



© 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 THE DAILY
INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

Oleh:

M. HAZNUN HAYKAL
2206421049

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

**DEPOK
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 mengumunkan 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 The Daily Indonesia
Sebagai Media Promosi
Penulis : M. Haznun Haykal
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 08 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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE THE DAILY INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

M. HAZNUN HAYKAL

2206421049

Disahkan:

Depok, 13 Juli 2026

Penguji I

Penguji II

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

Rachmadita Dwi Pramesti, M.Ds
NIP. 199005112019032019

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 mengumunkan 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 THE DAILY INDONESIA SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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, 2 Juli 2026

Yang menyatakan,
M. Haznun Haykal
2206421049



Hak Cipta :

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

ABSTRAK

Perkembangan industri skincare di Indonesia yang semakin pesat mendorong perusahaan untuk memiliki media promosi yang mampu membangun citra profesional dan meningkatkan kepercayaan mitra bisnis. The Daily Indonesia sebagai brand skincare lokal yang mengusung kandungan DMAE pertama di Indonesia belum memiliki company profile yang dapat merepresentasikan identitas, keunggulan, serta kapasitas perusahaan secara menyeluruh dalam kegiatan business to business (B2B). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan merancang media company profile The Daily Indonesia sebagai sarana komunikasi dan promosi yang dapat mendukung kerja sama bisnis serta memperkuat identitas perusahaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan design thinking yang meliputi tahap empathize, define, ideate, prototype, dan test. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan studi literatur, kemudian dianalisis menggunakan metode SWOT untuk menghasilkan arahan kreatif sebagai dasar perancangan. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, perancangan company profile diarahkan pada penggunaan konsep visual minimalist dan natural yang selaras dengan karakter brand serta mengacu pada Graphic Standard Manual (GSM) perusahaan. Media yang dirancang akan memuat informasi mengenai profil perusahaan, produk, keunggulan DMAE, portofolio kegiatan, serta identitas brand yang disusun secara terstruktur dan komunikatif sesuai kebutuhan promosi B2B. Berdasarkan hasil analisis data, perancangan media company profile The Daily Indonesia difokuskan pada penyajian informasi perusahaan secara profesional dengan pendekatan visual yang sesuai dengan identitas brand guna mendukung kebutuhan komunikasi dan promosi dalam kegiatan business to business.

Kata kunci: company profile, media promosi, business to business, identitas visual, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

ABSTRACT

The rapid growth of the skincare industry in Indonesia has encouraged companies to develop promotional media that can establish a professional image and enhance the trust of business partners. The Daily Indonesia, a local skincare brand that introduced Indonesia's first DMAE-based skincare products, does not yet have a company profile capable of comprehensively representing its identity, strengths, and corporate capabilities in business-to-business (B2B) activities. Therefore, this study aims to design a company profile for The Daily Indonesia as a communication and promotional medium to support business partnerships and strengthen the company's brand identity. This research employs a descriptive qualitative method using the design thinking approach, which consists of the empathize, define, ideate, prototype, and test stages. Data were collected through interviews, observations, and literature review, and subsequently analyzed using the SWOT method to generate creative directions as the foundation for the design process. Based on the findings, the company profile was designed using a minimalist and natural visual concept that aligns with the brand's characteristics while adhering to the company's Graphic Standard Manual (GSM). The proposed company profile includes information about the company, its products, the advantages of DMAE, its portfolio of activities, and its brand identity, all organized in a structured and communicative manner to meet B2B promotional needs. Based on the results of the data analysis, the design of The Daily Indonesia's company profile focuses on presenting corporate information professionally through a visual approach that reflects the brand's identity, thereby supporting the company's communication and promotional needs in business-to-business activities.

Keywords: *company profile, promotion media, business to business, visual identity, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

PRAKATA

Puji serta syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa karena atas karunia dan rahmat-Nya telah memberikan banyak waktu dan kesempatan sehingga Laporan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Buku Company Profile The Daily Indonesia Sebagai Media Promosi” dapat terselesaikan dengan baik.

