



© 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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN BUKU *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT REKSAGRIYA ANTAM



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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Oleh:

NAJWA AUDREY NARESWARI NADINE

2206421075

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
2026**



LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media
Promosi PT Reksagriya Antam
Penulis : Najwa Audrey Nareswari Nadine
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 8, Juli 2026

Menyetujui,
Dosen Pembimbing


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

**LEMBAR PENGESAHAN
LAPORAN TUGAS AKHIR**

**PERANCANGAN BUKU *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA
PROMOSI PT REKSAGRIYA ANTAM**

Oleh:
NAJWA AUDREY NARESWARI NADINE
2206421075

Disahkan:
Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

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

Penguji II

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.
NIP 19881215201832001

Kepala Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds.
NIP 19881215201832001

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

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama	:	Najwa Audrey Nareswari Nadine
NIM	:	2206421075
Jurusan	:	Teknik Grafika Penerbitan
Prodi	:	Desain grafis
Judul	:	Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi PT Reksagriya Antam

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan tugas akhir yang sudah saya rancang merupakan karya sendiri dan benar keasliannya. Apabila ditemukan penulisan ini hasil plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan sekaligus menerima konsekuensi berdasarkan tata tertip di Politeknik Negeri Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

JAKARTA

Depok, 8 Juli 2026

Yang menyatakan,



Najwa Audrey Nareswari Nadine



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

ABSTRAK

PT Reksagriya Antam merupakan perusahaan yang bergerak di bidang pengelolaan aset, *building management*, serta penyedia layanan *hospitality* dan MICE. Meskipun telah memiliki identitas baru melalui branding "*MOVE*", perusahaan belum memiliki media *company profile* yang mampu merepresentasikan citra profesional serta mengomunikasikan layanan dan keunggulan perusahaan secara terstruktur kepada target audiens B2B. Perancangan ini bertujuan menghasilkan buku *company profile* yang memiliki diferensiasi visual, menerapkan prinsip desain grafis, serta memperkuat komunikasi dan positioning perusahaan. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan *Design Thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *testing*. Pengumpulan data dilakukan melalui studi literatur, observasi, wawancara dengan pihak perusahaan dan konsumen, serta analisis SWOT dan *positioning* sebagai dasar penyusunan konsep kreatif. Hasil perancangan berupa buku *company profile* berukuran B5 dengan konsep visual "*Clean Space Textured*" yang menggabungkan tema arsitektur dan glassmorphism. Desain menerapkan prinsip keseimbangan, hierarki, kontras, proporsi, unity, dan white space sehingga menghasilkan penyajian informasi yang jelas, modern, dan profesional. Selain buku *company profile*, dirancang pula media pendukung berupa business card dan template presentasi untuk menjaga konsistensi identitas visual perusahaan. Perancangan ini diharapkan dapat menjadi media promosi yang memperkuat citra PT Reksagriya Antam serta mendukung komunikasi bisnis dengan calon klien dan mitra.

Kata kunci: *company profile*, media promosi, desain grafis, *Design Thinking*, PT Reksagriya Antam



Hak Cipta :

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

ABSTRACT

PT Reksagriya Antam is a company engaged in asset management, building management, hospitality services, and MICE. Although the company has introduced its new corporate identity through the "MOVE" branding, it has not yet possessed a company profile that professionally represents its corporate image and communicates its services and competitive advantages in a structured manner to its B2B target audience. This project aims to design a company profile book with a distinctive visual identity, apply graphic design principles, and strengthen the company's communication and market positioning. The research employed a descriptive qualitative method using the Design Thinking approach, consisting of the empathize, define, ideate, prototype, and testing stages. Data were collected through literature studies, observations, interviews with the company and its customers, as well as SWOT and positioning analyses to formulate the creative concept. The final outcome is an B5-sized company profile book based on the "Clean Space Textured" visual concept, combining architectural elements with a glassmorphism style. The design applies the principles of balance, hierarchy, contrast, proportion, unity, and white space to present information in a clear, modern, and professional manner. Supporting media, including business cards and presentation deck templates, were also designed to maintain a consistent corporate visual identity. The resulting company profile is expected to serve as an effective promotional medium that strengthens PT Reksagriya Antam's corporate image and supports business communication with prospective clients and business partners.

Keywords: company profile, promotional media, graphic design, Design Thinking, PT Reksagriya Antam.



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

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena atas rahmat dan karunia-Nya, skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi yang penulis tempuh.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan selama proses penyusunan, kepada pihak PT Reksagriya Antam yang telah memberikan kesempatan serta informasi yang dibutuhkan, serta kepada keluarga dan rekan-rekan yang telah memberikan dukungan moral selama proses penelitian dan penulisan.

1. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, ST., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis Teknik Grafika dan Penerbitan.
4. Anggi Anggarini, M.Ds selaku dosen pembimbing yang berperan dalam menyelesaikan laporan tugas akhir.
5. Pihak Manajemen serta marketing PT Reksagriya antam selaku klien dalam membantu mengisi database informasi pada laporan tugas akhir.
6. Terimakasih kepada orang tua yang selalu mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan Laporan Tugas Akhir ini.
7. Terimakasih kepada Abyan, Kezia, Aryani, Garry, Zahra, Dhila, Adam dan Bizkit yang telah mendukung dan mendengarkan keluh kesah penulis saat mengerjakan Laporan Tugas Akhir ini.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki keterbatasan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa mendatang. Semoga laporan tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan keilmuan dan menjadi



© 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

referensi bagi penelitian selanjutnya.

