



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR

SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK AZGRAFIKA



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

Oleh:

Hijrah Nouval Firdaus
2206421008

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

DEPOK

2026



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 Buku *Company Profile* Sebagai Media Promosi Untuk Azgrafika
Penulis : Hijrah Nouval Firdaus
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 8 Juli 2026

Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

**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

PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK AZGRAFIKA

Oleh:

Hijrah Nouval Firdaus

2206421008

Disahkan:

Depok, Juli 2026

Penguji I

Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si.

NIP. 199509212022032014

Penguji II

Ardyta Praviyasari, M.Ds

NIP. 198911012025062002

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN BUKU *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK AZGRAFIKA

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.

Depok, 08 Juli 2026

Yang menyatakan,

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hijrah Nouval Firdaus

2206421008



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

PRAKATA

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena rahmat-Nya, penulis diberikan kesempatan untuk menyusun dan menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi untuk Azgrafika Sebagai Media Branding”. Oleh karena itu, dengan segala hormat dan kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.
4. Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si., selaku pembimbing akademik DG A angkatan 2022.
5. Anggi Anggarini, M.Ds, selaku dosen pembimbing Materi dan Teknis.
6. Seluruh dosen Program Studi Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta
7. Anton Budiman, selaku klien Azgrafika.
8. Kedua orang tua, atas doa dan dukungan yang diberikan.
9. Rapli, Zufar, Dafas, Kurnia, Zahira dan juga Dascha, yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta motivasi selama proses penyusunan tugas akhir ini. Kehadiran dan kebersamaan mereka menjadi penyemangat dalam menghadapi berbagai tantangan selama proses perancangan hingga penyelesaian laporan.
10. Seluruh anggota ABP yang telah menjadi rekan berdiskusi, saling membantu, bertukar pikiran, serta memberikan masukan yang membangun selama proses



© 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

penyusunan tugas akhir. Dukungan dan kerja sama yang terjalin memberikan banyak pengalaman serta motivasi dalam menyelesaikan penelitian ini.

11. Saudari Naila Triyana, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, semangat, serta meluangkan waktu untuk menemani penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini. Perhatian dan motivasi yang diberikan menjadi penyemangat bagi penulis dalam menyelesaikan seluruh rangkaian penelitian dan penulisan laporan.

Depok, 08 Juni 2026

Hijrah Nouval Firdaus

NIM: 2206421008

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

ABSTRAK

Di tengah persaingan industri *custom apparel* dan *merchandise* yang semakin berkembang, perusahaan membutuhkan media promosi yang mampu menyampaikan informasi secara jelas sekaligus membangun citra yang profesional. Azgrafika sebagai UMKM yang bergerak di bidang *custom apparel*, sablon, bordir, dan *merchandise* belum memiliki *company profile* yang dapat digunakan untuk memperkenalkan identitas perusahaan, layanan, portofolio, serta nilai yang dimiliki kepada calon klien. Akibatnya, informasi perusahaan masih disampaikan secara terbatas dan belum mampu mendukung kegiatan promosi secara optimal. Penelitian ini bertujuan merancang buku *company profile* Azgrafika sebagai media promosi yang dapat memperkuat identitas perusahaan dan meningkatkan kepercayaan calon pelanggan. Metode yang digunakan adalah *mixed methods* dengan perancangan *Design Thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, studi literatur, survei, serta analisis SWOT untuk mengidentifikasi kebutuhan perusahaan dan target audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa target audiens membutuhkan media yang mampu menyajikan informasi perusahaan secara ringkas, profesional, dan mudah dipahami. Berdasarkan temuan tersebut, dirancang buku *company profile* dengan konsep profesional, *clean*, *modern*, dan fungsional yang merepresentasikan nilai kreativitas, kualitas, kemitraan, dan inovasi sebagai karakter utama Azgrafika. Perancangan buku *company profile* ini diharapkan dapat menjadi media komunikasi yang efektif dalam memperkenalkan Azgrafika kepada calon klien, memperkuat citra perusahaan, serta mendukung aktivitas promosi dan pengembangan bisnis di tengah persaingan industri kreatif.

Kata kunci: *company profile*, media promosi, *branding*, *custom apparel*, *Design Thinking*.



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

Amid the increasing competition in the custom apparel and merchandise industry, companies require promotional media that can clearly communicate information while establishing a professional corporate image. Azgrafika, a micro, small, and medium enterprise (MSME) specializing in custom apparel, screen printing, embroidery, and merchandise, does not yet have a company profile that effectively introduces its corporate identity, services, portfolio, and core values to prospective clients. As a result, company information is still delivered in a limited manner and has not been able to optimally support promotional activities. This study aims to design a company profile book for Azgrafika as a promotional medium to strengthen the company's identity and enhance customer trust. The research employed a mixed-methods approach integrated with the Design Thinking process, consisting of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages. Data were collected through interviews, observations, literature reviews, surveys, and SWOT analysis to identify the company's needs and target audience. The findings indicate that the target audience requires a medium capable of presenting company information in a concise, professional, and easily understandable manner. Based on these findings, a company profile book was designed using a professional, clean, modern, and functional visual concept that represents Azgrafika's core values of creativity, quality, partnership, and innovation. The concept was implemented through a grid-based layout, informative product photography, and a well-structured portfolio presentation. The resulting company profile book is expected to serve as an effective communication and promotional medium for introducing Azgrafika to prospective clients, strengthening its corporate image, and supporting business development in the increasingly competitive creative industry.

Keywords: company profile, promotional media, branding, custom apparel, Design Thinking.



Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LAPORAN TUGAS AKHIR	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
PRAKATA	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	3
1.4 Tujuan dan Manfaat	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II	7
LANDASAN PERANCANGAN	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Tujuan Promosi	7
2.1.2 Jenis Promosi	8
2.1.3 Media Promosi	9
2.2 <i>Company Profile</i>	9
2.2.1 Fungsi dan Tujuan <i>Company Profile</i>	10
2.2.2 Struktur <i>Company Profile</i>	12
2.2.3 Bentuk <i>Company Profile</i>	13



Hak Cipta :

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

2.3 Layout.....	14
2.3.1 Fungsi Layout	15
2.3.2 Prinsip Layout.....	15
2.3.3 Elemen Layout	18
2.4 Tipografi.....	25
2.4.1 Prinsip Tipografi.....	26
2.4.2 Jenis Tipografi	27
2.4.3 Sistem Pengukuran	28
2.4.4 Jenis Huruf.....	29
2.5 Warna	30
2.6 Design Thinking	35
2.7 Mind Map	36
2.8 Moodboard	36
BAB III.....	37
METODE PERANCANGAN	37
3.1 Metode Penelitian.....	37
3.2 Data dan Analisis	41
3.2.1 Profile Klien	42
3.2.2 Product Knowledge	42
3.2.3 Target Audience.....	44
3.2.4 Kompetitor.....	44
3.2.5 Consumer Insgiht.....	47
3.2.6 Analisis SWOT.....	49
BAB IV	55
HASIL DAN PEMBAHASAN	55
4.1 Konsep Visual	55
4.1.1 Mindmap	56
4.1.2 Moodboard	57
4.2 Proses Desain	58
4.2.1 Sketsa Imposisi.....	59
4.2.2 Sketsa Manual.....	60



