



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**TUGAS AKHIR**  
**SPEKIFIKASI PROYEK DESAIN**

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE***  
**UNTUK *BRAND* MAVA**



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

Oleh:

**Hany Widyawati**

**NIM : 5017020012**

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN**  
**POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK**

**2021**



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  
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan *Company Profile* Untuk Brand Mava  
Penulis : Hany Widyawati  
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan  
Program Studi : Desain Grafis

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

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

Depok, 6 Agustus 2021

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

Drs. Ade Noor Riyadhi.  
NIK. 520000000000000323

Dosen Pembimbing II

MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H  
NIP. 197608241999032002



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

## LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

### PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* UNTUK *BRAND MAVA*

Oleh:

HANY WIDYAWATI  
5017020012

Disahkan:

Depok, 25 Agustus 2021  
Penguji I

Penguji II

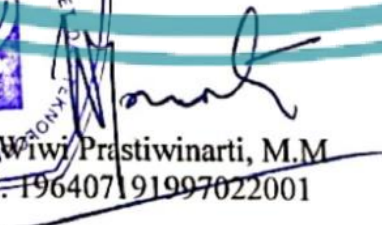
  
Drs. Sugeng Indriyanto  
NIP. 520000000000000240

  
Anggi Anggarini, M.Ds  
NIP. 198503162010122002

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Ketua Jurusan  
Teknik Grafika Penerbitan



  
Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M  
NIP. 196407191997022001

Hak Cipta :

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



## © 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

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul:

### *Perancangan Company Profile Untuk Brand Mava*

adalah hasil karya saya.

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

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

**POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA**

Depok, 25 Agustus 2021

Yang menyatakan,


Hany Widyawati  
NIM 5017020012



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

## ABSTRAK

Salah satu kebutuhan pokok manusia ialah sandang atau pakaian. Di Indonesia saat ini industri pakaian sangatlah berkembang dengan pesat. Pertumbuhan industri pakaian di Indonesia paling tinggi tercatat sebesar 15,08% pada tahun 2019 di triwulan III. Ditengah tingkat persaingan yang sengit, untuk dapat bersaing dengan yang lainnya suatu *brand* harus melakukan berbagai promosi untuk memengaruhi calon pembeli agar memilih produknya. Dan guna mendukung strategi promosi tersebut peran *company profile* dinilai efektif dan praktis karena selain sebagai media menyampaikan informasi dapat juga sebagai media promosi secara bersamaan. *Brand Mava* merupakan salah satu *brand* lokal Indonesia yang menjual produk jeans. Dalam mempromosikan produknya, Mava hanya memanfaatkan platform Instagram. Hal tersebut membuat Mava merasa sedikit kesulitan untuk mengembangkan bisnisnya. Berdasarkan permasalahan tersebut, Mava memerlukan sebuah strategi promosi untuk mengembangkan bisnisnya agar lebih besar. Dengan adanya *company profile* yang berisikan *corporate value* dan *product value* diharapkan agar Mava dapat lebih dikenal dan dijangkau oleh audiensi yang lebih luas dengan cara menjalin kerjasama dengan mitra bisnis seperti *collaboration* dengan *brand* lain atau turut serta mengisi bazar. Metode yang dilakukan dalam perancangan ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif dan metode riset desain mulai dari proses *mindmapping*, *moodboard*, sketsa kasar, digitalisasi sampai *application*.

**Kata kunci:** *Brand Jeans, Media Promosi, Company Profile*

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

**ABSTRACT**

*One of the basic human needs is clothing. Nowadays, in Indonesia, the clothing industry is proliferating. The highest growth in the clothing industry in Indonesia was recorded at 15.08% in the third quarter of 2019. In order to compete with others, a brand must carry out various promotions to attract buyers to choose their products. The role of the company profile is considered more effective and practical in supporting the promotion strategy. Apart from being an information medium, a company profile can also be used as a promotional medium. Mava is one of the local brands from Indonesia that sells jeans products. In promoting its products, Mava only uses the Instagram platform. This situation makes Mava having little problems developing its business. Based on these problems, Mava needs a promotion strategy to develop its business to make it bigger. With a company profile containing corporate values and product values, it is hoped that Mava can be better known and reached by a wider audience by collaborating with business partners such as collaborating with other brands or participating in bazaars. The methods used in this research are descriptive qualitative research and design research methods. It starts from the mind-mapping process, mood board, rough sketch, digitalization, and application.*

**Keywords:** *Jeans Brand, Promotion Media, Company Profile*

**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

## PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan judul “Perancangan *Company Profile* Untuk *Brand Mava*” dengan sebaik-baiknya, sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Dan tidak lupa ucapan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada orang tua yang selalu memberikan doa, semangat dan dukungan hingga Tugas Akhir ini terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir ini dibuat untuk memenuhi syarat kelulusan Program Studi Sarjana Terapan Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Dalam penulisan Tugas Akhir dari awal sampai akhirnya dapat terselesaikan dengan baik, banyak pihak yang telah membantu dan memberi dukungan. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini ucapan terima kasih disampaikan kepada :