Depok, 19 Juli 2026

Najwa Audrey Nareswari Nadine





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	i
LAPORAN TUGAS AKHIR.....	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
PRAKATA.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Tujuan Penelitian	4
1.4.2 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II.....	6
LANDASAN PERANCANGAN	6



© 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

2.1 Promosi	6
2.2 Media Promosi	6
2.2.1 Fungsi Media Promosi	7
2.2.2 Jenis Media Promosi	7
2.3 <i>Company Profile</i> Sebagai Media Promosi	8
2.3.1 Fungsi <i>Company Profile</i>	9
2.3.2 Tujuan <i>Company Profile</i>	9
2.3.3 Sistematisasi Konten <i>Company Profile</i>	9
2.4 Prinsip Desain Grafis	10
2.5 Elemen Desain Grafis	11
2.5.1 Tipografi	11
2.5.2 <i>Layout</i>	12
2.5.3 Gambar	12
2.6 Metode <i>Design Thinking</i>	13
BAB III	16
METODE PERANCANGAN	16
3.1 Metode Penelitian	16
3.2 Data dan Analisis	17
3.2.1 Profil Klien	17
3.2.2 <i>Product Knowledge</i>	18
3.2.3 <i>Target Audience</i>	20
3.2.4 Kompetitor	21
3.2.5 <i>Consumer Insight</i>	23
3.2.6 <i>Positioning</i>	24
3.2.7 Analisis SWOT	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

3.3 Arahkan Kreatif	28
BAB IV	31
HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN	31
4.1 Konsep Visual	31
4.1.1 <i>Mindmap</i>	31
4.1.2 <i>Moodboard</i>	33
4.2 Proses Desain	34
4.2.1 Sketsa Imposisi	34
4.2.2 Sketsa Manual	35
4.2.3 Desain Komprehensif Digital	38
4.2.4 Desain Terpilih	41
4.3 Penerapan Elemen Desain Grafis	42
4.3.1 Pemilihan Warna	42
4.3.2 Penggunaan Tipografi	43
4.3.3 Penggunaan Fotografi	43
4.3.4 Penggunaan Elemen Visual	44
4.3.5 Penataan <i>Layout</i>	45
4.4 <i>Prototype</i>	47
4.5 <i>Testing</i>	47
4.6 Desain Final	49
4.7 Media Pendukung	75
4.8 Pertimbangan Produksi	76
4.8.1 Buku <i>Company Profile</i>	76
4.8.2 Business Card	77
BAB V	78



© 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

SIMPULAN DAN SARAN	78
5.1 Simpulan	78
5.2 Saran	79
Daftar Pustaka	84





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 Design thinking	13
Gambar 3. 1 Logo PT Reksagriya Antam.....	17
Gambar 3. 2 Logo PT Reksagriya Antam.....	19
Gambar 3. 3 Logo PT Patra Jasa.....	21
Gambar 3. 4 Logo Mas Group	22
Gambar 3. 5 Logo CBRE	22
Gambar 3. 6 Positioning	24
Gambar 4. 1 Mindmap	33
Gambar 4. 2 Moodboard	34
Gambar 4. 3 Sketsa Imposisi	34
Gambar 4. 4 Sketsa Alternatif Linked Paths.....	35
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif Asymmetrical Geometry	36
Gambar 4. 6 Sketsa Alternatif Architect Perspective	37
Gambar 4. 7 Sketsa Alternatif Clean Space Textured	37
Gambar 4. 8 Sketsa Alternatif Contrast Path	38
Gambar 4. 9 Desain Komprehensif Linked Path	39
Gambar 4. 10 Desain Komprehensif Clean Space Textured	40
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif Architect Perspective	41
Gambar 4. 12 Desain Terpilih Clean Space Textured	42
Gambar 4. 13 Pemilihan Warna.....	42
Gambar 4. 14 Penggunaan Tipografi	43
Gambar 4. 15 Penggunaan Fotografi	44
Gambar 4. 16 Penggunaan Elemen Visual.....	45
Gambar 4. 17 Layout	46
Gambar 4. 18 Prototype Cetak.....	47
Gambar 4. 19 Feedback Capture Matrix.....	48
Gambar 4. 20 Final Design Cover Depan.....	49



© 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. 21 Final Design Page Break.....	50
Gambar 4. 22 Final Design Chapter 1	51
Gambar 4. 23 Final Design Table of Content.....	52
Gambar 4. 24 Final Design Chapter 2	53
Gambar 4. 25 Final Design Diagram Chapter 2	54
Gambar 4. 26 Final Design Chapter 3	55
Gambar 4. 27 Final Design Vision and Mission.....	56
Gambar 4. 28 Final Design Chapter 4	57
Gambar 4. 29 Final Design BoD and BoC	58
Gambar 4. 30 Final Design Chapter 5	59
Gambar 4. 31 Final Design Main Business Activities.....	60
Gambar 4. 32 Final Design Supporting Business Activities.....	61
Gambar 4. 33 Final Design Chapter 6	62
Gambar 4. 34 Final Design Business Line Up 1.....	63
Gambar 4. 35 Final Design Business Line Up 2.....	64
Gambar 4. 36 Final Design Chapter 7	65
Gambar 4. 37 Final Design Certification 1	66
Gambar 4. 38 Final Design Certification 2.....	67
Gambar 4. 39 Final Design Chapter 8	68
Gambar 4. 40 Final Design Client & Partners 1	69
Gambar 4. 41 Final Design Client & Partners 2	70
Gambar 4. 42 Final Design Testimonials 1	71
Gambar 4. 43 Final Design Testimonials 2	72
Gambar 4. 44 Final Design Contacts	73
Gambar 4. 45 Final Design Back Cover	74
Gambar 4. 46 Sketsa Imposisi Revised.....	75
Gambar 4. 47 Business Card.....	76
Gambar 4. 48 Deck Template	76



