 Februari 2025	Pengarahan Bimbingan Tugas Akhir	Menyusun bab 1
2	24 Maret 2025	ACC penulisan pada bab 1 dan kerangka bab 2	Melanjutkan Bab 2 dan Bab 3
3	9 April 2025	Acc penulisan bab 3 dan mendapatkan tanda tangan	menyiapkan power point untuk seminar proposal
4	18 Mei 2025	Revisi penulisan, mengikuti aturan penulisan DG dengan masukan Dosen Pembimbing 1	Melanjutkan Bab 4
5	30 Juni 2025	Merivisi beberapa tulisan yang typo	merivisi dan mengejar tanda tangan persetujuan untuk mengikuti Sidang Tugas Akhir
6	1 Juli 2025	Meninggalkan eksemplar Laporan Tugas Akhir, dikarenakan Dosen Pembimbing 2 sedang berhalangan menghadiri langsung karena adanya Sidang Tugas Akhir Program Studi lain	Mengambil Laporan Tugas Akhir dan revisi minor
7	2 Juli 2025	Mendapatkan ACC Dosen Pembimbing 2 dan mendapatkan tanda tangan persetujuan mengikuti Sidang Tugas Akhir	Menyiapkan display karya dan power point untuk Sidang Tugas Akhir

Gambar 2 Lembar Bimbingan 2 (Teknis)

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

Lampiran 3: Transkrip Wawancara langsung

Hari/Tanggal: Sabtu, 15 Maret 2025

Pukul: 13.00 WIB

Perusahaan

Nama: Ade Rahmat Boediman

Jabatan: *Coordinator Post Production & Senior Graphic Designer*

Geomedia Group

Kalila: Mas Ade, boleh dong cerita sedikit tentang awal mula Geomedia itu gimana sih berdirinya?

Mas Ade: Jadi Geomedia itu berdiri dari tahun 2014. Nama resminya sih PT. Indonesia Milik Kita, tapi orang-orang lebih kenal kami sebagai Geomedia Group. Fokus utama kami tuh di media production house, kita banyak produksi konten digital, terutama soal hiburan, *pop culture*, sampai politik.

Kalila: Wah, keren! Terus kantornya sekarang ada di mana, Mas?

Mas Ade: Kita di Jakarta Pusat, tepatnya di Jalan HOS Cokroaminoto No. 92, Menteng.

Kalila: Nah, kalau soal layanan, Geomedia ini biasanya ngerjain apa aja sih?

Mas Ade: Banyak sih. Mulai dari produksi konten, dari bikin konsep sampai distribusinya, terus kita juga buka kolaborasi media. Misalnya, brand atau individu bisa kerja sama lewat *platform* media yang kita kelola sendiri.

Kalila: Hmm, menarik banget. Kalau dibandingin sama *production house* lain, Geomedia punya keunggulan apa nih?

Mas Ade: Mungkin salah satu yang bikin kita beda itu karena kita nggak cuma bikin konten buat klien aja, tapi kita juga punya media sendiri. Jadi klien bisa langsung pilih mau masuk ke kanal mana yang paling cocok sama target mereka. Kita fleksibel banget, bisa menyesuaikan strategi juga.

Kalila: Oh gitu. Nah, kalau ngomongin strategi promosi, biasanya Geomedia lebih ngandelin apa?

Mas Ade: Kita lebih banyak main di digital, sih. Fokusnya tetap ke kualitas konten, terus bangun jaringan, dan manfaatin platform kayak YouTube dan media sosial. Portofolio juga jadi alat promosi utama kita.



© 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

Kalila: Kalau soal *company profile* sendiri nih, Mas, penting nggak sih buat Geomedia?

Mas Ade: Penting banget. *Company profile* itu ibaratnya wajah perusahaan. Kesan pertama buat klien ya dari situ. Jadi harus bisa nunjukin siapa kita, apa aja layanan kita, dan kenapa orang harus kerja sama sama kita.

Kalila: Nah, elemen apa aja tuh yang wajib ada di *company profile* menurut Mas Ade?

Mas Ade: Yang pasti sejarah perusahaan, visi-misi, detail layanan, keunggulan, portofolio, daftar klien, dan kontak. Itu sih standar, tapi tetap harus dikemas dengan desain yang profesional dan menarik.