1. Dr. sc. H. Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dra. Wiwi Prastiwinarti, M.M., Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Anggi Anggarini, M.Ds., Ketua Program Studi Konsentrasi Desain Grafis sekaligus Dosen Pembimbing Akademik Kelas DG-A.
4. Drs. Ade Noor Riyadhi., selaku Dosen Pembimbing I
5. MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H., selaku Dosen Pembimbing II
6. Para teman kelas DG-A, yang selalu berbagi canda tawa dan telah melewati banyak hal bersama-sama selama di perkuliahan.
7. Allya Putri, Fany Justica, Latifah Jamalullail dan Nabila Irawan, sahabat dan teman seperjuangan di perkuliahan.
8. Nadira Diandra, Savira Auria, Andhika Prasetya, Hilman Muzakki, M Tommy Kurniawan dan Wafieq Akmal, selaku teman berdiskusi dalam penyusunan Tugas Akhir ini dari awal hingga akhir.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

9. Kholifia Nabila, Lintang Lestari, Erika Kharisma, Dhamira Syahtri, Kamila Dina, dan Qisty Assyifa, selaku teman dekat yang selalu memberikan bantuan dan semangat selama penyusunan Tugas Akhir ini.
10. Kak Lita dan kak Tasya selaku *owner Brand* Mava yang telah membantu dan bersedia untuk menjadi klien dalam *project* perancangan *Company Profile* untuk Tugas Akhir.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan Tugas Akhir ini.

Tugas Akhir ini sudah dibuat dengan sebaik-baiknya, namun tentu masih jauh dalam kesempurnaan baik isi maupun sistematikanya. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan senang hati.

Depok, 25 Agustus 2021

Hany Widyawati

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR ISI**

<b>LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR</b> .....	ii
<b>LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR</b> .....	iv
<b>ABSTRAK</b> .....	v
<b>ABSTRACT</b> .....	vi
<b>PRAKATA</b> .....	vii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xi
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xiii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	2
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan .....	2
1.4 Tujuan dan Manfaat .....	3
1.5 Sistematika Penulisan.....	4
<b>BAB II LANDASAN PERANCANGAN</b> .....	5
2.1 <i>Company Profile dan Brand</i> .....	5
2.2 <i>Layout</i> .....	9
2.3 Warna .....	19
2.4 Tipografi.....	23
<b>BAB III METODE PERANCANGAN</b> .....	29
3.1 Metode Riset Desain .....	29
3.2 Metode Pengumpulan Data .....	30
3.3 Data dan Analisis .....	31
3.4 Arah Kreatif.....	39
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN</b> .....	43
4.1 Konsep Visual .....	43
4.2 Proses Desain .....	47



## © 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

4.3	Media Pendukung.....	59
4.4	Pertimbangan Produksi .....	62
<b>BAB V PENUTUP.....</b>		<b>64</b>
5.1	Simpulan.....	64
5.2	Saran.....	65
<b>DAFTAR REFERENSI.....</b>		<b>66</b>





## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Desain <i>Company Profile</i> .....	7
Gambar 2. 2 <i>Margin</i> .....	10
Gambar 2. 3 <i>Column Grid</i> .....	11
Gambar 2. 4 <i>Modular Grid</i> .....	12
Gambar 2. 5 <i>Hybrid Grid</i> .....	13
Gambar 2. 6 <i>Anatomi Grid</i> .....	15
Gambar 2. 7 <i>Sequence</i> .....	17
Gambar 2. 8 Keseimbangan .....	18
Gambar 2. 9 <i>Hue, Value</i> dan <i>Intensitas</i> .....	21
Gambar 2. 10 <i>Lingkaran Warna</i> .....	22
Gambar 2. 11 <i>Komposisi Warna</i> .....	23
Gambar 2. 12 <i>Legibility</i> .....	24
Gambar 2. 13 <i>Readability</i> .....	25
Gambar 2. 14 <i>Leading</i> .....	25
Gambar 2. 15 <i>Tracking</i> .....	26
Gambar 2. 16 <i>Kerning</i> .....	26
Gambar 2. 17 Efek khusus .....	27
Gambar 2. 18 Efek khusus .....	27
Gambar 3. 1 Logo Mava .....	31
Gambar 3. 2 Instagram Mava .....	33
Gambar 3. 3 Produk mava .....	34
Gambar 3. 4 Logo Jinzu .....	35
Gambar 3. 5 Instagram Jinzu .....	35
Gambar 3. 6 Logo Sepan.co .....	36
Gambar 3. 7 Instagram Sepan.co .....	36
Gambar 3. 8 Logo Comic Jeans .....	37
Gambar 3. 9 Instagram Comic Jeans .....	37
Gambar 4. 1 <i>Mindmapping</i> .....	44
Gambar 4. 2 <i>Moodboard</i> Tema <i>Fun</i> .....	46
Gambar 4. 3 <i>Moodboard</i> Tema <i>Feminim</i> .....	46
Gambar 4. 4 <i>Moodboard</i> Tema <i>Custom</i> .....	46
Gambar 4. 5 <i>Moodboard</i> Tema <i>Jeans</i> .....	47
Gambar 4. 6 <i>Sketsa Imposisi</i> .....	48
Gambar 4. 7 <i>Sketsa Layout</i> Tema <i>Fun</i> .....	49
Gambar 4. 8 <i>Sketsa Layout</i> Tema <i>Feminim</i> .....	50
Gambar 4. 9 <i>Sketsa Layout</i> Tema <i>Custom</i> .....	50
Gambar 4. 10 <i>Sketsa Layout</i> Tema <i>Jeans</i> .....	51
Gambar 4. 11 <i>Desain Komprehensif</i> Tema <i>Fun</i> .....	52
Gambar 4. 12 <i>Desain Komprehensif</i> Tema <i>Feminim</i> .....	53
Gambar 4. 13 <i>Desain Komprehensif</i> Tema <i>Custom</i> .....	53
Gambar 4. 14 <i>Desain Komprehensif</i> Tema <i>Jeans</i> .....	54
Gambar 4. 15 <i>Color Palette</i> .....	55
Gambar 4. 16 <i>Jenis Typeface</i> .....	55