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4.2.3 Desain Komprehensif	65
4.2.4 Desain Terpilih	69
4.2.5 Penerapan Elemen dan Prinsip <i>Layout</i>	72
4.2.6 Penerapan Warna	76
4.2.7 Penerapan Tipografi	77
4.2.8 Gambar	78
4.2.9 <i>Prototype</i>	79
4.2.10 <i>Testing</i>	81
4.2.11 Desain Final	82
4.3 Media Pendukung	83
4.4 Pertimbangan Produksi	86
BAB V	89
PENUTUP	89
5.1 Simpulan	89
5.2 Saran	90
DAFTAR REFRENSI	92
LAMPIRAN	97
LAMPIRAN 1	98
TRASNKRIP WAWANCARA	98
LAMPIRAN 2	104
HASIL KUISONER	104
LAMPIRAN 3	109
DOKUMENTASI RISET	109
LAMPIRAN 4	111
LOGBOOK BIMBINGAN TUGAS AKHIR	111
LAMPIRAN 5	113
HASIL CEK TRUNITIN	113
LAMPIRAN 6	115
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	115



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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh Bentuk <i>Company Profile</i> Buku	13
Gambar 2.2 Contoh Prinsip <i>Sequence</i>	16
Gambar 2.3 Contoh Prinsip <i>Emphasis</i>	16
Gambar 2.4 Contoh Prinsip <i>Balance</i>	17
Gambar 2.5 Contoh Prinsip <i>Unity</i>	17
Gambar 2.7 Contoh <i>Artsworks</i>	20
Gambar 2.8 Contoh Infografis	21
Gambar 2.9 Contoh <i>Margin</i>	22
Gambar 2.10 Contoh <i>Grid</i>	22
Gambar 2.11 Contoh <i>Modular Grid</i>	23
Gambar 2.12 Contoh <i>Manuscript grid</i>	23
Gambar 2.13 Contoh <i>Column grid</i>	24
Gambar 2.14 Contoh <i>Hierarchical grid</i>	24
Gambar 2.15 Contoh <i>Double-Column grid</i>	25
Gambar 2.16 Contoh <i>Legibility</i>	26
Gambar 2.17 Contoh <i>Readability</i>	27
Gambar 2.18 Contoh <i>Visibility</i>	27
Gambar 2.19 Contoh warna primer	31
Gambar 2.20 Contoh warna sekunder	31
Gambar 2.21 Contoh warna tersier	32
Gambar 2.22 Contoh warna analogus	32
Gambar 2.23 Contoh warna <i>complementary</i>	33
Gambar 2.24 Contoh warna triadic	33
Gambar 2.25 Contoh warna split complementary	34
Gambar 2.26 Contoh warna tetradic	34
Gambar 3.1 Metode Perancangan	37
Gambar 3.2 Logo Azgrafika	42
Gambar 3.3 Glatte Studio	45
Gambar 3.4 Official <i>ilham printing</i>	46
Gambar 3.5 Golden River	47
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	56
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	58
Gambar 4.3 Sketsa imposisi	59
Gambar 4.4 Sketsa alternatif ' <i>layered thread</i> '	61
Gambar 4.5 Sketsa alternatif ' <i>editorial layers</i> '	62
Gambar 4.6 Sketsa alternatif ' <i>visual weaving</i> '	63
Gambar 4.7 Sketsa alternatif ' <i>thread & layer</i> '	64
Gambar 4.8 Sketsa alternatif ' <i>layered identity</i> '	65
Gambar 4.9 Desain komprehensif ' <i>layered thread</i> '	67



© 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 4.10 Desain komprehensif ' <i>layered identity</i> '	68
Gambar 4.11 Desain komprehensif ' <i>thread & layer</i> '	69
Gambar 4.12 Desain terpilih	71
Gambar 4.13 Digitalisasi seluruh <i>layout</i>	72
Gambar 4.14 Penggunaan <i>grid system</i>	73
Gambar 4.15 Halaman <i>cover</i> depan & belakang	74
Gambar 4.16 Halaman identitas & sambutan	75
Gambar 4.17 Halaman tentang azgrafika.....	76
Gambar 4.18 Penerapan warna	77
Gambar 4.19 Penerapan Tipografi	78
Gambar 4.20 Gambar	79
Gambar 4.21 <i>Mockup digital</i>	80
Gambar 4.22 <i>Dummy</i> cetak	81
Gambar 4.23 Desain Final	83
Gambar 4.24 Kartu nama	84
Gambar 4.25 <i>Totebag</i>	85
Gambar 4.26 X-Banner	86



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 Analisis SWOT	49
Tabel 3.2 Arahana Kreatif Azgrafika	52
Tabel 4.1 Feedback Capture Matrix.....	81





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

Pertumbuhan sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Indonesia pada tahun 2025 menunjukkan tren positif yang stabil. Berdasarkan data evaluasi strategis Kementerian Koperasi dan UKM RI (2025), kontribusi UMKM terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional kini telah mencapai angka 62,5%, dengan pertumbuhan unit usaha di sektor ekonomi kreatif rata-rata sebesar 5,8% per tahun. Fenomena ini didominasi oleh subsektor fesyen dan *custom apparel* yang menurut laporan Kemenparekraf (2025) menyumbang sekitar 19% dari total nilai ekspor ekonomi kreatif. Statistik ini menandakan bahwa pasar produk personal dan komunitas bukan lagi sekadar tren musiman, melainkan pilar ekonomi yang sangat kompetitif.

Tingginya angka pertumbuhan tersebut memicu pergeseran model bisnis dari *Business-to-Consumer* (B2C) menuju penguatan segmen *Business-to-Business* (B2B). Dalam ekosistem B2B, perusahaan dan organisasi memerlukan mitra yang tidak hanya unggul secara teknis, tetapi juga memiliki kredibilitas formal. Kebutuhan akan identitas visual yang profesional menjadi mutlak, mengingat media komunikasi perusahaan seperti *company profile* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap proses pengambilan keputusan calon klien (Prasetyo & Wijaya, 2024). *Branding* bukan lagi sekadar elemen estetika, melainkan instrumen kepercayaan yang menentukan posisi tawar UMKM di tengah persaingan harga yang ketat.

Azgrafika, sebagai UMKM yang fokus pada jasa *custom apparel* dan *merchandise* dengan teknologi modern (DTF, bordir, dan *digital printing*), berada pada titik krusial dalam ekspansi bisnisnya. Sejak didirikan tahun 2021, Azgrafika bergantung pada pola pemasaran konvensional melalui relasi dan portofolio media sosial. Namun, keterbatasan media informasi yang terstruktur menyebabkan potensi teknologi yang dimiliki tidak tersampaikan secara optimal kepada calon klien



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

korporat. Ketidaktersediaan media representatif ini menciptakan celah komunikasi yang menghambat konversi kerja sama formal.

Pemilihan media cetak dalam perancangan ini didasarkan pada kebutuhan akan media yang memiliki 'kehadiran fisik' kuat di lingkungan profesional seperti seminar dan pameran. Keunggulan utamanya terletak pada pengalaman sensorik yang tidak dimiliki media digital; yakni melalui pemilihan bahan kertas khusus dan teknik cetak yang artistik. Dengan memegang langsung profil perusahaan ini, calon klien tidak hanya membaca informasi, media ini sekaligus merepresentasikan keahlian teknis dalam pemilihan bahan garmen berkualitas tinggi, seperti penggunaan serat kain *Cotton Combed* yang memiliki kerapatan benang sempurna serta pengaplikasian sablon plastisol dengan tekstur yang elastis dan tahan lama. Media cetak sebagai alat konvensional yang tetap efektif untuk membangun kepercayaan dalam negosiasi bisnis secara langsung. Selain itu, buku profil cetak memberikan solusi praktis dalam proses presentasi dan negosiasi bisnis tanpa ketergantungan pada koneksi internet maupun perangkat elektronik di lapangan (Nashrullah, 2022).