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 SWOT	26
Tabel 3. 2 Arahana Kreatif	28
Tabel 4. 1 Key Visual	33





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Logbook Bimbingan
Lampiran 2	:	Transkrip Wawancara 1
Lampiran 3	:	Transkrip Wawancara 2
Lampiran 4	:	Hasil Cek Plagiasi Turnitin
Lampiran 5	:	Dokumentasi Uji Coba
Lampiran 6	:	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

Dalam era persaingan bisnis yang semakin kompetitif, khususnya pada sektor *business to business* (B2B), perusahaan dituntut untuk mampu menampilkan citra profesional dan kredibel di hadapan mitra maupun calon klien. Dalam sektor bisnis B2B, komunikasi pemasaran menjadi elemen utama dalam strategi pemasaran karena berperan langsung baik terhadap peningkatan *brand awareness*, penguatan relasi bisnis, dan pertumbuhan *sales* (Felik & Manggu, 2024). Media promosi seperti *company profile* menjadi media penting dalam memperkenalkan identitas perusahaan, menyampaikan kompetensi layanan, serta menumbuhkan kepercayaan pihak eksternal terhadap kinerja organisasi (Ningsih & Oemar, 2021).

Seperti pada sebuah *company profile* yang dirancang dengan baik tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai representasi identitas, nilai, dan profesionalisme perusahaan. Selain itu, *company profile* juga menjadi *touch point* penting dalam proses pemasaran. Karena, mampu membantu proses pemasaran dalam memperkenalkan perusahaan secara efisien dan membangun persepsi positif di benak calon mitra bisnis (Hidayath dkk., 2024). *Company profile* memiliki informasi yang cukup dari sejarah, visi misi, sampai ke produk dan jasa, yang mana menjadi peranan penting bagi bisnis pada segmen B2B (Ardianto & Purhita, 2023).

Dalam perancangan sebuah *company profile*, desain grafis memegang peran strategis sebagai sarana untuk mentransformasikan informasi perusahaan ke dalam bentuk komunikasi visual yang terstruktur, menarik, dan mudah dipahami. Komunikasi visual, pemasaran, dan desain grafis memiliki hubungan yang penting untuk membangun strategi bisnis yang baik (Hidayath dkk., 2024).

PT Reksagriya Antam (RGA) merupakan perusahaan afiliasi PT Aneka Tambang Tbk (ANTAM) yang bergerak dalam bidang pengelolaan aset non-tambang, seperti gedung perkantoran, ruang pertemuan, area komersial, lahan



© 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

parkir, hingga pusat olahraga. Seluruh aset ini dikelola dengan skema penyewaan yang sebagian besar ditujukan bagi segmen B2B. Ditambah pula, RGA tengah melakukan pembaruan identitas visual melalui peluncuran logo baru bertema “Move”, yang merepresentasikan semangat perubahan, profesionalisme, dan pertumbuhan berkelanjutan. Namun, hingga saat ini RGA belum memiliki *company profile* cetak sebagai media promosi resmi yang mampu merepresentasikan identitas dan nilai perusahaan secara menyeluruh. Media yang tersedia seperti situs *website* dan media sosial belum dimanfaatkan secara optimal dan belum mampu menampilkan citra perusahaan secara profesional. Kondisi tersebut menjadi tantangan bagi tim pemasaran dalam menjalin kerja sama dengan mitra bisnis baru, karena keterbatasan media pendukung yang informatif dan meyakinkan. Sedangkan, mempertahankan hubungan bisnis dengan mitra dalam jangka panjang menjadi aset utama yang paling penting (Tedja dkk., 2024). Terlebih, *company profile* tidak hanya membantu relasi eksternal, namun menyangkut internal juga (Ardianto & Purhita, 2023). Oleh karena itu, diperlukan sebuah media komunikasi yang selaras dengan identitas baru tersebut sekaligus mampu menjadi sarana promosi yang efektif bagi perusahaan.

Berdasarkan hal ini, perancangan buku *company profile* PT Reksagriya Antam menjadi penting untuk dilakukan. Media ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sarana promosi cetak yang informatif, representatif, serta mendukung upaya perusahaan dalam memperkuat *brand positioning* di pasar B2B. Dengan adanya *brand positioning* ini pun akan memiliki manfaat berkelanjutan dalam perusahaan B2B (Casidy & Lie, 2023).