Kalila: Biar *company profile*-nya bener-bener representatif, biasanya Geomedia bikin kayak gimana sih?

Mas Ade: Kita pastiin desainnya clean dan modern. Warna, font, dan gaya visualnya disesuaikan sama branding Geomedia. Kita juga tampilkan proyek-proyek yang udah dikerjakan sebagai bukti nyata.

Kalila: Ngomong-ngomong, visinya Geomedia tuh apa sih Mas?

Mas Ade: Visi kita jadi media digital terdepan yang hasilin konten berkualitas dan bisa jadi mitra strategis di industri kreatif. Misinya bikin konten yang informatif, layanan produksi yang standarnya tinggi, bangun kerja sama strategis, dan pakai teknologi terbaru termasuk AI.

Kalila: Keren banget! Nah, biasanya klien tuh mintanya konten seperti apa?

Mas Ade: Macem-macem, tapi umumnya sih video dan konten digital buat platform kayak YouTube atau media sosial. Kita bantu dari ide, konsep, produksi, sampai distribusi. Kalau perlu kerja sama media, tinggal pilih kanal yang kita punya.

Kalila: Terus, kalau *company profile* itu biasanya buat siapa sih?

Mas Ade: Untuk calon klien, partner, atau investor. Biasanya juga kita pakai pas presentasi atau pitching project.

Kalila: Isinya selain profil dan layanan, apalagi tuh?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Mas Ade: Ya paling tambahan kayak testimoni, klien yang pernah kerja sama, dan kontak. Semua itu dirancang biar klien dapat gambaran lengkap tentang siapa kita dan apa yang bisa kita bantu.

Kalila: Kliennya siapa aja, Mas? Boleh spill satu?

Mas Ade: Pernah kerja bareng Telkomsel. Kita bantuin mereka bikin video buat acara internal pakai teknologi AI.

Kalila: Terakhir nih, Mas. Kalau buat company profile baru, ada request khusus nggak?

Mas Ade: Pengen yang desainnya kekinian, visualnya enak dilihat, terus pesannya juga jelas. Nggak ribet tapi tetap lengkap. Kalau bisa sih, ada studi kasus biar lebih kuat nunjukkan hasil kerja kita.





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 4: Transkrip Wawancara

Hari/Tanggal: Kamis, 10 April 2025

Pukul: 12.00 WIB

Wawancara melalui Google Meet

Nama: Ade Rahmat Boediman

Jabatan: *Senior Graphic Designer*

Geomedia Group

Kalila: Selamat siang, Mas Ade! Terima kasih sudah bersedia berbagi ilmu. Pertama, bagaimana cara Mas Ade menentukan pesan inti yang harus ditonjolkan dalam company profile?

Mas Ade: Saya biasanya mengawali dengan diskusi mendalam bersama klien. Misalnya, untuk perusahaan seperti Geomedia Group, saya fokus pada visi mereka di bidang geoteknologi. Saya lalu merancang visual yang mencerminkan keunggulan teknis, seperti infografis peta digital atau ikon bertema geospasial.

Kalila: Menarik! Bagaimana strategi Mas Ade jika klien ingin memasukkan banyak teks tanpa membuat desain terlihat penuh?

Mas Ade: Saya menerapkan teknik prioritas informasi. Saya menyortir konten, memisahkan poin kunci dan detail pendukung. Untuk teks panjang, saya ubah menjadi diagram alur atau timeline interaktif agar lebih menarik.

Kalila: Prinsip apa yang Mas Ade gunakan saat memilih palet warna untuk brand seperti Geomedia Group?

Mas Ade: Saya mengombinasikan psikologi warna dan identitas perusahaan. Jika Geomedia ingin tampil profesional namun inovatif, saya pilih biru tua sebagai dasar, lalu tambahkan aksen kuning atau hijau neon untuk sentuhan modern.

Kalila: Menurut Mas Ade, tren desain company profile digital 2024 apa yang layak dicoba?

Mas Ade: Saya merekomendasikan desain responsif dengan scroll-triggered animation. Misalnya, saat audiens menggulir, portofolio Geomedia bisa muncul dengan efek paralaks. Tapi, pastikan animasi tidak mengganggu kecepatan loading!

Kalila: Jika perusahaan tidak memiliki foto tim atau proyek, solusi kreatif apa yang Mas Ade tawarkan?