Kebaruan (*novelty*) dalam perancangan ini terletak pada integrasi teknik *visual storytelling* yang menggabungkan transparansi proses produksi teknologi modern dengan portofolio artistik dalam satu alur narasi yang kohesif. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang cenderung hanya fokus pada katalog produk, perancangan ini menerapkan *Design Thinking* untuk memetakan kebutuhan spesifik klien B2B Azgrafika. Sebagai *State of the Art* (SOTA), perancangan ini merujuk pada pengembangan identitas visual yang adaptif, di mana elemen desain dalam buku profil diproyeksikan untuk menjaga konsistensi pada media pendukung lainnya, menciptakan ekosistem branding yang menyeluruh bagi UMKM di era industri kreatif 4.0 (Hidayat, 2025).



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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam perancangan ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana proses perancangan buku *company profile* sebagai media informasi dan *branding* Azgrafika yang mampu menampilkan keunggulan usaha melalui dukungan teknologi modern seperti DTF dan bordir?
2. Bagaimana penerapan teori desain grafis dalam perancangan buku *company profile* yang mampu merepresentasikan identitas dan nilai Azgrafika secara visual?
3. Bagaimana pengaplikasian desain buku *company profile* pada media pendukung untuk memperkuat *branding* Azgrafika?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Agar pembahasan dalam tugas akhir ini lebih terarah dan sesuai dengan tujuan perancangan, maka ruang lingkup pembahasan dibatasi pada beberapa aspek berikut:

1. Proses Perancangan Buku *Company Profile* Azgrafika sebagai media informasi dan *branding*, mulai dari pengumpulan dan analisis data, hingga finalisasi dalam format cetak.
2. Penerapan Teori Desain Grafis dalam Perancangan
3. Seperti prinsip desain, *Layout*, tipografi, warna, grid system, serta teori *branding* dan desain komunikasi visual. Penerapan Desain *company profile* pada Media Pendukung seperti Kartu nama dan *totebag*. Untuk memperkuat konsistensi identitas visual dan *branding* Azgrafika.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Perancangan buku *company profile* Azgrafika bertujuan mendukung pengembangan identitas dan *branding* melalui desain komunikasi visual yang strategis. Media ini dirancang secara sistematis agar mampu menyampaikan informasi, membangun citra, dan meningkatkan kepercayaan klien secara efektif.



© 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

A. Tujuan Penelitian

1. Melakukan proses perancangan buku *company profile* Azgrafika sebagai media informasi dan branding yang profesional, dengan menampilkan keunggulan usaha melalui dukungan teknologi modern seperti DTF, bordir.
2. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan buku *company profile* Azgrafika.
3. Mengaplikasikan desain buku *company profile* pada media utama serta media pendukung yang relevan guna memperkuat konsistensi identitas visual dan branding Azgrafika.

B. Manfaat Perancangan

1. Bagi klien, membantu Azgrafika memiliki media komunikasi yang profesional untuk memperkenalkan identitas, visi, misi, serta layanan perusahaan kepada calon klien dan mitra bisnis.
2. Bagi ilmu pengetahuan, menambah referensi akademis dalam bidang Desain Komunikasi Visual, khususnya terkait perancangan media *company profile* untuk UMKM.
3. Memberikan contoh implementasi proses perancangan desain yang sistematis dan terstruktur, mulai dari riset hingga produksi akhir.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar perancangan ini tersusun secara sistematis dan mudah dipahami, penulis menyusun laporan berdasarkan struktur yang runtut dan saling berkaitan. Sistematika penulisan berfungsi sebagai panduan dalam memahami alur perancangan mulai dari latar belakang hingga hasil akhir desain buku *company profile* Azgrafika. Adapun sistematika penulisan laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini membahas mengenai latar belakang perancangan buku *company profile* Azgrafika yang dilandasi oleh perkembangan UMKM di bidang *custom apparel* dan *merchandise*, serta pentingnya media komunikasi



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

visual dalam membangun identitas dan citra perusahaan. Penjelasan tersebut mengarah pada permasalahan utama yang dihadapi Azgrafika, yaitu belum adanya media *company profile* yang representatif sebagai sarana informasi dan branding. Bab ini juga memuat rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan perancangan, manfaat perancangan, serta sistematika penulisan yang menjadi dasar dan arah dalam proses perancangan buku *company profile* Azgrafika.

BAB II

LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini berisi pembahasan mengenai teori-teori yang berkaitan dengan desain komunikasi visual, *company profile*, *branding*, identitas visual, Layout, tipografi, warna, grid system, serta prinsip-prinsip desain grafis yang relevan dengan perancangan buku *company profile* Azgrafika. Landasan teori diperoleh dari berbagai sumber seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta referensi lain yang berkaitan dengan bidang desain grafis dan branding. Teori-teori tersebut menjadi dasar konseptual dalam merancang buku *company profile* yang komunikatif, estetis, dan mampu merepresentasikan identitas Azgrafika secara profesional.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan metode yang digunakan dalam proses perancangan buku *company profile* Azgrafika, meliputi metode pengumpulan data seperti observasi, wawancara dengan klien, dan studi literatur. Selain itu, bab ini juga membahas metode analisis data yang digunakan untuk mengidentifikasi permasalahan dan kebutuhan desain, seperti analisis *SWOT* dan analisis kompetitor. Hasil analisis tersebut menjadi dasar dalam menentukan konsep kreatif, strategi desain, serta arah visual yang sesuai dengan karakter dan identitas Azgrafika.



Hak Cipta :

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

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas seluruh proses perancangan buku *company profile* Azgrafika berdasarkan metode *Design Thinking*, mulai dari tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, hingga *test*. Pada bab ini juga dijelaskan hasil analisis data, pengembangan konsep desain, proses visualisasi, penerapan unsur dan prinsip desain grafis, pengujian desain kepada target audiens, proses revisi berdasarkan hasil *testing*, hingga penetapan desain *final* beserta pertimbangan produksinya.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Bab V berisi simpulan yang diperoleh dari keseluruhan proses perancangan buku *company profile* Azgrafika berdasarkan hasil analisis dan pembahasan pada bab sebelumnya. Selain itu, bab ini memuat saran yang ditujukan kepada Azgrafika sebagai bahan pengembangan media informasi dan promosi di masa mendatang, serta kepada penulis atau perancang selanjutnya yang ingin merancang *company profile* sebagai media promosi agar dapat mengembangkan konsep, media, maupun pendekatan visual yang lebih inovatif sesuai dengan kebutuhan dan karakter perusahaan yang dirancang.

**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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil perancangan buku *company profile* Azgrafika, diperoleh simpulan sebagai berikut.

1. Proses perancangan buku *company profile* Azgrafika sebagai media informasi dan *branding* telah dilaksanakan menggunakan metode *Design Thinking* yang meliputi tahap *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Pada tahap *empathize*, hasil wawancara menunjukkan bahwa Azgrafika belum memiliki media yang mampu memperkenalkan identitas perusahaan, layanan, portofolio, serta keunggulan usahanya secara lengkap kepada calon pelanggan maupun mitra kerja. Hasil observasi dan kuesioner juga menunjukkan bahwa target audiens membutuhkan media yang menyajikan informasi secara ringkas, profesional, dan mudah dipahami. Berdasarkan kebutuhan tersebut, dirancang buku *company profile* yang menampilkan profil perusahaan, layanan, portofolio, alur pemesanan, serta keunggulan Azgrafika, termasuk penggunaan teknologi DTF dan bordir sebagai nilai tambah perusahaan.
2. Penerapan teori desain grafis pada buku *company profile* diwujudkan melalui tema *Threads & Layer* dengan pendekatan *editorial design*. Konsep tersebut diterapkan melalui penggunaan sistem *grid*, *margin*, hierarki informasi, tipografi *Montserrat* dan *Inter*, fotografi asli perusahaan, warna yang mengacu pada identitas visual Azgrafika, serta elemen grafis yang terinspirasi dari karakter jahitan bordir. Hasil pengujian menunjukkan bahwa penyusunan *layout*, keterbacaan informasi, dan konsistensi visual telah memberikan kesan profesional serta memudahkan pembaca memahami isi *company profile*. Masukan mengenai kesesuaian fotografi, variasi visual produk, ukuran buku, dan teknik jilid kemudian digunakan sebagai dasar penyempurnaan desain 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3. Desain buku *company profile* yang telah diselesaikan kemudian diaplikasikan pada media utama berupa *booklet* serta media pendukung berupa kartu nama, *totebag*, dan *X-banner*. Penerapan identitas visual yang konsisten pada setiap media menghasilkan kesatuan tampilan yang memperkuat *branding* Azgrafika sekaligus mendukung kegiatan promosi dan komunikasi perusahaan kepada calon pelanggan maupun mitra kerja.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan, pembahasan, serta simpulan yang telah diperoleh, terdapat beberapa saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan media *company profile* di masa mendatang. Saran ini ditujukan kepada Azgrafika sebagai pengguna hasil perancangan, serta kepada penulis atau perancang selanjutnya yang ingin mengembangkan media *company profile* sebagai media informasi dan promosi.