### 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

Gambar 4. 17 <i>Mockup Company Profile Mava</i> .....	56
Gambar 4. 18 <i>Mockup Company Profile Mava</i> .....	58
Gambar 4. 19 <i>Slide Presentasi</i> .....	60
Gambar 4. 20 <i>Mockup Business Card</i> .....	60
Gambar 4. 21 <i>Mockup Id Card</i> .....	61
Gambar 4. 22 <i>Mockup Hang Tag</i> .....	62



### Hak Cipta :

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



**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR TABEL**

Tabel 3. 1 <i>Creative Brief</i> .....	39
Tabel 4. 1 <i>Key Visual</i> .....	44





## © 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

## DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir
2. Transkrip wawancara
3. Daftar riwayat hidup





Hak Cipta :

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

## BAB I PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Salah satu kebutuhan pokok manusia ialah sandang atau pakaian. Di Indonesia saat ini industri pakaian sangatlah berkembang dengan pesat. Hal ini seiring dengan berkembangnya wawasan masyarakat yang mengerti akan pakaian yang sudah menjurus menjadi salah satu bagian dari kehidupan yang tidak dapat dilepaskan dari pemenuhan gaya hidup, penampilan dan suatu kebutuhan dalam masyarakat. Pertumbuhan industri pakaian di Indonesia paling tinggi tercatat sebesar 15,08% pada tahun 2019 di triwulan III ([kemenperin.go.id:2019](http://kemenperin.go.id:2019)). Ditengah tingkat persaingan yang sengit, untuk dapat bersaing dengan yang lainnya suatu *brand* harus melakukan berbagai promosi untuk memengaruhi calon pembeli agar memilih produknya. Tujuan melakukan promosi antara lain untuk mengenalkan produk kepada masyarakat. Agar masyarakat mengetahui *brand* tersebut, perusahaan harus membuat citra yang baik supaya nantinya dapat menguntungkan *brand* tersebut karena para konsumen akan memilih dan mengambil keputusan untuk membeli.

Strategi promosi yang dapat digunakan salah satunya ialah melebarkan sayap dengan berkolaborasi atau menjalin kerjasama dengan calon mitra bisnis untuk menjangkau dan menarik minat konsumen yang lebih luas. Guna mendukung strategi promosi tersebut media yang dapat digunakan ialah berupa *Company profile*. *Company profile* merupakan salah satu cara menyampaikan informasi atau pesan oleh suatu perusahaan. Dan pesan yang ingin disampaikan dari *company profile* ialah berisikan penjelasan tentang nilai lebih perusahaan dan nilai lebih produk (Muhammad et al., 2018).

Salah satu jenis pakaian yang diminati konsumen muda karena aspek *fashion*-nya adalah produk jeans. Hal ini terlihat dengan banyaknya jenis jeans yang beredar baik dalam produksi dalam negeri maupun luar negeri. *Brand* Mava merupakan salah satu brand lokal Indonesia yang terletak di Bandung, didirikan pada tahun 2017 oleh dua orang sahabat yaitu Tasya sebagai tim marketing dan Lita



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

sebagai tim produksi dan pemesanan. Mava pada dasarnya menjual produk celana jeans, namun terdapat juga pilihan selain jeans tetapi tidak terlalu difokuskan penjualannya. Keunggulan *brand* Mava dari *brand* yang lainnya ialah selain menjual produk celana jeans dengan model dan ukuran yang sudah ada atau siap pakai, Mava juga menyediakan pilihan *custom* celana. Mulai dari model, warna, dan juga ukuran celana bisa dipesan dan dibuatkan sesuai permintaan konsumen.