Mas Ade: Saya menggunakan ilustrasi vektor kustom yang sesuai tema. Untuk perusahaan teknologi, saya bisa desain karakter ilustrasi dengan atribut peta atau perangkat GIS, disertai grafik 3D sederhana.

Kalila: Terakhir, apa satu rahasia desain company profile yang jarang dibagikan?

Mas Ade: Selalu sisipkan emotional hook! Contohnya, di halaman pembuka Geomedia, tambahkan kutipan inspiratif CEO atau gambar tim sedang bekerja. Ini membangun koneksi emosional sebelum audiens membaca detail.

Kalila: Wah, keren! Terima kasih banyak, Mas Ade!



Hak Cipta :

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

Lampiran 5: Transkrip Wawancara

Hari/Tanggal: Kamis, 10 April 2025

Pukul: 14.00 WIB

Wawancara melalui Google Meet

Nama: Dhy

Jabatan: *Senior Graphic Designer*

Geomedia Group

Kalila: Style desain apa yang Dhy rekomendasikan untuk company profile yang profesional?

Dhy: Saya memadukan gaya corporate modern dengan sentuhan organik. Misalnya, menggunakan grid asimetris, ilustrasi geometris lembut, dan gradasi warna netral yang hangat.

Kalila: Ukuran fisik ideal untuk company profile cetak?

Dhy: Saya sering menggunakan ukuran custom 21x21 cm. Ukuran ini memberikan kesan modern dan mudah dibawa. Untuk versi digital, saya sesuaikan rasio dengan layar desktop dan mobile (16:9 atau 1:1).

Kalila: Jenis kertas apa yang mendukung kesan premium?

Dhy: Saya rekomendasikan Matte Paper 120 gsm untuk halaman dalam. Teksturnya halus, minim silau, dan cocok untuk cetak warna tajam. Untuk cover, gunakan Art Carton 260 gsm dilaminasi doff agar tahan gores.

Kalila: Mana yang lebih baik untuk cover, doff atau glossy?

Dhy: Tergantung karakter brand. Untuk Geomedia Group yang bergerak di bidang teknologi, saya pilih kombinasi spot UV doff dan glossy. Logo dan elemen kunci saya beri spot UV glossy, sementara background tetap doff untuk kontras tekstur.

Kalila: Jika klien ingin banyak teks tapi desain tetap bersih?

Dhy: Saya terapkan sistem grid 8-kolom untuk mengatur teks. Poin penting saya perbesar 20% dan beri warna aksen, sementara detail pendukung saya redupkan dengan abu-abu. Saya juga sisipkan ikon kecil sebagai visual anchor.

Kalila: Apa rahasia membuat desain melekat di ingatan?

Dhy: Gunakan repetisi elemen unik. Contoh: di setiap halaman Geomedia, saya tambahkan garis lengkung tipis yang mengikuti kontur peta, sekaligus sebagai pembatas konten.

Kalila: Bagaimana jika klien memaksa pakai clipart dan warna mencolok?

Dhy: Saya buat dua versi pertama versi klien yaitu sesuai permintaan mereka, yang ke dua menggunakan versi alternatif yaitu desain minimalis dengan data konkret. Lalu saya tunjukkan hasil A/B testing ke klien: "Bapak/Ibu lebih percaya mana?"

Kalila: Jika perusahaan tak punya foto atau ilustrasi?

Dhy: Saya memanfaatkan teknik data visualization. Misal: ubah statistik perusahaan menjadi diagram 3D interaktif, atau buat pola geometris dari inisial nama perusahaan.

Kalila: Tren 2024 apa yang bisa dipakai?

Dhy: Glassmorphism untuk versi digital. Saya terapkan efek kaca transparan di header, dikombinasi blur effect pada background. Untuk cetak, saya gunakan tekstur halus seperti emboss tipis pada judul.

Kalila: Jika Dhy punya kebebasan penuh?



- 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 milik Politeknik Negeri Jakarta

Dhy: Saya desain company profile hybrid dengan halaman AR (Augmented Reality). Saat halaman di-scan via smartphone, muncul visual 3D proyek geospasial mereka.

Kalila: Teknik agar audiens fokus pada informasi kunci?