1. Bagi Azgrafika, disarankan untuk memperbarui isi *company profile* secara berkala, terutama pada bagian portofolio, daftar layanan, dokumentasi proyek, serta teknologi produksi yang digunakan agar informasi yang disampaikan selalu sesuai dengan perkembangan perusahaan.
2. Bagi perancang selanjutnya, hasil pengujian menunjukkan bahwa aspek kenyamanan membaca juga perlu menjadi perhatian dalam perancangan media cetak. Oleh karena itu, ukuran media, teknik penjilidan, serta pemilihan material cetak sebaiknya dipertimbangkan sejak tahap awal agar media tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga nyaman digunakan.
3. Bagi perancang selanjutnya, proses pengumpulan data sebaiknya melibatkan responden yang lebih beragam, baik dari sisi usia maupun latar belakang pekerjaan, sehingga kebutuhan pengguna dapat dipetakan secara lebih luas dan menghasilkan media yang lebih tepat sasaran.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

4. Bagi perancang selanjutnya, penggunaan fotografi asli perusahaan sebaiknya tetap diprioritaskan karena mampu meningkatkan kepercayaan calon pelanggan terhadap perusahaan. Selain itu, pemilihan gambar perlu disesuaikan dengan isi pembahasan pada setiap halaman agar hubungan antara visual dan informasi menjadi lebih relevan dan komunikatif.





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

DAFTAR REFRENSI

- Kementerian Koperasi dan Usaha Kecil dan Menengah Republik Indonesia. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Koperasi dan UKM Tahun 2022-2023*. Jakarta: Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *BARIK*, 1(1), 112–122. <https://doi.org/10.26740/jdkv.v1i1.35645>
- Purnomo, S., Nurmalitasari, N., & Nurchim, N. (2024). Peran Vital Desain Branding dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha dan Mendukung Pertumbuhan UMKM. *Prosiding HUBISINTEK*, 3(1), 125-132.
- Siregar, M. R., dkk. (2024). Analisis Peran Company Profile dalam Membangun Citra Perusahaan. *Journal eBizmark*, 4(1).
- Ningsih, R. A., Suryawati, I. G. A. A., & Sari, N. M. W. (2024). Estetika visual pada company profile Mara Hospitality Bali. *Jurnal Desain*, 11(2), 35-48.
- Anggarini, A., Asyraf, A., & Puspitasari, D. (2021). *Desain Layout*. Jakarta: PNJ Press.
- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal BARIK (Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual)*, 1(1), 112-122.
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. *Jurnal BARIK (Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual)*, 2(3), 97–110.
- Nur Hanifah, F., Husaini, A. S., Muzaki, B., Azzahro, A. A., & Romadhoni, A. N. (2025). Rebranding produk sebagai upaya peningkatan identitas visual UMKM Desa Blawirejo. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2).



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

- Alghifari, E. S., Hurriyati, R., Dirgantari, P. D., & Sarman, R. (2022). Strategi Promosi melalui Media Sosial dan Electronic Word of Mouth untuk Komunikasi Konsumen. *JKBM (JURNAL KONSEP BISNIS DAN MANAJEMEN)*, 8(2), 114–127. <https://doi.org/10.31289/jkbm.v8i2.6267>
- Amelia, S. S., & Iswadi. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Sebagai Media Promosi Dalam Meningkatkan Penjualan Pada PT Tunas Jaya: Marketing Communication Strategy as a Promotional Media in Increasing Sales at PT Tunas Jaya . *Technomedia Journal*, 8(3 Februari), 331–343. <https://doi.org/10.33050/tmj.v8i3.2087>
- Andra Pratama, I. P. A., Paramitha, A. A. I. I., & Satwika, I. P. (2024). 73Penerapan Metode Design ThinkingDalam Implementasi User Interface Berbasis WebsiteStudi Kasus JRO Sandat Property. 7.
- Anggarini, A. (2021). *Desain Layout*.
- Anggarini, A., & Pramesti, R. D. (2025). PENGEMBANGAN METODE KREATIF INTEGRASI MIND MAP DAN MOOD BOARD DALAM PEMECAHAN MASALAH DESAIN GRAFIS. *ANDHARUPA: Jurnal Desain Komunikasi Visual & Multimedia*, 11(1), 835–854. <https://doi.org/10.33633/andharupa.v11i1.11677>
- Anggarini, A., & Pramesti, R. D. (2025). PENGEMBANGAN METODE KREATIF: INTEGRASI MIND MAP DAN MOOD BOARD DALAM PEMECAHAN MASALAH DESAIN GRAFIS.
- Chidtian, A. S. C. R. E., & Renzina, Y. D. (2024). Analisis Tipografi pada Poster Film Horor Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Asia*, 8(01), 1–16. <https://doi.org/10.32815/jeskovsia.v8i01.975>
- Damayanti, N. A., & Utami, M. P. (2023). ANALISIS PERAN PENGGUNAAN ELEMEN VISUAL PADA LOGO PERSIJA JAKARTA UNTUK



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

MEPREPRESENTASIKAN SEMANGAT DAN KEBANGGAAN.
TUTURRUPA, 5(2), 111–122.
<https://doi.org/10.24167/tuturrupe.v5i2.10878>

Fauziyyah, D. (2023). Pembuatan Website Company Profile pada Konoba Coffee Menggunakan CMS Wordpress. *Applied Business and Administration Journal*, 2(3). <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i3.67>

Feldiansyah, F. (2024). Analysis of Corporate Communication Strategies in Enhancing Company Image. *PERSPEKTIF*, 13(1), 106–114.
<https://doi.org/10.31289/perspektif.v13i1.10584>

Ghiyats Abdulhafizh, L., & Djatiprambudi, D. (2020). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. 1.