Dalam mempromosikan produknya Mava memanfaatkan platform Instagram dengan akun resmi bernama @mavakabar dan sudah aktif berjualan dari tahun 2017. Penyebaran informasi berupa foto atau video yang diunggah sangat mudah dilakukan melalui Instagram, namun strategi promosi yang digunakan Mava untuk mempromosikan *brand*-nya masih belum cukup, yaitu hanya dengan mengandalkan promosi di akun Instagram milik sendiri. Hal ini membuat bisnis Mava merasa sedikit kesulitan untuk berkembang dan mendapatkan konsumen yang lebih luas karena belum mempunyai pilihan lain untuk mempromosikan *brand*-nya.

Berdasarkan penjelasan yang sudah diuraikan di atas, upaya merancang *company profile* sebagai media promosi merupakan sebuah solusi yang bertujuan untuk menyelesaikan permasalahan yaitu agar *brand* tersebut dapat lebih dikenal dan dijangkau oleh audiensi yang lebih luas dengan cara menjalin kerjasama dengan mitra bisnis. Oleh karena itu, pokok pembahasan yang dipilih untuk Tugas Akhir ini yaitu berjudul “Perancangan *Company Profile* untuk *Brand* Mava”. Perancangan *company profile* ini akan dibahas secara informatif dan komunikatif.

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, rumusan masalah yang diangkat yaitu bagaimana proses perancangan *Company Profile* untuk *Brand* Mava?

### 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan berdasarkan latar belakang permasalahan dapat diuraikan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

1. Proses perancangan media promosi berupa *company profile* untuk *brand* Mava.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain grafis serta teori yang mendukung dalam perancangan desain *company profile* untuk *brand* Mava.
3. Proses pengaplikasian desain *company profile* ke dalam media turunan.

#### 1.4 Tujuan dan Manfaat

Tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam proses perancangan Tugas Akhir ini ialah sebagai berikut:

a. Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini ialah untuk menjelaskan proses perancangan *company profile* untuk *brand* Mava, yang mana dalam prosesnya menerapkan prinsip dan elemen desain grafis serta teori yang mendukung. Dan juga menjelaskan pengaplikasian desain *company profile* ke dalam media turunan.

b. Manfaat

Manfaat pada penulisan proses perancangan *company profile* untuk Tugas Akhir ini ialah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi Dunia Akademis

Penulisan perancangan *company profile* ini diharapkan dapat berguna serta menjadi sumber informasi dan referensi bagi dunia akademis dalam bidang desain grafis khususnya media promosi berupa *company profile*. Selain itu, diharapkan juga penulisan ini dapat digunakan sebagai wadah untuk menambah pengetahuan atau wawasan bagi mahasiswa lain.

2. Manfaat bagi Mava

Pembuatan *company profile* ini bertujuan agar Mava memiliki *company profile* yang dapat digunakan untuk memberikan informasi mengenai profil *brand*, keunggulan *brand* serta menampilkan produk-produk yang dimiliki Mava. Dengan demikian diharapkan *company profile* ini dapat menjadi bagian dari strategi promosi yang tepat, efektif dan bermanfaat bagi Mava khususnya untuk para calon mitra bisnis.



**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

## 1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penulisan tugas akhir ini, terdapat sistematika penulisan yang disusun agar pembahasan dapat terstruktur dengan baik. Sistematika penulisan dibagi menjadi lima bab sesuai dengan ruang lingkup pembahasan, yaitu:

### BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini menjelaskan mengenai latar belakang pembahasan perancangan media promosi berupa *Company profile* untuk *brand* Mava, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat, dan Sistematika Penulisan.

### BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada bab ini berisikan teori-teori ilmiah dan hasil kutipan yang berkaitan dan mendukung perancangan *company profile* untuk *brand* Mava. Teori dan kutipan yang digunakan membahas seputar desain grafis seperti *Company Profile*, *Brand*, *Layout*, Warna, Tipografi, serta teori lain yang berkaitan dengan perancangan *Company Profile*.

### BAB III METODE PERANCANGAN

Pada bab ini membahas tentang metode riset desain, metode pengumpulan data dan teknik yang digunakan untuk memperoleh data. Data yang telah didapat selanjutnya dianalisis dan diubah menjadi sebuah arahan kreatif dalam perancangan *company profile* untuk *brand* Mava.

### BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Pada bab ini menjelaskan tentang proses perancangan *company profile* *brand* Mava. Mulai dari penentuan konsep visual dengan *Mindmapping*, *Moodboard*, sketsa kasar, hingga proses pembuatan desain digital sampai desain terpilih. Serta penerapan desain terpilih pada media pendukung.

### BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisikan simpulan dan saran dalam perancangan *company profile* untuk *brand* Mava yang telah dibuat dan prosesnya telah dibahas pada bab-bab sebelumnya.



Hak Cipta :

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

## BAB V PENUTUP

### 5.1 Simpulan

Setelah melalui proses dalam perancangan *company profile* untuk *brand* Mava ini, didapatkan beberapa simpulan yaitu sebagai berikut:

1. Upaya merancang *company profile* sebagai media promosi bertujuan agar *brand* Mava dapat lebih dikenal dan dijangkau oleh audiensi yang lebih luas dengan cara menjalin kerjasama dengan mitra bisnis. Proses perancangan *company profile* Mava dimulai dari mengumpulkan data dan fakta dengan beberapa metode yang digunakan. Metode tersebut adalah dengan wawancara, observasi dan studi literatur. Setelah data didapatkan selanjutnya dianalisis dengan menggunakan metode SWOT dan juga diolah menjadi *creative brief*. Hasil dari analisis tersebut dapat digunakan sebagai strategi yang mendukung perancangan *company profile*. Setelah data diolah, didapatkan arahan kreatif seperti *key message* dan *design tone and manner* yaitu modern, minimalis dan elegan. Setelah itu proses berikutnya adalah mencari konsep visual untuk desain *company profile* Mava. Konsep visual dicari dengan menggunakan metode riset desain yaitu membuat *mindmapping*, melalui proses tersebut didapatkan 4 (empat) *key word* sebagai konsep visual utama dan divisualisasikan dalam bentuk *moodboard* sebagai acuan untuk mendesain. Kemudian dilanjutkan dengan membuat karya mulai dari pembuatan sketsa kasar berjumlah 4 (empat) sesuai dengan masing-masing konsep visual yang telah didapat, lalu dilanjutkan dengan membuat desain komprehensif. Setelah itu, 4 (empat) dari konsep visual tersebut dipilih 1 (satu) desain yang paling sesuai dengan *tone and manner* untuk dijadikan *company profile* Mava.
2. Elemen-elemen yang digunakan dalam desain terpilih *company profile* dengan konsep visual jeans ini terdiri dari potongan foto jeans yang diletakkan pada beberapa halaman. Konsep visual *company profile* ini didominasi warna biru karena merepresentasikan warna jeans. Pada elemen foto menggunakan 2 (dua) *tone color* yaitu biru dan normal, efek biru pada *background* foto digunakan



## © 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

agar mata pembaca fokus ke objek berwarna normal yang ingin ditunjukkan. Prinsip *layout* yang digunakan yaitu terdapat *emphasis* (penekanan) dengan ukuran judul lebih besar dari body teks dan peletakkan foto dengan ukuran besar agar lebih kontras. *Balance* (keseimbangan) yang digunakan adalah pada desain *layout* adalah simetris dan asimetris agar *layout* tidak terlihat kaku. Jenis *grid* yang diterapkan yaitu *column* dan *manuscript grid*. Dalam desain *company profile* ini jenis huruf yang digunakan adalah sans serif yaitu Nexa Bold dan Nexa Light.

3. Dalam mendukung kegiatan strategi promosi *brand* Mava, desain *company profile* yang terpilih selanjutnya diaplikasikan ke media turunan. Beberapa media turunan yang mengaplikasikan desain dari *company profile* yaitu seperti *slide* presentasi, *business card*, *id card* dan *hang tag*.

### 5.2 Saran

Dengan dibuatnya perancangan buku *company profile* untuk *brand* Mava, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Agar *company profile* Mava menjadi citra perusahaan yang kuat dan terlihat profesional serta konsisten, sebaiknya desain konsep visual pada *company profile* ini juga diterapkan pada media lainnya yang belum pernah dibuat. Jenis *font*, warna dan elemen tetap dijaga dan terlihat setema dengan desain *company profile*.
2. Untuk penelitian berikutnya, media *company profile* dapat dibuat dalam bentuk yang lainnya agar dapat digunakan sesuai dengan keperluan dan kepentingan *brand* Mava.



## DAFTAR REFERENSI

### Buku

- Anggraini, L. S., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual; Dasar-Dasar Panduan Untuk Pemula*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran Melalui Desain Visual*. Yogyakarta: Penerbit Deepublish.
- Ramdani, G. (2019). *Desain Grafis*. Bogor: IPB Press.
- Rustan, S. (2020). *Layout 2020*. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Swasty, W. (2017). *Serba Serbi Warna*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

### Jurnal

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). *Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya*. 1(1), 11.
- Adiel, A. (2016). *Perancangan Branding Fashion Label Affairs*. *Institut Teknologi Sepuluh Nopember Repository*, 155.
- Chandra, C., & Chia, F. (2016). *Perancangan Strategi Desain Komunikasi Visual Sebagai Brand Development Untuk Toper Graphic Studio*. 6(1), 16.
- Harianto, G. A., Damajanti, M. N., & Muljosumarto, C. (2020). *Perancangan Strategi Branding Produk Fashion Warp Berbahan Dasar Limbah Plastik*. *Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 1(16), 9.