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, penelitian ini berfokus pada permasalahan utama, yaitu belum tersedianya media promosi cetak berupa *company profile* yang mampu mendukung kegiatan pemasaran PT Reksagriya Antam. Oleh karena itu, rumusan masalah dalam penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

1. Bagaimana merancang *company profile* PT Reksagriya Antam yang mampu merepresentasikan kredibilitas perusahaan melalui pengalaman kerja, variasi dan jumlah klien, serta lamanya perusahaan beroperasi, sekaligus menanamkan positioning branding baru “Move” sebagai identitas strategis perusahaan, bukan sekadar sebagai media penjualan?
2. Bagaimana penerapan prinsip dan teori desain grafis dapat membuat komunikasi visual dalam *company profile* PT Reksagriya Antam yang efektif?
3. Bagaimana hasil perancangan *company profile* dapat dikembangkan menjadi konsep media pendukung yang relevan untuk memperkuat brand image perusahaan?

1.3 Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian

Ruang lingkup pembahasan dalam penelitian ini dibatasi pada aspek perancangan desain grafis yang berhubungan dengan kebutuhan promosi PT Reksagriya Antam melalui media *company profile*. Fokus penelitian diarahkan agar hasil perancangan sesuai dengan identitas visual perusahaan dan relevan dengan bidang studi desain grafis. Adapun ruang lingkup pembahasan ini meliputi:

1. Perancangan media promosi berupa *company profile* dalam format buku cetak sebagai sarana informasi dan representasi “move” sebagai identitas PT Reksagriya Antam.
2. Penerapan prinsip dan elemen desain grafis, meliputi tipografi, warna, layout, dan ilustrasi, untuk menciptakan tampilan visual yang konsisten, informatif, dan menarik.
3. Pemanfaatan teori desain grafis sebagai landasan konseptual dalam proses perancangan, guna menghasilkan karya yang mampu memperkuat citra profesional dan kredibilitas perusahaan.



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

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk:

1. Merancang *company profile* PT Reksagriya Antam yang memiliki diferensiasi visual dan konsistensi identitas sesuai logo baru (*Move*).
2. Menerapkan prinsip dan teori desain grafis untuk membangun kejelasan dan efektivitas penyampaian informasi dalam *company profile*.
3. Mengembangkan konsep desain *company profile* menjadi rancangan media pendukung yang relevan untuk memperkuat komunikasi dan positioning perusahaan.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi PT Reksagriya Antam (klien): tersedianya media promosi cetak yang representatif untuk keperluan *pitching*, presentasi, dan penguatan citra perusahaan di segmen B2B.
2. Bagi pengembangan ilmu desain grafis: kontribusi studi kasus penerapan teori desain grafis pada perancangan *company profile* dalam konteks komunikasi korporat.
3. Bagi praktik desain: pedoman praktis dan referensi desain yang dapat digunakan oleh tim internal maupun desainer dalam menyusun materi promosi korporat yang efektif.

1.5 Sistematika Penulisan

Laporan tugas akhir ini tersusun dalam beberapa bab. Setiap bab memiliki fungsi dan pembahasan yang saling berkaitan agar proses penelitian dan perancangan dapat dijelaskan secara terstruktur.

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan perancangan, manfaat perancangan, serta sistematika penulisan. Bab



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

ini memberikan gambaran umum mengenai alasan dilakukannya penelitian dan arah dari perancangan *company profile*.

BAB II

LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori yang mendasari proses perancangan *company profile*. Pembahasan meliputi media promosi, *marketing collateral*, desain komunikasi visual, *design thinking*, *mindmap*, dan *moodboard*. Bab ini menyediakan pijakan teoretis agar proses perancangan berjalan terarah.

BAB III

METODE PENELITIAN

Bab ini menguraikan metode pengumpulan data dan analisis yang digunakan. Pembahasan meliputi studi literatur, observasi, wawancara, dokumentasi, teknik analisis data, beserta hasilnya. Bab ini menjelaskan bagaimana data diperoleh dan diolah untuk mendukung perancangan sampai tahap hasil akhir. Melalui analisis konseptual komunikasi pemasaran, analisis konteks B2B, analisis sistematisasi konten, serta analisis visual berbasis prinsip desain grafis dan pendekatan *design thinking*.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini menjelaskan proses perancangan *company profile* yang dimulai dari penyusunan konsep visual melalui *mindmap* dan *moodboard*. Tahapan selanjutnya meliputi sketsa manual, pengembangan alternatif desain, penyusunan desain komprehensif, hingga penetapan desain terpilih. Selain itu, bab ini juga membahas penerapan desain pada media pendukung serta pertimbangan dalam proses produksi.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari proses perancangan *company profile* PT RGA. Selain itu bab ini juga memuat saran yang diharapkan dapat menjadi masukan referensi yang bermanfaat bagi pembaca.