Dhy: Saya terapkan Rule of Thirds di setiap halaman. Area panas (pojok kanan atas) untuk data penting, sementara detail di kiri bawah. Ukuran font saya buat hierarki: 24pt > 18pt > 14pt.

Kalila: Punya nasihat utama untuk proyek ini?

Dhy: Desain dengan mindset editor. Setiap elemen tanya: "Apa ini benar-benar diperlukan?" Jika tidak mendukung pesan utama, hapus!

Kalila: Wow, luar biasa! Terima kasih banyak, Dhy!

Dhy: Sama-sama. Semoga company profile Geomedia Group bisa jadi benchmark desain di industri 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

Lampiran 6: Transkrip Wawancara

Hari/Tanggal: Kamis, 10 April 2025

Pukul: 16.00 WIB

Wawancara melalui video call

Nama: Abba

Jabatan: *Senior Graphic Designer*

Geomedia Group

Kalila: Mas Abba, menurut Mas, gaya desain apa yang pas buat company profile biar keliatan profesional tapi nggak kaku?

Mas Abba: Kalau aku sih, suka pakai gaya minimalis techy. Contohnya, background putih bersih dikasih gradien biru metalik tipis, terus dikombinasiin sama ikon-ikon flat design yang simpel. Buat Geomedia Group, mungkin aku tambahin tekstur kayak garis grid peta biar ada nuansa geografinya.

Kalila: Kira-kira ukuran fisiknya gimana biar praktis tapi tetap elegan?

Mas Abba: Buat cetak, aku sering pakai A5 landscape (21x14,8 cm). Ukurannya pas di tangan, cocok buat dibawa ke meeting. Kalo digital, mending format PDF vertikal biar gampang di-scroll di HP.

Kalila: Katanya laminasi doff lebih premium, tapi glossy lebih eye-catching. Menurut Mas?

Mas Abba: Tergantung karakter brand. Kalo Geomedia kan bergerak di teknologi, aku prefer glossy dengan spot UV. Misalnya, logonya di-UV glossy biar kinclong, backgroundnya doff biar nggak silau.

Kalila: Klien minta semua detail masuk, tapi desain harus tetap clean. Solusinya?

Mas Abba: Aku pecah teks jadi card-card kecil. Setiap card dikasih judul bold, dikelilingi whitespace. Kalo teksnya kepanjangan, aku bikin kolom dropdown di versi digital—klik baru keluar detailnya.

Kalila: Biar company profile nempel di kepala orang, triknya apa?

Mas Abba: Pakai metafora visual konsisten. Misalnya, di semua halaman Geomedia, ada ilustrasi kompas kecil di pojok—simbol navigasi dan kepastian.

Kalila: Gimana kalo klien maksa pake clipart bunga-bunga sama warna neon?

Mas Abba: Aku kasih penjelasan data: "Bapak/Ibu, riset membuktikan desain minimalis meningkatkan kepercayaan 40% loh." Kalo masih ngeyel, aku kasih opsi satu halaman khusus buat clipart itu, tapi di bagian belakang.

Kalila: Kalo perusahaan nggak punya foto atau gambar, gimana?

Mas Abba: Aku bikin custom pattern dari logo mereka. Misalnya, logo Geomedia diulang-ulang sampe jadi tekstur background. Bisa juga pakai foto stok yang di-edit pake filter monokrom biar seragam.

Kalila: Tren 2024 apa yang bisa dipaduin tanpa kehilangan esensi?

Mas Abba: 3D Abstract Shapes. Aku tambahin bentuk geometris 3D transparan di sudut-sudut halaman. Warnanya aku samain dengan palet brand biar nggak norak.

Kalila: Biar nggak ketinggalan zaman tapi tetap konsisten, gimana?

Mas Abba: 20-80 Rule: 20% elemen diubah (seperti font sekunder, ilustrasi), 80% tetap (warna utama, logo, tata letak dasar). Jadi fresh tapi tetap recognizable.

Kalila: Kalo Mas Abba boleh ngelakuin apa aja, apa yang bakal dibuat?



© 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

Mas Abba: Aku bikin company profile kolaboratif di platform web. Audiens bisa eksplor proyek Geomedia peta digital interaktif—klik wilayah tertentu, langsung muncul data proyek di sana.

Kalila: Tips andalan Mas Abba buat yang baru mulai?