### Hak Cipta :

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



## © Hak Cipta 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

Honarto, D. O., Hagijanto, A. D., & Malkisedek, M. H. (2021). *Perancangan Video Company Profile Sebagai Media Promosi CV. Eureka Architect. Jurnal DKV Adiwarna, Universitas Kristen Petra*, 2, 10.

Muhammad, A. M., Prawiradiredja, S., & Fitriyah, I. (2018). *Corporate Value: Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia. Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v2i1.843>

Ratnawati, M. (2020). *Analisis Layout Desain Poster Solo Internasional Performing Arts (SIPA) Tahun 2009-2018. Skripsi Institut Seni Indonesia*

Valentino, D. E., & Hardiansyah, M. J. (2020). *Perancangan Video Company Profile Pada Hotel de Java Bandung. TEMATIK*, 7(1), 1–20. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i1.285>

Verdiansyah, K., Pd, S. S., & Hum, M. (2016). *Perancangan Media Promosi Tercetak Kopi Tarik Ungaran*. 11.

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA

## LAMPIRAN



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



## 1. LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR



© 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





# LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA : Hany Widyawati

NAMA PEMBIMBING : Drs. Ade Noor Riyadhi

JUDUL TUGAS AKHIR : Perancangan Company Profile Untuk Brand Mava

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1		Arahan awal penulisan dan isi proposal	Membuat proposal bab 1 dan bab 2
2		Bab 1 profil klien lebih dilengkapi Bab 2 Teori desain grafis dihilangkan dan diganti menjadi teori company profile dan brand. Teori khusus denim diganti menjadi teori fashion branding	Bab 1 profil klien sudah dilengkapi, ditambahkan domisili, tahun, nama owner serta jabatan Bab 2 teori sudah diganti spt yang disebutkan
3		Bab 2 Metode riset desain disambungkan ke perancangan compro Mava Bagian STP dihilangkan Penulisan kata-kata dikoreksi oleh pak noor	Sudah direvisi seperti yang disebutkan
4	16 Juli	Asistensi bab 4 sampai sketsa kasar	Lanjut ke desain digital
5	28 Juli	Asistensi desain <i>company profile</i> , desain terlalu warna-warni, bentuk foto dirubah jangan melengkung, dan foto lebih dimainkan	Sudah direvisi seperti yang disebutkan
6	30 Juli	Tema konsep diganti ke yg lebih relate dengan celana jeans, gunakan elemen-elemen dari jeans	membuat ilustrasi <i>patchwork</i> sbg elemen visual

## 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

7	3 Agustus	Foto dirubah menjadi 2 tone warna biru dan foto tidak ada yg di- <i>crop</i> , elemen visual diganti menjadi potongan-potongan material celana jeans	Sudah direvisi seperti yang disebutkan
8	4 Agustus	Membahas <i>layout company profile</i> tiap halaman. ganti jenis <i>font</i> dan penempatan <i>layout</i>	Sudah direvisi seperti yang disebutkan
9	6 Agustus	Acc desain <i>company profile</i> dan laporan bab 1-5	



### 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



# LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS

JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA : Hany Widyawati

NAMA PEMBIMBING : MRR Tiyas Maheni, S.H., M.H.

JUDUL TUGAS AKHIR : Perancangan Company Profile Untuk Brand Mava

BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	20 Mei	Pengarahan penulisan yang benar	
2	19 Juli	Mengkoreksi penulisan bab 1-3 - huruf bahasa inggris italic - layout penulisan - penulisan pengutipan yang benar - dll	sudah direvisi sesuai arahan
3	1 Juli	Mengkoreksi penulisan bab 1-3 - sumber kutipan - rubah isi metode penelitian dan metode riset desain	sudah direvisi sesuai arahan
4	6 Juli	Mengkoreksi penulisan bab 1-5 - Kata italic - Pengkoreksian kata	sudah direvisi sesuai arahan
5			
6			

## Hak Cipta :

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

## 2. TRANSKIP WAWANCARA



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





**Hak Cipta :**

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

**Transkrip wawancara dengan owner Mava yaitu Tasya dan Lita**

**1. Bagaimana awal mula Mava?**

Mava ini terbentuk awalnya karena keresahan aku dalam nyari celana yang pas dan cocok sama bentuk tubuh tu susah banget apalagi beli di online sama kalo celana jeans yg bagus itu kan harganya mahal kaya 500rb keatas. Terus ternyata ni yg ngerasain keresahan ini bukan cuma aku doang, banyak juga temen-temen yang lain. Yaudah dari situ kita mau ngasih solusinya dengan membangun Mava yang mana Mava ini nyediain bisa custom ukuran dan model. Kebetulan aku juga ngerti seluk beluk dan tau cara memanfaatkan sumber daya lokal, dari situ deh aku bisa produksi celana buat Mava.