Gunawan, O. A., & Masnuna, M. (2023). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi PT Bhineka Advertising. *Student Research Journal*, 1(6), 62–69. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.785>

Hanifah, F. N., Husaini, A. S., Muzaki, B., Azzahro, A. A., Romadhoni, A. N., & Kalimah, S. (2025). Rebranding Produk sebagai Upaya Peningkatan Identitas Visual UMKM Desa Blawirejo. *ALMUJTAMAE: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(2), 230–241.
<https://doi.org/10.30997/almujtamae.v5i2.21247>

Indah, A. B. R., Rusman, M., Hanafi, R., Mardin, F., Tahir, N., Handayani, D., Calista, D., Ikhsan, T. S., Rum, M. F., & Nursaid, M. (2023). Perancangan Company Profile Sebagai Media Informasi Visual Pada Kelompok UMKM Desa Lampoko Kec. Balusu Kab. Barru. *JURNAL TEPAT: Teknologi Terapan untuk Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 284–300.
https://doi.org/10.25042/jurnal_tepat.v6i2.427



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

- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Jamiat, N., Nurhalisa, N. F., Aziz, F., & Kartawinata, B. R. (2024). PENGARUH PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK FLOWERRY.FORIST. *Journal of Economic, Bussines and Accounting (COSTING)*, 7(5), 4922–4929. <https://doi.org/10.31539/costing.v7i5.12376>
- Judith Augustine, M. (2021). *PERANCANGAN MEDIA KAMPANYE SOSIAL KOMUNITAS “1000KEBUN” BAGI REMAJA KOTA BANDUNG SEBAGAI GAYA HIDUP HIJAU BERBASIS AKTIVITAS URBAN FARMING*.
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora: Journal of Indonesian Culture and Society*, 4(1), 528–538. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3461>
- Luzar, L. C., & Monica, M. (2013). Peranan Komunikasi Visual bagi Identitas Perusahaan. *Humaniora: Journal of Indonesian Culture and Society*, 4(1), 528–538. <https://doi.org/10.21512/humaniora.v4i1.3461>
- Mamis, S., Aprilya Handayani, E., Rumra, F., & Lose Hermanto, Y. A. (2023). *DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*.
- Pratama, Y. (2023). *Perancangan Buku Cerita Bergambar “Aku Anak Mandiri” Sebagai Media Motivasi Anak Tunagrahita Ringan di SDLB Sumber Dharma Kota Malang*.
- Putri, M. A., & Antoro, R. D. (2025). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UMKM AYUNICA BEAUTY UNTUK MENINGKATKAN



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

CITRA MEREK. PRASI, 20(01), 75–91.
<https://doi.org/10.23887/prasi.v20i01.97691>

Putri Mahendra, D. I., & Susanti, M.Sn, I. (2024). *PERANCANGAN KATALOG PRODUK INTERAKTIF SEBAGAI MEDIA PROMOSI LITTLE JOY INDONESIA*. 6.

Rochmawati, I., & Oktaviana, M. F. (2021). Design and Implementation of Company Profile Website for Fashion Brand. *Proceeding of International Conference on Business, Economics, Social Sciences, and Humanities*, 4, 616–626. <https://doi.org/10.34010/icobest.v2i.327>

Sarjono, H., & Ariska, P. (2023). SUSTAINABLE COMPANY PROFILE DEVELOPMENT FOR MSMEs IN JAKARTA. *SEEIJ (Social Economics and Ecology International Journal)*, 7(1), 39–49. <https://doi.org/10.21512/seeij.v7i1.9287>

Sarjono, H., & Ariska, P. (2023). SUSTAINABLE COMPANY PROFILE DEVELOPMENT FOR MSMEs IN JAKARTA. *SEEIJ (Social Economics and Ecology International Journal)*, 7(1), 39–49. <https://doi.org/10.21512/seeij.v7i1.9287>

Simamora, B. (2023). Investigasi Aspek-aspek Promosi Penjualan. *Jurnal Manajemen*, 13(1), 53–66. <https://doi.org/10.46806/jm.v13i1.1100>

Sudirja, S., Aryani, D., & Andriati, J. (2020). DESAIN MEDIA PROMOSI DAN KOMUNIKASI PADA YAYASAN AL-FITYAN SCHOOL TANGERANG. *MAVIB Journal*, 1(1), 33–43. <https://doi.org/10.33050/mavib.v1i1.837>

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 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 1

TRASNKRIP 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 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 Penggalan Data Perusahaan

Pewawancara (N) : Hijrah Nouval Firdaus

Narasumber (A) : Anton Budiman selaku owner Azgrafika

N: Pagi pak, makasih banyak ya udah mau direpotin dan nyempetin waktunya buat ngobrol-ngobrol hari ini. Untuk awalan, biar saya makin paham, sebenarnya Azgrafika ini kalau dijelasin ke orang awam, fokus usahanya lebih ke arah mana sih, pak?

A: Pagi, santai aja kok, nggak ngerepotin sama sekali. Jadi gini, kalau ngomongin fokus usaha, Azgrafika itu sebenarnya adalah usaha kreatif yang Bergeraknya spesifik banget di bidang *custom apparel* sama pembuatan *merchandise*.

N: Oh, Paham paham. Berarti kalau dibayangin, sistem kerjanya mirip-mirip kayak vendor sablon baju pada umumnya gitu ya, pak? yang kalau kita bawa desain, terus tinggal dicetak.

A: Nah, ini yang sering orang kira. Secara teknis memang mencetak baju, tapi *brand positioning* kami sebenarnya beda jauh dari sekadar "tukang sablon". Kami itu selalu menekankan ke klien kalau kami hadir di sini sebagai *creative partner*. Maksudnya tuh, kami pengen ngebantu pelanggan buat benar-bener mengekspresikan identitas dan kreativitas mereka. Jadi yang dibikin itu bukan sekadar baju seragam biasa, tapi produk yang bernilai seni dan emang asyik buat dipakai sehari-hari. Kami itu nemenin pelanggan dari yang awalnya cuma bawa ide, sampai idenya beneran jadi produk fisik yang siap dipakai.

N: Wah, menarik banget tuh pendekatannya. Berarti beneran didampingi proses mikirnya ya. Terus, dari segi produksinya sendiri, apa sih yang bikin hasil buatan Azgrafika ini bisa dibidang beda dan punya nilai seni tadi?

A: Kuncinya ada di perpaduan antara alat yang kami pakai dan cara kami mendesain. Kami di bengkel udah pakai teknologi cetak yang modern, kayak mesin DTF, bordir, sampai *digital printing*. Nah, kecanggihan alat-alat ini kemudian kami paduin sama sentuhan desain grafis yang kreatif dari tim kami. Integrasi dua hal ini yang bikin kami berani jamin kalau setiap produk yang keluar itu nggak cuma sekadar berfungsi buat dipakai, tapi juga bisa bawa cerita dan bener-bener ngewakelin karakter unik dari si pemesannya.

N: Pantasan hasil produksinya kelihatan beda ya, pak. Terus kalau ngomongin visi ke depannya nih, Azgrafika ini pengen dibawa ke arah mana sih target besarnya?

A: Target gede atau visi kami itu simpel tapi ngena: kami pengen jadi *creative partner* yang paling bisa dipercaya sama klien. Entah itu buat ngebantu individu,



© 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

komunitas, sampai *brand-brand* lokal buat mengekspresikan ide mereka lewat karya seni *wearable* (pakaian) dan *merchandise* yang kualitasnya benar-bener tinggi.

N: Buat nyapai visi yang seperti itu, biasanya apa sih yang jadi misi tim Azgrafika ke kerjaan sehari-hari?

A: Kalau buat misi harian, kami selalu fokus buat ngasih solusi kreatif setiap kali ada klien yang mau wujudin idenya. Caranya ya lewat layanan desain sama cetak *custom* yang nggak cuma bagus di layar, tapi hasilnya harus berkualitas, jahitannya detail, dan pastinya tahan lama pas udah jadi barang.

N: Ngomong-ngomong, ada *value* atau nilai-nilai inti nggak sih yang dijadiin pegangan wajib pas lagi ngerjain pesanan klien?

A: Ada dong, kami punya empat nilai utama yang pantang dilanggar. Pertama itu Kreativitas; bagi kami, setiap ide dari pelanggan itu adalah sumber inspirasi buat tim. Kedua, Kualitas; percuma desain bagus kalau gampang luntur, makanya kami pastiin hasil akhirnya itu detail, awet dicuci, dan bahannya nyaman dipakai. Ketiga, Kemitraan; kami pengen banget bisa tumbuh dan sukses bareng-bareng sama individu, komunitas, atau *brand* yang kerja sama dengan kami. Dan yang terakhir itu Inovasi; kami sadar industri ini cepat berubah, jadi kami juga harus selalu *update* ngikutin tren *fashion* sama teknologi *printing* terkini biar klien dapet yang terbaik.