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 V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan yang telah dilakukan, penelitian ini telah mencapai simpulan sebagai berikut

1. Dalam merancang *company profile* yang memiliki diferensiasi visual, tidak dapat dibangun hanya dari estetika desain saja. *Company profile* dengan diferensiasi visual yang baik memerlukan pemahaman terhadap kondisi perusahaan dan kebutuhannya. Oleh karena itu, *emphatize* dan *define* pada *design thinking* menjadi tahapan yang kritis. Melalui pengumpulan data dari studi literatur, observasi, dan wawancara yang kemudian diolah menjadi *positioning*, SWOT, dan arahan kreatif dapat memperluas pemahaman terhadap penelitian dan perancangan *company profile*. Selama proses ini berlangsung, terdapat kendala dalam mencari narasumber wawancara yang cukup secara jumlah, sehingga, proses ini terhambat dalam waktu penyelesaian. Data yang diolah menjadi *positioning*, SWOT, menghasilkan arahan kreatif yang mampu menentukan identitas visual perusahaan secara lebih akurat. Melalui proses ini, ditemukan *positioning* RGA sebagai perusahaan pengelola aset yang terpercaya dan berpengalaman yang mengedepankan *hospitality*. Dari temuan ini, menunjukkan bahwa analisis data menjadi dasar penting dalam menghasilkan *company profile* yang mampu merepresentasikan nilai-nilai perusahaan sekaligus membangun diferensiasi.
2. Merancang *company profile* yang efektif dalam komunikasi visual sangat dipengaruhi oleh penerapan prinsip dan elemen desain grafis. Tidak hanya komunikasi pada konten, visual dan kesan yang ingin disampaikan dapat ditata pada *mindmap* dan *moodboard*. *Mindmap* dan *moodboard* menunjukkan bahwa emosi, kesan, dan estetika dapat ditentukan dan dilihat bahkan sebelum memulai sketsa. Penggunaan elemen-elemen desain dapat menyampaikan informasi yang mudah dipahami dengan kegunaannya



© 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

masing-masing. Selain itu, penerapan prinsip-prinsip desain grafis mampu membangun persepsi yang diinginkan sesuai dengan nilai-nilai perusahaan. Informasi yang ingin disampaikan menjadi lebih mudah diterima dan efektif.

3. *Company profile* tidak hanya berfungsi sebagai media promosi cetak, tetapi juga dapat menjadi dasar pengembangan identitas visual. Penelitian ini menunjukkan bahwa konsep visual yang dirancang berhasil diterapkan dalam media pendukung berupa *business card* dan *deck presentation template*. Dengan adanya media pendukung, tercipta konsistensi identitas perusahaan di berbagai media. Selain itu, temuan ini menunjukkan bahwa pengembangan media pendukung perlu mempertimbangkan fungsi komunikasi masing-masing media, karakteristik perusahaan, serta konsistensi identitas visual yang tidak hanya menjadi media komunikasi, tetapi juga memperkuat *company image* dan *positioning* perusahaan secara berkelanjutan.

5.2 Saran

1. Perancangan *company profile* lebih baik diawali dengan proses analisis yang lebih mendalam. Dalam pengumpulan data dapat melibatkan narasumber yang lebih beragam dan dipersiapkan lebih awal agar lebih efektif. Khususnya, pihak pengambil keputusan dalam kerja sama B2B, sehingga *insight* yang diperoleh dapat menghasilkan strategi komunikasi visual yang lebih tepat dan mampu memperkuat diferensiasi perusahaan.
2. Perancangan media komunikasi visual dapat dikembangkan tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga penerapan prinsip desain grafis sebagai dasar menyampaikan informasi. Pengembangan desain memerlukan pertimbangan keterbacaan dan kesesuaian konsep agar *company profile* mampu berfungsi sebagai media promosi dan komunikasi yang efektif sekaligus membangun persepsi profesional terhadap 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

3. Pengembangan media pendukung lebih baik disesuaikan dengan tujuan komunikasi dan karakteristik pada perusahaan, sehingga identitas visual dapat diterapkan secara konsisten pada berbagai media.





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

- Ardianto, Y., & Purhita, E. J. (2023). *Company Profile Printing As A Media To Support Promotion And Information For Digital Printing Resolution Companies*.
- Astuti, E. R. W. (2021). *Analisis Penerapan Prinsip Layout pada Visual Konten Instagram Penerimaan Mahasiswa Baru Institut Teknologi dan Sains Nahdlatul Ulama Pasuruan Tahun 202*. 2(2).
- Badriyah, Subroto, S., & Apriani, H. (2025). Perancangan Company Profile Berbasis Cetak Digital sebagai Media Promosi pada Radio 103 FM Jakarta. *DIVERSITY: Journal of Multi Science Linearity*, 3(1), 28–36.
<https://doi.org/10.58738/diversity.v3i1.959>
- Casidy, R., & Lie, D. S. (2023). The effects of B2B sustainable brand positioning on relationship outcomes. *Industrial Marketing Management*, 109, 245–256. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2023.02.006>
- Christine, C. C., & Oktavianti, R. (2021). Pengaruh Pesan Persuasif Beauty Vlogger terhadap Keputusan Pembelian. *Prologia*, 5(1), 108.
<https://doi.org/10.24912/pr.v5i1.8164>
- Dong, Y., Zhu, S., & Li, W. (2021). Promoting Sustainable Creativity: An Empirical Study on the Application of Mind Mapping Tools in Graphic Design Education. *Sustainability*, 13(10), 5373.
<https://doi.org/10.3390/su13105373>
- El Adawiyah, S., Patrianti, T., Dhamayanti, M., Pratiwi, N. I., Seituni, S., & Ginting, R. (2022). *Integrated Marketing Communications Sharia Banking Economy: International Conference on Social, Economics, Business, and Education (ICSEBE 2021)*. <https://doi.org/10.2991/aebmr.k.220107.017>



© 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

Faiz, N. S. A., & Santoso, E. B. (2022). *PENGARUH PROMOSI PENJUALAN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SHOPEEFOOD*. 8.