**2. Mengapa memakai nama “Mava”?**

Pake nama “Mava” karena waktu itu Lita cari bahasa lain dari "nyaman"

**3. Anggotanya ada siapa aja dan jabatannya sebagai apa?**

Anggota nya aku (Tasya) sama Lita

Lita responsible untuk bagian production/operation (beli bahan, kontak vendor bahan & jahit, QC produk yg mau dikirim ke customer, bikin packaging, update ready stock list, shipping, sama brainstorm product development)

Lita juga suka bantu cari/kontak endorsement gitu & balesin customer di line@ atau dm ig kalo tasya lagi sibukk

Kalau aku (Tasya): bagian admin socmed, marketing & finance. kadang merangkap legal juga kalo butuh bikin kontrak kerjasama dgn pihak eksternal atau HR; bikin kontrak, trus jadi admin ya bales2in chat customer di semua platform sih shopee wa dm ig website

marketing biasanya planning konten + bikin konten ig story & feeds barengan, cari2 endorsement, kontak PIC influencer buat endorsement nya, update platform jualan kyk shopee & website, bikin caption postingan juga



**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

finance sih lebih ke bikin invoice, bayar2 mbanking, bikin laporan pemasukan/pengeluaran (financial statement)

**4. Produk apa saja yang ditawarkan?**

Jualan jeans dan celana. Kita ga batesin di jeans tp kita juga jual celana bahan, misalnya yg vibrant collection itu bahannya bukan jeans. Cuma yang lebih kita fokusin dan unggulkan itu produk jeansnya. Selain jual produk kita juga menawarkan jasa, dimana orang bisa custom ukuran atau model, orang mau custom kantongnya ada berapa, modelnya gimana gitu-gitu bisa.

**5. Target market Mava?**

Target market Mava sebenarnya baru cewe, mayoritas yg beli cewe tapi waktu itu ada juga cowo yg beli custom model range umur 17-25 tahun, anak sma, kuliah, freshgraduate daerah tinggal di kota-kota besar terutama Jawa

**6. Range harga produk-produk Mava berapa? Untuk yang custom berapa?**

Range harga produk mava start dr 249rb, paling mahal 379rb itu buat yg two tone jeans gitu yg 2 warna. custom model pukul rata 349rb, kecuali custom model 2 warna itu tetep ke 379rb itu. Kalau custom ukuran sama warna itu gratis.

**7. Satu model celana biasanya nyetok berapa banyak per ukuran?**

Gabanyak sih, biasanya 1 jenis celana nyetok 1 per ukuran.

**8. Visi & Misi Mava?**

Visi :

Menjadi leader brand jeans di pulau jawa yang dpt memenuhi kebutuhan wanita dalam mencari celana yg fit di segala bentuk tubuh mereka.

Misi :

Dengan memberikan value2 mava melalui pengalaman konsultasi & custom dari mulai ukuran, model, hingga warna yang diinginkan customer.



**Hak Cipta :**

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

**9. Keunggulan dari Mava apa? Apa yang bikin beda dari yang lain?**

Keunggulan dr Mava bisa custom model sesuai foto referensi dr customer. bisa custom warna walaupun yg gak ada di katalog kita coba cek dulu ke vendor. Untuk custom model pengecualiannya itu yang model aneh-aneh, ripped jeans sama overall itu kita gabisa bikinnya. Terus kita platform nya ada lumayan banyak, bisa order via shopee, line@, ig, website, sama whatsapp juga.

kita juga bisa tuker celana kalo kegedean/kekecilan, selama celana yg dibeli itu bukan custom ukuran/model.

**10. Kompetitor Mava siapa saja?**

Kompetitor utama bgt itu jinzu official karena bisa custom size, trus custom warna juga. Bener2 kaya mereka juga sistemnya pre order kan walaupun punya ready stock.

Kalo yg indirect competitor (tapi di industri sama) itu ada wearthreek, nikiijeans.

**11. Bagaimana alur pemesanan di Mava?**

- Kalau yg bukan custom nih kalau via shopee kaya biasa tinggal checkout ajaa, kalau via wa atau dm ig atau line@ biasanya mereka blg mau order produk apa nah nanti aku kirim format order. Setelah udah melakukan pembayaran baru kita proses produksi dan pengiriman.
- Kalau yg order custom ukuran atau warna bisa order lewat platform mana aja selama ada fitur note, soalnya mereka biasanya nanya-nanya dulu dan konsultasi nah nanti kita *make sure* mereka buat ngikutin panduan ukuran yg udah ada di Instagram Mava biar gasalah ukuran, kalau mereka masih bingung kita jelasin lagi. Kalau mereka sudah fix nanti kita kirim format ordernya kaya biasa.
- Kalau custom model, biasanya customer chat nanya2 dulu kan mau desain celananya kaya gimana, nah nanti kita diskusi dulu dan konsul tentang desainnya, kalau udah fix aku kasih format order+note dia pesennya celana kaya gimana.