Tugas Akhir memberi kesempatan kepada mahasiswa Teknik Grafika dan Penerbitan untuk mengaplikasikan ilmu desain grafis yang telah dipelajari selama perkuliahan dalam bentuk karya ilmiah maupun karya terapan. Melalui Tugas Akhir, mahasiswa dituntut untuk mengintegrasikan teori dan praktik, melakukan penelitian atau perancangan desain sesuai bidangnya, serta menyusun laporan sebagai bentuk pertanggungjawaban akademik atas hasil karya yang dihasilkan.

Laporan Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta.

Tentunya, dalam setiap tahap penyusunan Laporan Tugas Akhir ini, banyak bantuan, dukungan, doa, dan kasih sayang dari orang-orang sekitar yang sangat berarti. Dalam kesempatan ini, ucapan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Syamsurizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng selaku Kepala Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Anggi Anggarini, M.Ds. selaku Dosen Pembimbing, karena telah memberikan arahan, nasihat, serta ilmu yang sangat berharga sepanjang proses penyusunan laporan ini.
5. MRR. TIYAS MAHENI DK, S.H.,M.H. selaku dosen PA DG7B dan seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu selama penulis mengikuti pembelajaran di Program Studi Desain Grafis, 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

6. Kedua orang tua, Ibu Sakinah Lubis dan Bapak Rizwan Pramarta karena senantiasa memberikan dukungan sepenuhnya, serta memenuhi setiap kebutuhan dengan penuh ketulusan dan kesabaran tanpa batas.
7. The Daily Indonesia yang sudah menjadi klien utama dalam perancangan tugas akhir, karena telah memberikan pengalaman bekerja sama yang berharga dalam penyusunan Tugas Akhir ini.
8. Terima kasih juga kepada inisial A yang sudah menjadi partner dan memberikan motivasi kepada penulis.
9. Teman-teman Teknik Grafika dan Penerbitan terutama prodi Desain Grafis, yang telah berbagi banyak momen bersama selama perkuliahan.
10. Semua pihak yang telah memberikan dukungan dalam penyelesaian Laporan Tugas Akhir ini, yang tidak bisa disebutkan satu per satu. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang setimpal dari Allah SWT.

Karena keterbatasan dalam metode penulisan, laporan ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa depan.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 1 Oktober 2025

M. Haznun Haykal



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 ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
PRAKATA.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat.....	5
1.4.1 Tujuan.....	5
1.4.2 Manfaat.....	5
1.5 Sistematika Penulisan.....	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Promosi.....	8
2.1.1 Fungsi Promosi.....	8
2.2 Media Promosi.....	10
2.3 Company Profile.....	11
2.3.1 Fungsi Company Profile.....	12
2.3.2 Susunan Company Profile.....	12
2.4 Layout.....	14
2.4.1 Prinsip Layout.....	15
2.5 Tipografi.....	20
2.5.1 Klasifikasi Huruf.....	24
2.6 Warna.....	25
2.7 Design Thinking.....	26
BAB III METODE PERANCANGAN.....	29
3.1 Metode Penelitian.....	29
3.2 Data dan Analisis.....	32
3.2.1 Profil Klien.....	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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

3.2.2 Product Knowledge.....	35
3.2.3 Target Audience.....	39
3.2.4 Kompetitor.....	40
3.2.5 Consumer Insight.....	42
3.2.6 Analisis SWOT.....	44
3.3 Arahan Kreatif.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
4.1 Konsep Visual.....	51
4.1.1 Mind Map.....	52
4.1.2 Moodboard.....	53
4.2 Proses Desain.....	55
4.2.1 Sketsa Manual.....	55
4.2.2 Layout Imposisi.....	61
4.2.3 Desain Komprehensif.....	61
4.2.4 Desain Terpilih.....	63
4.2.5 Prototype.....	76
4.2.6 Testing.....	76
4.2.7 Hasil Testing dan Evaluasi.....	77
4.2.8 Desain Final.....	78
4.2.9 Mockup Digital.....	79
4.2.10 Final Artwork.....	80
4.3 Media Turunan.....	81
4.4 Pertimbangan Produksi.....	84
BAB V PENUTUP.....	88
5.1 Simpulan.....	88
5.2 Saran.....	89
DAFTAR REFERENSI.....	90