Fatimah, K. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK. *IKONIK : Jurnal Seni dan Desain*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.607>

Felik, Y., & Manggu, B. (2024). *PERAN KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM MENINGKATKAN BRAND AWARENESS DAN PENJUALAN: PENDEKATAN STRATEGI*.

Hidayath, A., Razilu, Z., & Saputra, H. N. (2024). Pengembangan Company Profile Berbasis Video Sebagai Media Promosi Universitas Muhammadiyah Kendari: Development of a Video-Based Company Profile as a Promotional Media for Universitas Muhammadiyah Kendari. *MALCOM: Indonesian Journal of Machine Learning and Computer Science*, 4(1), 108–117. <https://doi.org/10.57152/malcom.v4i1.979>

Islamiati, Y., Jatmika, A. H., & Wahyudi, F. (2021). Pembuatan Sistem Informasi Company Profile Berbasis Website SMPN 4 GUNUNGSARI. *Jurnal Begawe Teknologi Informasi (JBegaTI)*, 2(2). <https://doi.org/10.29303/jbegati.v2i2.461>

Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *BARIK*, 2(3), 97–110. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v2i3.42273>



© 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

Rachmawati, E., & Akbar, H. (2025). Brand Awareness and Sustainability in Shaping Promotion Strategies in Indonesia. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(1), 89–110. <https://doi.org/10.18196/mb.v16i1.24545>

Ramadhan, P., Wahyuni, S., Wahyuni, S., & Putra, R. R. (2025). Metode Design Thinking Dalam Design UI/UX Web Profile Maka Studio Berbasis Prototype. *Jurnal Minfo Polgan*, 14(2), 1541–1549. <https://doi.org/10.33395/jmp.v14i2.15063>

Sunarya, L., Febrianto, M., & Salsabil, Q. (2023). Media Video Company Profile Sebagai Sarana Informasi Dan Promosi Pada PT Putra Karya Jasa Usaha. *Journal Cerita*, 9(1), 72–86. <https://doi.org/10.33050/cerita.v9i1.2661>

Tedja, B., Musadieq, M. A., Yulianto, E., & Kusumawati, A. (2024). Sustaining Success in B2B Partnerships: Exploring Intention to Continue the Relationship. *Sustainability*, 16(10), 4211. <https://doi.org/10.3390/su16104211>

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

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





1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :

- | Logbook Penelitian Najwa Audrey N... | | | | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---|--------|--------------------|---|---|
| Table Feed | | | | | | |
| As Name | Tahap Penelitian | Materi yang dibahas | Status | Tanggal Bimbingan | Catatan Pembimbing | To-do |
| Bimbingan ke-1 | Bab 1 Pendahuluan | | Done | September 17, 2025 | 1. Acc judul Ta
2. Wawancara klien | Menyicil Bab 1 |
| Bimbingan ke-2 | Bab 1 Pendahuluan | Latar belakang
Rumusan Masalah
Ruang Lingkup dan Batasan Penelitian
Tujuan dan Manfaat Penelitian
Sistematika Penulisan | Done | October 2, 2025 | 1. Revisi latar belakang, sarana dan prasarana nya belum jelas untuk diterapkan pada desain grafis
2. Revisi keterkaitan antara rumusan masalah, tujuan dan manfaat
3. Revisi rumusan masalah yaitu diferensiasi, penerapan teori desain grafis
4. Revisi manfaat di kategorikan dengan klien, ilmu, dan manfaat praktis desain grafis | 1. Revisi bab 1
2. Mulai cari jun |
| Biml OPEN ke-3 | Bab 1 Pendahuluan | Latar belakang | Done | October 22, 2025 | Revisi paragraf pertama untuk diisi fenomena nya yaitu alasan klien butuh jasa sewa dan dapat kesimpulan ke banyak yang menyediakan jasa tsb hingga butuh compro. | 1. Revisi Latar b
2. Cicil isi bab 3 |
| Bimbingan ke-4 | | | Done | December 5, 2025 | 1. Tambahkan teori dan sitasi pada latar belakang bab 1
2. Teori dari bab 2 dijelaskan dari mana dan di sitasikan | 1. Mencari teori
2. sitasi dengan |
| Bimbingan ke-5 | | | Done | December 16, 2025 | 1. teori sudah ada, sitasi pakai zotero
2. ganti metode dari kuisioner ke wawancara karena narasumber lebih cocok lewat wawancara | |
| Bimbingan ke-5 | | | Done | December 16, 2025 | 1. teori sudah ada, sitasi pakai zotero
2. ganti metode dari kuisioner ke wawancara karena narasumber lebih cocok lewat wawancara (klien atau Calon klien)
3. urutan pada sub bab di bab 2 di perbaiki: promosi, media promosi (gaperlu sebut media promosi cetak) | |
| Bimbingan ke-6 | | | Done | December 18, 2025 | 1. Revisi positioning dibuat gambar untuk mempermudah
2. matriks swot dibuat jadi tabel lalu kasih solusinya
3. consumer insight dibuat lebih rapih, dan jelas urgensinya apa
4. penulisan pada arahan kreatif bisa lebih diperbaiki | |
| Bimbingan ke-7 | | | Done | March 5, 2026 | melanjutkan revisi sebelumnya | |
| Biml OPEN ke-8 | | | Done | March 31, 2026 | 1. Penggunaan kalimat pada creative brief "sejak 1992 sudah berdiri" diubah menjadi kearah terpercaya dan berpengalaman
2. kata "nilai" diubah menjadi penjelasan mengenai package/ mice yang ditawarkan dari pihak rga | |
| Bimbingan ke-9 | | | Done | April 7, 2026 | 1. sketsa manual masih terlalu polos
2. mindmap ganti kata kunci ke profesional, pinak rga | |
| Bimbingan ke-9 | | | Done | April 7, 2026 | 1. sketsa manual masih terlalu polos
2. mindmap ganti kata kunci ke profesional, diagram, kontras
3. moodboard lebih dieksplorasi agar alternatif lebih beragam
4. sketsa alternatif dibuat ulang | |
| Bimbingan ke-10 | | | Done | June 15, 2026 | 1. sketsa alternatif bisa dipilih
2. desain komprehensif nyang tadinya 4 dikurangi jadi 3 saja
3. lanjut wawancara (visual)
4. lanjut desain terpilih dan wawancara (usability) | |
| Bimbingan ke-11 | | | Done | July 24, 2026 | 1. lanjut cari 1 narasumber lagi untuk diwawancara (usability)
2. lanjut desain turunan | |
| Bimbingan ke-12 | | | Done | July 26, 2026 | 1. buku diubah ukuran nya menjadi b5
2. jilid buku diubah jadi staples
3. penulisan laporan bab 4 sampai 5 dilanjutkan dengan turutin | |