**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

**12. Kalau boleh tau apa yang mendasari/alasan ingin membuat company profile/tujuannya apa?**

Ingin image brand terlihat professional sih, misal ada kolaborasi sama event besar atau brand lain mau ngajak collab, itu bisa bikin Mava terlihat lebih professional dengan adanya compro. kalau mau endorse influencer yang udah ternama dan mau ikut bazar atau pop up market itu butuh compro karena dari situ kita ngenalin dan liatin barang produk kita.

**13. Apa yang diharapkan nantinya setelah punya compro?**

Kaya tujuan tadi sih mau Mava diliat sebagai usaha bisnis yang professional, trus bisa lolos seleksi dan ikut bazar pop up market. Bisa promosi juga karna ada katalog produk-produk sama keunggulan Mava di dalem compro.

**14. Apa kesan yang ingin dimiliki Mava atau Mava ingin dilihat brand yang seperti apa?**

Mava kaya mau reachout orang-orang yang gabisa beli langsung beli di toko karena kendala ukuran atau model

**15. Desain company profile Mava mau seperti apa nantinya (desainnya, tone & manner, gaya bahasa, fotonya dll)**

Sebenarnya kita udah ada panduan untuk gaya desain Mava sih, cuma gaya desainnya mau yg minimalis, mau nampilin high local brand, colorfun tapi kalau untuk fotografinya mava tu masuk ke casual, streetwear juga bisa soalnya model celananya yg model baggy-baggy gitu.





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

## Transkrip wawancara dengan owner dari Clothing Brand

### Pertanyaan

1. Apakah brand anda pernah menjalin kerjasama dengan *brand* lain?
2. Menurut anda apakah *brand* celana jeans perlu media promosi? kenapa?
3. Jika dilihat dari tampilan Instagram brand Mava, citra Mava bagaimana sih?
4. Menurut anda apakah *company profile* dapat menambah citra profesionalitas suatu *brand*?
5. Menurut anda, *company profile* dengan gaya desain seperti apa yang akan anda terima jika *brand* celana jeans ingin berkolaborasi dengan *brand* anda?

### Jawaban

#### 1. Brand Glim lach

1. Belum pernah
2. Menurut saya setiap *brand* khususnya *brand* jeans perlu adanya media promosi, karna dengan adanya media promosi kita bisa menginformasikan tentang *brand* atau usaha kita misalnya tentang produk yang baru di rilis, promo - promo yang sedang berjalan seperti *discount* dll.
3. Dilihat dari instagram Mava terlihat tiap postingan rapih dan terkesan santai
4. Jelas menurut saya adanya *company profile* membuat perusahaan atau *brand* kita terlihat *professional*, apalagi didukung dengan bentuk dan isi dari *company profile* itu sendiri dan menurut saya sebuah *company profile* itu cerminan langsung dari perusahaan atau *brand* itu sendiri. *Company profile* yang menurut saya wajib ada di setiap perusahaan, usaha atau *brand*.
5. Mungkin untuk visual atau gaya desain yang saya terima misalkan ada *brand* yang ingin berkolaborasi yaitu gaya desain yang minimalis dengan sedikit tambahan ilustrasi stencil. Lalu isinya juga memuat informasi yang lengkap.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

## 2. Brand Diri.dara

1. Pernah.
2. Perlu karna dari media promosi kita bisa lihat apa yang ingin ditawarkan oleh *brand* tersebut.
3. Rapih, modern, casual
4. Tentu saja, dengan adanya *company profile* menurut saya *brand* tersebut dapat terlihat professional dan juga bisa digunakan untuk kepentingan-kepentingan bisnis.
5. *Company profile* dengan desain yang menarik misalnya seperti menggunakan ilustrasi



### 3. DAFTAR RIWAYAT HIDUP



#### © 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





**HANY WIDYAWATI**  
graphic designer

## Profile



Bogor, 29 Oktober 1999



Pondok Sukmajaya Permai



089678038365



hanywidyawati29@gmail.com



hnyw\_ / adoralice\_

**Hallo** saya Hany, saya sangat tertarik dan bersemangat dalam dunia desain grafis. Saya orang yang kreatif, detail, teliti dan tekun dalam mendesain.

## Education

- 2021 | D4 Desain Grafis - Politeknik Negeri Jakarta
- 2017 | SMA Yaspen Tugu Ibu 1 Depok
- 2014 | SMP Negeri 6 Depok

## Skills



## Personality



## Interest



Listening to Music



Watching Movies



Sewing



Painting