N: Lengkap banget ya, dari awal ide sampai ke inovasi jangka panjangnya dipikirin matang. Nah, pertanyaan terakhir nih, pak, buat nutup wawancaranya. Biar datanya makin detail, layanan apa aja sih secara spesifik yang bisa dipesan di Azgrafika?

A: Katalog layanan kami lumayan banyak sih. Paling utama pastinya *custom apparel*, ini mencakup pembuatan kaos, *hoodie*, jaket, baju polo, *totebag*, sampai topi juga bisa. Buat sablonnya, kami ngerjain sablon DTF dan beberapa metode cetak lainnya menyesuaikan bahan. Kami juga sedia jasa bordir atau kalau mau dikombinasikan teknik *printing*-nya juga sangat bisa. Terus, karena kami ini *creative partner*, kami juga nyediain jasa desain grafis khusus buat keperluan *fashion* dan *merchandise*. Intinya, kami siap bantu produksi *merchandise* buat *brand*, komunitas, atau buat acara-acara *event* gitu.

Transkrip Wawancara Testing

Responden : 10

Nama Responden :

1. Pak Dede
2. Ibu Lela
3. Dascha
4. Ocha
5. Keisya



© 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

6. Danang
7. Gibran
8. Pak Nevo
9. Rafli
10. Dafas

Responden 1

Peneliti: Silakan dilihat dan dibaca buku ini seperti biasa aja. Tidak perlu saya jelaskan dulu isi ataupun konsepnya. Kalau ada yang ingin disampaikan, silakan langsung saja.

Responden: Kesan pertama sih tampilannya bersih ya. Warnanya juga nggak terlalu banyak, jadi enak dilihat.

Responden: Layout-nya menurut saya rapi. Mata saya langsung tahu harus baca dari mana dulu.

Peneliti: Ada bagian yang paling menarik?

Responden: Saya suka halaman proses kerja sama portofolio. Fotonya cukup banyak tapi tetap nggak terasa penuh.

Responden: Nah, kalau yang ini saya merasa fotonya kurang nyambung sama judulnya. Mungkin bisa diganti sama foto yang lebih menggambarkan isi halaman.

Peneliti: Selain itu ada lagi?

Responden: Sejauh ini sih nggak ada. Informasinya mudah dipahami.

Responden 2

Peneliti: Silakan dibaca dulu ya.

Peneliti: Bagaimana menurut Anda?

Responden: Saya suka karena nggak terlalu ramai. Biasanya company profile isinya padat banget, ini masih nyaman dibaca.

Responden: Saya jadi tahu ternyata Azgrafika nggak cuma bikin kaos, tapi juga bisa buat custom merch

Peneliti: Ada yang membuat bingung?

Responden: Nggak sih. Cuma saya penasaran, foto-foto yang dipakai ini asli semua dari Azgrafika ya?

Peneliti: Menurut Anda kalau asli bagaimana?

Responden: Malah lebih bagus. Jadi lebih percaya kalau itu memang hasil kerja mereka.

Responden 3

Peneliti: Kesan pertama setelah melihat buku ini bagaimana?

Responden: Modern. Terus susunan informasinya juga jelas.

Responden: Tapi saya lihat ada beberapa foto bajunya kepotong. Kalau menurut saya lebih bagus diperlihatkan lebih utuh.



© 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

Peneliti: Kenapa menurut Anda begitu?

Responden: Karena kan produknya yang dijual. Kalau kelihatan utuh jadi lebih jelas buat orang yang lihat.

Peneliti: Ada lagi?

Responden: Selebihnya sudah oke.

Responden 4

Responden: Saya suka cara penyampaian informasinya. Nggak panjang-panjang tapi tetap ngerti.

Peneliti: Bagaimana dengan tampilannya?

Responden: Sudah profesional.

Responden: Yang ini sayang sih.

Peneliti: Maksudnya?

Responden: Kaosnya warna hitam, jadi detail jahitannya kurang kelihatan. Padahal lagi bahas jenis kaosnya.

Peneliti: Jadi sebaiknya bagaimana?

Responden: Pakai warna yang lebih terang atau ambil foto yang detail jahitannya lebih kelihatan.

Responden 5

Peneliti: Silakan dilihat sampai selesai ya.

Responden: Layout-nya enak. Saya nggak merasa bingung waktu baca.

Peneliti: Bagaimana dengan tipografinya?

Responden: Jelas kok. Ukurannya pas.

Responden: Mungkin foto produknya bisa lebih banyak variasinya. Soalnya saya lihat cukup banyak kaos hitam.

Peneliti: Kenapa menurut Anda perlu divariasikan?

Responden: Biar lebih hidup aja tampilannya.

Responden 6

Responden: Bukunya agak susah dibuka ya.

Peneliti: Bagian mana?

Responden: Pas di tengah-tengah ini. Kayak pengen nutup lagi.

Peneliti: Menurut Anda kenapa bisa begitu?

Responden: Mungkin karena jilidnya. Kalau pakai jilid lain mungkin lebih nyaman.

Peneliti: Selain itu bagaimana?

Responden: Isinya sudah enak dibaca.

Responden 7



© 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

Responden: Ukurannya lumayan besar ya.

Peneliti: Terasa mengganggu?

Responden: Nggak mengganggu sih, cuma kalau dibawa-bawa agak besar.

Peneliti: Menurut Anda ukuran berapa yang pas?

Responden: Mungkin B5. Jadi masih nyaman buat baca tapi lebih praktis.

Peneliti: Kalau isi bukunya?

Responden: Sudah jelas semua.

Responden 8

Responden: Saya jadi penasaran.

Peneliti: Tentang apa?

Responden: Semua layanan Azgrafika sudah masuk semua belum ya?

Peneliti: Kenapa bertanya begitu?

Responden: Karena yang saya lihat sudah cukup lengkap. Kalau memang semuanya sudah masuk berarti orang yang baru kenal Azgrafika bakal langsung paham.

Peneliti: Ada masukan lain?

Responden: Nggak ada. Menurut saya sudah bagus.

Responden 9

Responden: Saya suka tampilannya.

Peneliti: Bagian apa yang paling menarik?

Responden: Layout sama fotonya.

Responden: Tapi beberapa gambar menurut saya bisa lebih disesuaikan lagi sama isi halaman. Jadi waktu lihat langsung nyambung sama pembahasannya.

Peneliti: Selain itu?

Responden: Selebihnya sudah oke.

Responden 10

Peneliti: Setelah melihat semuanya, bagaimana pendapat Anda?

Responden: Menurut saya ini sudah layak dipakai sebagai company profile.

Peneliti: Apa alasannya?

Responden: Informasinya lengkap, tampilannya modern, terus gampang dipahami.

Peneliti: Ada yang masih bisa diperbaiki?

Responden: Ukuran bukunya bisa dibuat lebih kecil supaya lebih praktis. Terus jilidnya kalau bisa jangan yang terlalu kaku waktu dibuka. Selebihnya saya rasa sudah bagus dan profesional.