Lampiran 2



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta 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

Transkrip Wawancara Narasumber 1

Nama: Pak Rudi & Pak Alfian

Jabatan: Tim *Marketing*

Perusahaan: *Marketing Gallery* Omah Kodau

Peran: Tim seleksi dan pemberi rekomendasi venue kepada manajemen

Pertanyaan 1. Identitas dan Peran

Penulis: “Bapak berperan sebagai apa dalam proses pemilihan venue?”

Pak Rudi: “Kami di tim *marketing* biasanya bertugas mencari dan menyeleksi beberapa opsi venue terlebih dahulu. Setelah itu kami ajukan rekomendasi ke manajemen untuk diputuskan.”

Pak Alfian: “Jadi kami bukan pengambil keputusan akhir, tapi kami yang menyaring dan memberi pertimbangan awal.”

Pertanyaan 2, Mengetahui PT Reksagriya Antam dari Mana/ mencari jasa serupa dari mana

Penulis: “Bapak mengetahui informasi tentang PT Reksagriya Antam dari mana?”

Pak Alfian: “Awalnya dari pencarian online. Kami memang biasa *browsing* beberapa pilihan venue lewat Google. Selain itu juga dari relasi bisnis yang pernah menggunakan tempat tersebut.”

Pak Rudi: “Biasanya kami kumpulkan beberapa referensi dulu sebelum menghubungi pihak pengelola.”

Pertanyaan 3, Proses Mencari *Venue*

Penulis: “Saat mencari venue, media apa yang paling sering digunakan?”

Pak Rudi: “*Website* resmi itu penting. Kami lihat detail fasilitas, foto lokasi, dan kontak yang bisa dihubungi. Kalau ada *company profile*, itu juga membantu karena informasinya lebih lengkap dan terstruktur. Kalau informasinya jelas dari awal, proses internal jadi lebih cepat.”

Pertanyaan 4, Alasan Memilih *Provider Venue*

Penulis: “Apa pertimbangan utama dalam memilih provider aset atau *venue*?”



© 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

Pak Rudi: “Lokasi itu nomor satu, harus strategis dan mudah diakses. Selain itu fasilitas juga harus lengkap dan sesuai kebutuhan acara. Kami juga melihat profesionalitas pengelola dan kredibilitas perusahaannya.”

Pertanyaan 5, Preferensi Desain *Company Profile*

Penulis: “Bagaimana preferensi Bapak terhadap desain buku *company profile*?”

Pak Rudi: “Kami lebih suka desain yang clean dan tidak terlalu ramai. Informasinya jelas, tidak bertele-tele.”

Pak Alfian: “Betul, foto lokasi yang jelas itu penting. Kalau bisa ada denah atau gambaran area supaya lebih mudah dipahami saat kami jelaskan ke atasan”

Pertanyaan 6, Peran Buku *Company Profile*

Penulis: “Menurut Bapak, seberapa penting buku *company profile* dalam proses seleksi?”

Pak Rudi: “Sebenarnya, dari pihak *marketing* seperti kami ngecek nya langsung ke lokasi, jadi untuk buku seperti itu kami kurang paham. Biasanya mungkin kalau dari arahan atasan langsung baca nya dari buku tersebut bisa lumayan berpengaruh ya”

Transkrip Wawancara Narasumber 2

Nama: Ibu Anita Rahman

Jabatan: *Sales Counter Senior*

Perusahaan: PT Dipo Internasional Pahala Otomotif

Peran: Pemberi rekomendasi awal kepada pimpinan cabang

Pertanyaan 1, Identitas dan Peran

Penulis: “Ibu berperan seperti apa dalam pemilihan *venue*?”

Ibu Anita: “Saya biasanya mencari beberapa opsi tempat, membandingkan fasilitas dan harga, lalu memberikan rekomendasi ke pimpinan.”