Mas Abba: Jangan takut kosongin area! Whitespace itu sahabat desain. Lebih baik punya 5 elemen kuat daripada 20 elemen yang saling rebut perhatian.

Kalila: Seru banget, Mas! Banyak ilmu baru nih. Makasih ya!

Mas Abba: Sama-sama, Kalila. Semangat buat *projectnya*! Jangan lupa, desain yang baik itu yang bikin klien *auto* ngangguk pas liat!





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 7: Transkrip Wawancara

Hari/Tanggal: Kamis, 10 April 2025

Pukul: 16.00 WIB

Wawancara melalui *video call*

Nama: Muhammad Rifqy Yusuf

Jabatan: *Chief Thecnology Officer*

Entrepreneursid_

Kalila: Mas Yusuf, kira-kira gaya desain apa yang cocok buat company profile biar nggak ketinggalan zaman tapi tetap elegan?

Mas Yusuf: Kalau aku sih, suka pakai gaya retro-modern. Contohnya, paduan font sans-serif clean sama ilustrasi vektor vintage kayak peta klasik atau ikon kompas. Buat Geomedia, aku bakal tambahin tekstur kertas tua di background biar ada kesan "exploration".

Kalila: Ukuran fisiknya gimana biar nggak terlalu besar tapi informasinya tetap terbaca?

Mas Yusuf: Aku prefer 17x24 cm portrait. Ukurannya unik, lebih gampang masuk tas, dan cocok buat nampilin foto landscape proyek-proyek geospasial mereka. Kalo digital, mending format square (1:1) biar fleksibel di semua device.

Kalila: Kertas apa yang bisa bikin kesan mewah tanpa mahal-mahal?

Mas Yusuf: Untuk halaman dalam, Recycled Paper 130 gsm—teksturnya unik, ramah lingkungan, cocok sama image perusahaan yang peduli bumi. Cover-nya pake Hardcover dengan emboss logo, biar kesan premiumnya nendang!

Kalila: Menurut Mas, laminasi mana yang lebih cocok buat perusahaan teknologi kayak Geomedia?

Mas Yusuf: Aku kombinasikan soft touch doff dengan foil stamping silver di logonya. Jadi matte tapi ada kilau subtle di bagian tertentu—nggak norak tapi tetep hi-tech.

Kalila: Klien maksa semua laporan tahunan masuk, gimana biar nggak kayak koran?

Mas Yusuf: Aku bikin visual summary pakai diagram lingkaran besar di tengah halaman, angka kunci ditulis bold, detailnya aku simpen di QR code yang link ke PDF terpisah. Jadi halaman tetap clean!

Kalila: Gimana kalo klien minta tulisannya diganti font Comic Sans sama warna pink?

Mas Yusuf: Aku kasih analogi: "Bapak/Ibu, ini kayak pakai jas tapi dikasih pin Hello Kitty—kelihatan lucu tapi nggak profesional." Lalu aku kasih opsi font modern yang tetap funky, kayak Poppins SemiBold.

Kalila: Kalo perusahaan nggak punya foto tim atau proyek?

Mas Yusuf: Aku bikin custom avatar pakai AI generator. Setiap tim di Geomedia jadi karakter ilustrasi dengan aksesoris peta dan drone. Unik dan konsisten!

Kalila: Kalo perusahaan nggak punya foto tim atau proyek?

Mas Yusuf: Aku bikin custom avatar pakai AI generator. Setiap tim di Geomedia jadi karakter ilustrasi dengan aksesoris peta dan drone. Unik dan konsisten!



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 8: Dokumentasi Testing

Hak Cipta :

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



Lampiran 9: Hasil Test Plagiarisme

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085983

● 9% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 8% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

TOP SOURCES

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

1	repository.pnj.ac.id Internet	<1%
2	ejournal.unesa.ac.id Internet	<1%
3	neliti.com Internet	<1%
4	blog.sribu.com Internet	<1%
5	openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id Internet	<1%
6	ruangguru.com Internet	<1%
7	eprints.uny.ac.id Internet	<1%
8	baramasyudra.blogspot.com Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085983