LAMPIRAN 2

HASIL KUISONER



© 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

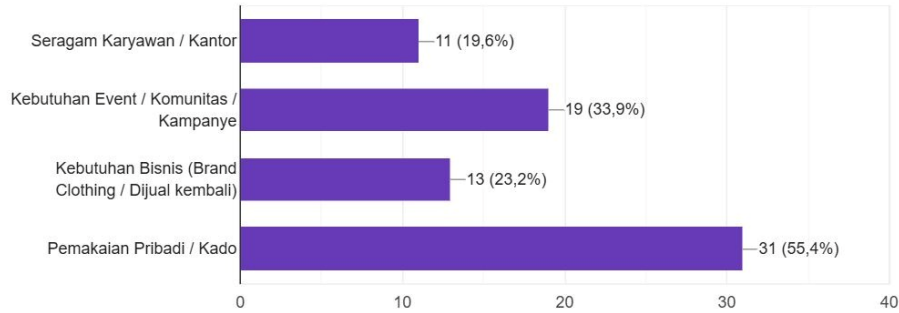
Hak Cipta :

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

Untuk keperluan apakah Anda biasanya memesan pakaian custom (kaos sablon, kemeja bordir, jaket, dll)? (Jawaban bisa >1)

Salin diagram

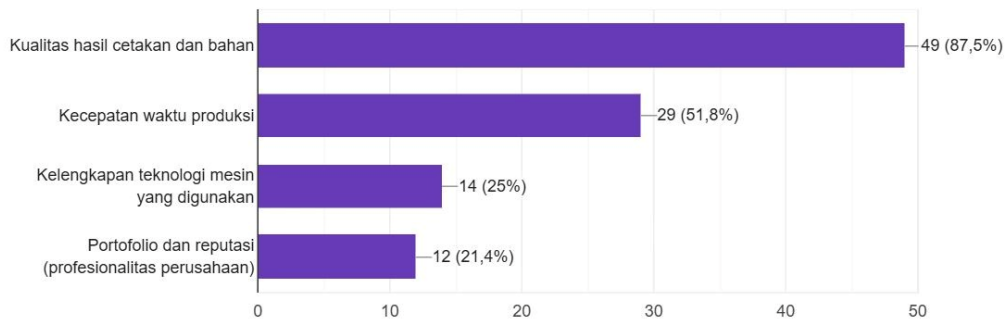
56 jawaban



Faktor apa yang paling memengaruhi keputusan Anda saat memilih vendor penyedia jasa cetak / custom apparel? (Pilih maksimal 2)

Salin diagram

56 jawaban





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

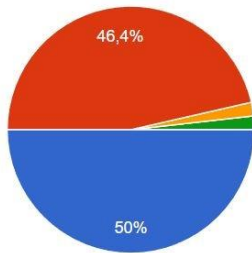
Hak Cipta :

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

Dari mana Anda biasanya mendapatkan referensi vendor percetakan baru dan seberapa sering Anda melakukan pemesanan dalam setahun?

Salin diagram

56 jawaban

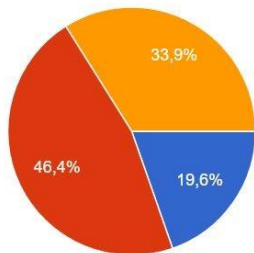


- Rekomendasi Teman/Kolega (Word of Mouth) & >5 kali/tahun
- Pencarian Media Sosial (Instagram/TikTok) & 2 4 kali/tahun
- Pencarian Google/Maps & 1 kali/tahun
- Iklan/Brosur fisik & Hanya saat ada kebutuhan mendesak

Ketika Anda menerima buku profil perusahaan (company profile) dari calon vendor, bagaimana kebiasaan Anda dalam menyerap informasi di dalamnya?

Salin diagram

56 jawaban



- Saya membaca teksnya secara detail dari awal hingga akhir.
- Saya hanya memindai (scanning) bagian tertentu yang saya butuhkan (seperti harga/layanan).
- Saya lebih fokus melihat foto produk/kualitas visualnya daripada membaca teksnya.
- Saya jarang menyempatkan diri untuk membacanya.

NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

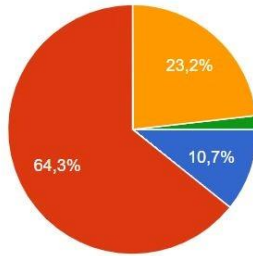
Hak Cipta :

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

[INFO SINGKAT: Azgrafika adalah perusahaan penyedia jasa printing & apparel profesional yang didukung oleh teknologi modern seperti mesin DTF dan Bordir Komputer.]Berdasarkan hal tersebut, bagaimana cara paling efektif untuk menampilkan kecanggihan teknologi Azgrafika di dalam buku profil?

[Salin diagram](#)

56 jawaban

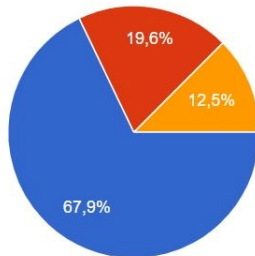


- Menampilkan spesifikasi detail mesin beserta kapasitas produksinya.
- Menampilkan foto close-up (jarak dekat) hasil kualitas cetakan/bordiran dari mesin tersebut.
- Menampilkan infografis perbandingan keunggulan mesin modern vs konvensional
- Menampilkan foto suasana ruang produksi yang rapi dan profesional.

Gaya visual (layout dan tipografi) buku profil perusahaan seperti apa yang paling mudah dibaca dan memberikan kesan profesional menurut Anda?

[Salin diagram](#)

56 jawaban



- Clean & Terstruktur: Menggunakan banyak ruang kosong, teks ringkas dengan font tanpa kait (sans-serif) yang modern.
- Dinamis & Ekspresif: Susunan asimetris, banyak elemen grafis, ukuran teks bervariasi.
- Elegan & Klasik: Teks terpusat dengan font berkait (serif) yang terlihat mewah.



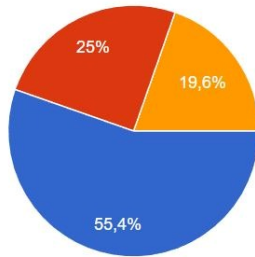
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Jika memikirkan sebuah perusahaan printing & apparel modern yang dilengkapi mesin canggih, kombinasi warna apa yang paling merepresentasikan image tersebut?

56 jawaban

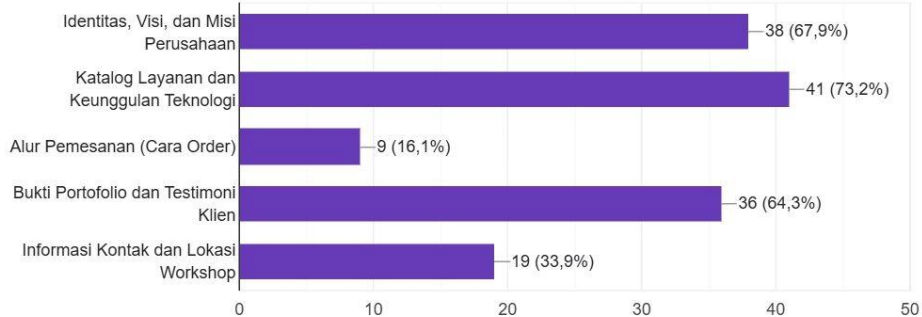


- Dominasi warna gelap (Hitam/Navy) dengan aksen warna cerah/neon.
- Dominasi warna korporat (Biru/Abu-abu) yang memberi kesan terpercaya & stabil.
- Dominasi warna cerah dan berani (Merah/Kuning/Oranye) yang memberi kesan kreatif & cepat.