Pertanyaan 2, Sumber Informasi

Penulis: “Dari mana Ibu mengetahui tentang PT Reksagriya Antam?”



© 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

Ibu Anita: “Dari pencarian internet dan komunikasi langsung dengan pihak pengelola. Biasanya setelah melihat informasi online, saya minta *company profile* untuk dipelajari lebih lanjut.”

Pertanyaan 3, Proses Mencari *Venue*

Penulis: “Apa yang biasanya Ibu perhatikan saat mencari *venue*?”

Ibu Anita: “Yang utama lokasi dan kapasitas tempat. Lalu fasilitas pendukung seperti parkir, keamanan, dan aturan penggunaan tempat. Kalau informasinya lengkap, itu sangat membantu.”

Pertanyaan 4, Alasan Memilih *Provider Aset*

Penulis: “Apa yang menjadi pertimbangan dalam menentukan pilihan?”

Ibu Anita: “Kepercayaan itu penting. Kami harus yakin bahwa penyedia *venue* profesional dan legalitasnya jelas. Selain itu komunikasi juga harus responsif.”

Pertanyaan 5, Preferensi Desain *Company Profile*

Penulis: “Bagaimana preferensi Ibu terhadap desain *company profile*?”

Ibu Anita: “Desain yang profesional dan rapi. Tidak terlalu penuh teks, tapi informasinya tetap lengkap. Foto dan visual lokasi sangat membantu dalam proses presentasi internal.”

Pertanyaan 6, Peran *Company Profile*

Penulis: “Apakah buku *company profile* berpengaruh dalam keputusan?”

Ibu Anita: “Iya ya, karena itu jadi bahan awal sebelum kami menjadwalkan survei lokasi. Kalau tampilannya meyakinkan dan informatif, biasanya prosesnya lebih cepat.”

Lampiran 3



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© 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

Transkrip wawancara kepada pihak RGA (*Usability testing*)

Responden : 5

Nama Responden:

- | | |
|-------------------|--------------------------|
| 1. Miftahul Huda | 4. Waluyo Sunu Jati |
| 2. Evi Parantika | 5. Farrell Haidar Alvaro |
| 3. Winda Megawati | |

Jenis kelamin : Laki laki dan Perempuan

Rentang Usia : 25 - 52 Tahun

Domisili : Jakarta

no	Pertanyaan	Ringkasan Jawaban
1	Bagaimana pendapat Anda mengenai tampilan visual company profile ini? Apakah sudah cukup menarik perhatian calon klien?	Desain bagian dalam menarik (2), warna kurang kontras (2), disarankan menggunakan warna hijau agar lebih menonjol (1).
2	Bagaimana pendapat Anda mengenai tata letak, ukuran teks, dan keterbacaan isi company profile?	Ukuran teks sudah cukup besar dan mudah dibaca (5). Informasi dan konten sudah cukup lengkap dan disampaikan dengan baik (4). Konten masih bisa ditambah (1)
3	Apa saran yang dapat Anda berikan untuk meningkatkan kualitas company profile ini?	Meningkatkan kontras warna (2), menggunakan warna oranye . agar lebih menonjol (1), memperbaiki kesalahan penulisan nama "Kumiadi" menjadi "Kurniadi" (5)

Lampiran 4



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta 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:3618:144494268

PAPER NAME

DG8C_Najwa Audrey Nareswari Nadine_
PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFI
LE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT REKSA
GRIYA ANTAM.pdf

WORD COUNT

8445 Words

CHARACTER COUNT

54321 Characters

PAGE COUNT

55 Pages

FILE SIZE

1.3MB

SUBMISSION DATE

Jun 29, 2026 3:18 PM GMT+7

REPORT DATE

Jun 29, 2026 3:18 PM GMT+7

10% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 9% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary

Lampiran 5

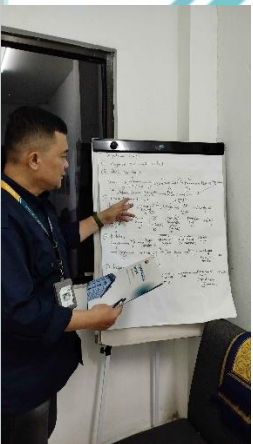


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta 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 6



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta 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



Najwa Audrey Nareswari Nadine

Graphic Designer

0813-8271-6374

najwanadine26@gmail.com

Abilities

Graphic Designing
Adobe Illustrator
Figma
Capcut

Education

- **62 Vocational High School**
Multimedia
2018-2021
- **PNJ University**
Graphic Design Major
2022-2026

Executive Summary

With four years in Graphic Design, I bring expertise in developing impactful design concepts and managing end-to-end project workflows. My experience includes brand development, social media campaigns, and visual storytelling, transforming ideas into engaging visuals that align with brand goals. I also support operations by leading design teams, ensuring quality, and meeting deadlines across various projects. Skilled in both creative execution and strategic alignment, I consistently deliver high-quality designs that drive audience engagement.

Accomplishments

- **Illustrator Project Based Learning**
May 2023 - July 2023
Sonya Gourmet
- **Account Executive Design Project Based Learning**
October 2023 - January 2024
Elinor Jewelry
- **Marketing Design Project Based Learning**
September 2024 - Now
Sobite
- **Graphic Design Intern**
2025
Orvyn Marketing Asia