9	repository.radenintan.ac.id	<1%
	Internet	
10	familyfestsf.com	<1%
	Internet	
11	coursehero.com	<1%
	Internet	
12	batukarinfo.com	<1%
	Internet	
13	docplayer.info	<1%
	Internet	
14	journal.unika.ac.id	<1%
	Internet	
15	digilib.isi.ac.id	<1%
	Internet	
16	journal2.um.ac.id	<1%
	Internet	
17	etd.umy.ac.id	<1%
	Internet	
18	repository.its.ac.id	<1%
	Internet	
19	journalpedia.com	<1%
	Internet	
20	kc.umh.ac.id	<1%
	Internet	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085983

21	repository.paramadina.ac.id	<1%
	Internet	
22	eprints.iain-surakarta.ac.id	<1%
	Internet	
23	publication.petra.ac.id	<1%
	Internet	
24	anyflip.com	<1%
	Internet	
25	publikasi.dinus.ac.id	<1%
	Internet	
26	ejurnal.its.ac.id	<1%
	Internet	
27	newcomerscuerna.org	<1%
	Internet	
28	poliklitik.com	<1%
	Internet	
29	Rizki Andika Kurniawan. "ANALISIS STRATEGI PENGEMBANGAN USA...	<1%
	Crossref	
30	baohouse.org	<1%
	Internet	
31	repository.ub.ac.id	<1%
	Internet	
32	Ilham Syarief Roem Mohamad, Ilham Perdana, Hilda Nuraliza. "Penge...	<1%
	Crossref	

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085983

33	Rusnah Rusnah. "RESPON SISWA TERHADAP MAJALAH BIOLOGI INV... Crossref	<1%
34	glints.com Internet	<1%
35	stiemuttaqien.ac.id Internet	<1%
36	ejournal.bsi.ac.id Internet	<1%
37	eprints.ubhara.ac.id Internet	<1%
38	es.scribd.com Internet	<1%
39	etd.iain-padangsidimpuan.ac.id Internet	<1%
40	farrelwp.blogspot.com Internet	<1%
41	ia801202.us.archive.org Internet	<1%
42	jurnal.kdi.or.id Internet	<1%
43	kbeonline.id Internet	<1%
44	khairulnaimsblog.blogspot.com Internet	<1%

Sources overview



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:103085983

45	nirmalla.wordpress.com	<1%
	Internet	
46	projects.co.id	<1%
	Internet	
47	suryasemesta.com	<1%
	Internet	
48	thevictoryofislam.wordpress.com	<1%
	Internet	
49	scribd.com	<1%
	Internet	
50	slideshare.net	<1%
	Internet	
51	Anak Agung Adi Wiryya Putra, Ni Komang Dewi Mahayani, Benedito Ni...	<1%
	Crossref	
52	widuri.raharja.info	<1%
	Internet	
53	Rustamaji Rustamaji, Shieren Dikah Aprilia Sandakila, Kania Sawitri. "A...	<1%
	Crossref	

Sources overview



Lampiran 10: Curriculum Vitae

KALILA FAJARANI RIZALDY

085716133696 | kalilafajriz@gmail.com | <https://www.linkedin.com/in/kalila-rizalDY-472062298/> | https://drive.google.com/file/d/1z4DjZz9vc02NYm7u-fBxdt107atEnBXP/view?usp=drive_link

Bekasi, Indonesia

I am a unofficial graduat at Politeknik Negeri Jakarta majoring in Graphic Design with a current GPA of 3.5. Through my volunteer work and organizational involvement, I have gained valuable experience in public speaking, teamwork, and time management. I am also proficient in various design and editing software, including Adobe Creative Suite, as well as Microsoft Office and Google Teamwork tools for effective collaboration and project management.

Experiences

PT Indonesia Milik Kita (Geomedia Group) - Jakarta <i>Graphic Designer Intern</i> Designed thumbnails for editorial content. Created visual content for clients including Instagram feed and story posts. Developed social media branding design for Atletika.id.	Mar 2024 - Jun 2024
PT Transportasi Jakarta - Jakarta <i>Graphic Designer Intern</i> Designed thumbnails for editorial content. Created visual content for clients including Instagram feed and story posts.	Feb 2025 - Present

Education Level

SMAN 2 Tambun Utara - Kabupaten Bekasi <i>High School Diploma in In majoring Scince</i>	Jul 2018 - Jul 2021
Politeknik Negeri Jakarta - Depok <i>Bachelor of of Graphic Design, 3.50/4.00</i>	Sep 2021 - Aug 2025 (Expected)