[Salin diagram](#)

Informasi utama apa yang paling Anda butuhkan dari buku company profile Azgrafika untuk meyakinkan Anda menjalin kerja sama B2B? (Pilih maksimal 3)

56 jawaban



[Salin diagram](#)

LAMPIRAN 3

DOKUMENTASI RISET



© 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 4

LOGBOOK 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 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

Bimbel ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang	Bab 1 Pendahuluan	February 12, 2026	1. Pengarahan Tugas Akhir	1. Mulai mengerjakan BAB 1
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan	Bab 1 Pendahuluan	February 20, 2026	Tanggung, selesaikan aja langsung BAB 1 nya	Lanjut selesaikan BAB 1
Bimbingan ke-3	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Bab 1 Pendahuluan	February 27, 2026	1. Latar Belakang (1 fenomena custom 2 pertumbuhan industri 3 menghasilkan pesaing usaha 4 penting nya cp (next paragraph) bagaimana cara dia menawarkan jasa nya dan infirmasikan ke calon klien, kenapa dia butuh cp (sayang nya dia belum punya cp) paragraf selanjutnya bahas state of the art dan terkait kelebihan yang di angkat sebelum sota.) 2. Rumusan Masalah (+ apa branding dari usahanya) 3. Ruang Lingkup Pembahasan (point 1-3 di ringkas) 4. Tujuan Manfaa (narasi nya di singkat, tambahkan point di tujuan, per point 1 point aja)	Revisi yang di berimaskan
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Bab 2 Landasan Perancangan	March 26, 2026	2.1 di ganti dengan promosi 2.2 di ganti denga promosi	lanjutkan bab 2 nya dan coba survei untuk bab 3
Bimbingan ke-5	Bab 2 Landasan Perancangan	Penulisan Bab 2	Bab 2 Landasan Perancangan	April 1, 2026	sub bab 2.4 tambahkan display type dan text type, sub yang sistem pengukuran jangan semuanya, warna yang dibutuhkan di dalam sub bab 2.5.2 seperti fungsi warna, design thingking nya di cari lagi, tambahkan juga mindmap	revisi bab 2 dan lanjutkan bab 3
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Penulisan Bab 2 Analisis kompetitor Kerangka teori Product Knowledge Metode Penelitian Profil Klien	Bab 3 Metode Perancangan	April 9, 2026	Mix sumber bagian layout Desain thinking Test nya ke aduense Produk knowledge di gali apa yang jadi kelebihan dari kompetitor Pertanyaan apa di buat perencanaan No Bagian tujuan besar, demografi, behavior secara general, preferensi Tujuana apa dari masing" atas, demografi memahami dari responden, tujuan behavior memahami konsumen secara general Pertanyaan apa sablon, custom Apparel, gimana si behavior mereka Jawabannya apa	Revisi bagian layout, dibuat variasi sumber Revisi Desain Thinking Bagian Test harus nya ke audiens Menggali product knowledge dan buat pertanyaan
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Product Knowledge Analisis SWOT Analisis consumer insight Creative Brief	Bab 3 Metode Perancangan	April 14, 2026	produk knowledge kelebihan dari Azgrafika mau dikenal sebagai apa Lebih jelas lagi brpa consumer insight Gender dan usia tidak terlalu relevan So bukan mempromosikan jadi harusnya jadi cp yang gimanaa sih Wo Simpulkan cp yang harus gimana si dan kata kunci harus gimana lagi sebagai arahan kreatif	Product knowledge ditambahkan kelebihan hilangkan gender dan usia di konsumen insight karena tidak relevan SO dan WO nya dibenarkan simpulkan juga dari SWOT supaya bisa jadi arahan kreatif
Bimbingan ke-8	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Analisis kompetitor	Bab 3 Metode Perancangan		Kenapa tidak digital karena kurang jelas Kalo di cetak bisa memegang sendiri, kalo cetak bisa di lampirkan contoh bahan SWOT bahan awet itu kaya gimana, seenggaknya menjelaskan standar bahan Tambahkan o Creative partner hapus	di jelaskan lebih detail terkait bab 1, kesinambungan swot dan menambahkan kompetitor
Bimbingan ke-9	Bab 3 Metode Perancangan	Creative Brief	Bab 3 Metode Perancangan	1 Juni 2026	key message nya di benerin dan tambahkan cabang pada mindmap	revisi mindmap
Bimbingan ke-10				10 Juni 2026	revisi sedikit key message dan melanjutkan moodboard	melanjutkan ke tahap sketsa manual dan digital
Bimbingan ke-11	Bab 4 Hasil dan pembahasan		Bab 4 Hasil dan pembahasan	26 Juni 2026	Perihal paragraf style Tambahkan ruming teks Eksplor Layout	Revisi desain
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan pembahasan		Bab 4 Hasil dan pembahasan	2 Juni 2026	Testing (Change) nya di ubah Tambahkan media pendukung Ganti ukuran	Revisi
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan pembahasan		Bab 4 Hasil dan pembahasan	8 Juli 2026	dengan perancangan design thinking di abstrak, konsep tersebut sampe terstruktur hapus aja banner tujuan untuk menarik perhatian, informasi nya nga banyak, pilih ke unggulan yg ingin di tonjolkan ke banner, saran make point yg di saran juga tambahkan terkait penemuan saat melakukan nya, contoh nya seperti wawancara dll, cari temuan baru dan kalo ada coba kasih saran nya di bawah	Revisi dan kumpulkan

LAMPIRAN 5

HASIL CEK TRUNITIN



© 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:3618:144791535

PAPER NAME

DG 8A_HIJRAH NOUVAL FIRDAUS_PERA
NCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SE
BAGAI MEDIA PROMOSI UNTUK AZGRAF
IKA.pdf

WORD COUNT

15524 Words

CHARACTER COUNT

101273 Characters

PAGE COUNT

76 Pages

FILE SIZE

1.4MB

SUBMISSION DATE

Jul 3, 2026 7:38 AM GMT+7

REPORT DATE

Jul 3, 2026 7:39 AM GMT+7

● 12% Overall Similarity

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

- 11% Internet database
- 2% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

LAMPIRAN 6

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 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

HIJRAH NOUVAL FIRDAUS

hijrahnouvalfirdaus@gmail.com | +62 898-5901-010

TENTANG SAYA

Saya Hijrah Nouval Firdaus, Mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan prodi Desain Grafis. Saya memiliki minat berkarir sebagai Desainer Grafis. Mempunyai hobi di bidang desain dan seni serta mahir dalam menggunakan aplikasi Adobe Tools. Saya juga memiliki pengalaman magang di salah perusahaan laboratorium kesehatan yaitu PT. Diagnos Laboratorium Utama tbk, sebagai desainer yang bertugas membuat poster produk, feeds instagram, reels, dan motion template sederhana. Untuk kedepannya saya ingin mengerjakan proyek - proyek kreatif yang mencakup berbagai jenis media dan platform untuk memperkaya portofolio dengan karya yang mencerminkan inovasi dan fleksibilitas.

PENDIDIKAN

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA Desain Grafis	2022 - Present
SMK TARUNA BHAKTI DEPOK Multimedia	2019 - 2022

PENGALAMAN KERJA

PT. Diagnos Laboratorium Utamab tbk - Magang Membuat kebutuhan feeds, reels dan cover reels instagram, katalog produk, banner, poster kesehatan dan motion ringan template	2025 - 2026
PT. Inovasi Karsa Nusantara - Magang Membuat kebutuhan desain feeds, cover reels instagram, membuat poster katalog, dan membuat maskot untuk keperluan konten.	2025
ASTRUM DEUS ESPORTS - Freelance Berkontribusi dalam membuat poster player, kebutuhan feeds instagram dan overlay youtube.	2024
REN EVENT - Freelance Berkontribusi dalam membuat konten instagram, kebutuhan tournament dan overlay youtube.	2024

PENGALAMAN KEGIATAN

Genci (Embracing ending and the beginning) Divisi Hpd Berkontribusi dalam pembuatan desain poster, feeds instagram, banner, stiker dan nametag, juga pada saat acara berlangsung saya berkontribusi untuk mengambil momen di acara tersebut.	2024
Big boss (Big bakti sosial 2024) Divisi Desain Berkontribusi dalam pembuatan desain feeds Instagram dan desain baju.	2024
Grenade (Gerakan antusias dan eksplorasi) Divisi Desain Membuat kebutuhan desain, tentang informasi kegiatan tersebut, menggunakan platform Instagram.	2024