Handle Events

APATIS 2023 (Apresiasi Creativity) - Jakarta <i>Social Media Specialist</i> Managed APATIS's social media platforms. Created briefs for content needs. Monitored social media performance.	Feb 2023 - Jul 2023
TGP Artstion Exhibition - Depok <i>Production Team</i> Designed and installed visual artworks for a themed exhibition. Produced supporting paintings to enhance the aesthetic presentation of the event.	Jun 2023 - Aug 2023
New Student Orientation (Masa Bimbingan) - Depok <i>Steering Committee</i> Structured and scheduled multi-day orientation activities. Coordinated timing, permissions, and logistics with faculty. Managed attendance records and compiled data of incoming students.	Aug 2023 - Oct 2023
Aksra Bersuara - Bogor <i>Vice Project Officer</i> Helped secure venue and coordinate technical needs for the event. Drafted a detailed rundown and assisted in curating event talent and speakers.	Oct 2023 - Dec 2023
APATIS (Apresiasi Kreativitas) - Jakarta <i>Social Media Specialist</i> Managed APATIS's social media platforms consistently across event cycles. Developed content briefs aligned with event themes and target audience. Scheduled and published posts to maintain audience engagement. Created engaging content ideas to promote APATIS events and increase visibility. Collaborated with the design and documentation team to ensure brand consistency.	Jan 2024 - Sep 2024

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Monitored analytics and audience feedback to evaluate content performance.

Skills, Achievements & Other Experience

- **Design and Editing:** Adobe Illustrator, Adobe InDesign, Adobe Photoshop, Procreate, Canva.
- **Microsoft Office:** Microsoft Word, Microsoft Power Point, Microsoft Excel.
- **Google Teamwork:** Google Docs, Google Spreadsheet, Google Form.
- **Social Media Managing:** Instagram, TikTok.
- **Soft Skills:** Analisis, Komunikasi, Kerja tim, Kreativitas.
- **Hard Skills:** Copywriting, Graphic Design, Research, Photography.

Lampiran 11: Riwayat Hidup



Kalila Fajarani Rizaldy lahir pada tanggal 21 Agustus 2003 di Jakarta dan saat ini berdomisili di Kota Bekasi. Kalila dikenal sebagai pribadi yang aktif, kreatif, penuh semangat, serta memiliki antusiasme tinggi dalam mengeksplorasi berbagai bidang, khususnya yang berkaitan dengan seni dan desain. Sebagai anak kedua dari pasangan Bapak Deddy Rizaldy dan Ibu Devi Yanti, Kalila tumbuh dalam lingkungan keluarga yang mendukung pendidikan dan pengembangan potensi anak. Ia memiliki seorang kakak perempuan bernama Zahra Rochmainah Rizaldy yang juga menjadi sosok inspiratif dalam perjalanan hidupnya.

Kalila memulai jenjang pendidikannya di SDIT Al-Fatah, kemudian melanjutkan ke SMP Al-Muhadjirin, dan menyelesaikan pendidikan menengah atas di SMAN 2 Tambun Utara. Setelah lulus, ia memutuskan untuk melanjutkan pendidikan ke jenjang perguruan tinggi dengan mendaftarkan diri melalui jalur Mandiri di Politeknik Negeri Jakarta (PNJ), Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Program Studi Desain Grafis. Pilihan ini bukan hanya merupakan opsi terakhir dari proses seleksi perguruan tinggi negeri, tetapi juga menjadi pilihan yang selaras dengan minat dan bakat Kalila di bidang visual dan komunikasi desain.

Selama masa perkuliahan, Kalila menunjukkan dedikasi tinggi dalam pengembangan diri melalui berbagai kegiatan di dalam dan luar kampus. Ia aktif dalam berbagai kepanitiaan acara di lingkungan Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, termasuk dipercaya untuk menjadi bagian penting dalam penyelenggaraan acara besar seperti APATIS (Apresiasi Kreativitas) selama dua periode berturut-turut sebagai Social Media Specialist. Melalui pengalaman tersebut, Kalila tidak hanya belajar tentang manajemen acara, komunikasi, dan kerja tim, tetapi juga menemukan ketertarikan yang lebih dalam terhadap bidang desain komunikasi visual dan pengelolaan media sosial.

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