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 GAMBAR

Gambar 2.1 Sequence.....	16
Gambar 2.2 Emphasis.....	17
Gambar 2.3 Balance.....	18
Gambar 2.4 Unity.....	19
Gambar 2.5 Legibility.....	20
Gambar 2.6 Readability.....	21
Gambar 2.7 Tracking.....	22
Gambar 2.8 Kerning.....	22
Gambar 2.9 Leading.....	23
Gambar 2.10 Serif.....	24
Gambar 2.11 Sans Serif.....	24
Gambar 2.12 RGB & CMYK.....	26
Gambar 3.1 Logo The Daily Indonesia.....	33
Gambar 3.2 Advanced Hydration Moisturizer Cream.....	35
Gambar 3.3 DMAE Dewy Daily Cleanser.....	35
Gambar 3.4 DMAE Dewy Daily Cleanser.....	36
Gambar 3.5 Atmajaya University Visit.....	37
Gambar 3.6 Jakarta x Beauty 2025.....	37
Gambar 3.7 KOL The Daily Indonesia.....	38
Gambar 3.8 Logo Crystallure.....	40
Gambar 3.9 Logo Round Lab.....	41
Gambar 4.1 Mind Map.....	52
Gambar 4.2 Moodboard.....	53
Gambar 4.3 Sketsa Tema Product Highlight.....	55
Gambar 4.4 Sketsa Tema Talent Photo Asset.....	56
Gambar 4.5 Sketsa Tema Supergraphic.....	57
Gambar 4.6 Sketsa Tema Very Minimalist.....	58
Gambar 4.7 Sketsa Tema Product Clinical.....	59
Gambar 4.8 Layout Imposisi.....	60
Gambar 4.9 Digitalisasi Tema Product Highlight.....	60
Gambar 4.10 Digitalisasi Tema Talent Photo Asset.....	61
Gambar 4.11 Digitalisasi Tema Product Clinical.....	62
Gambar 4.12 Sketsa Manual Partitur Layout.....	63
Gambar 4.13 Layout Company Profile The Daily Indonesia.....	65
Gambar 4.14 Font Company Profile The Daily Indonesia.....	65



© 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

Gambar 4.15 Tipografi Company Profile The Daily Indonesia.....	66
Gambar 4.16 Warna Company Profile The Daily Indonesia.....	67
Gambar 4.17 Warna Company Profile The Daily Indonesia.....	67
Gambar 4.18 Digitalisasi Desain Terpilih.....	68
Gambar 4.19 Sequence Company Profile.....	73
Gambar 4.20 Penekanan Company Profile.....	73
Gambar 4.21 Keseimbangan Company Profile.....	74
Gambar 4.22 Kesatuan Company Profile.....	74
Gambar 4.23 Prototype Company Profile.....	75
Gambar 4.24 Matriks Hasil Testing.....	78
Gambar 4.25 Hasil Evaluasi Testing.....	79
Gambar 4.26 Desain Final.....	80
Gambar 4.27 Mockup Digital.....	81
Gambar 4.28 FAW File Company Profile.....	82
Gambar 4.29 Mockup ID Card.....	83
Gambar 4.30 Mockup Business Card.....	84
Gambar 4.31 Mockup Kipas.....	84
Gambar 4.32 Stiker.....	85

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



Hak Cipta :

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Analisis SWOT.....	44
Tabel 3.2 Creative Brief.....	46
Tabel 4.1 Penjelasan Per Halaman Bentangan.....	69
Tabel 4.2 Hasil Testing Prototype.....	76
Tabel 4.3 Spesifikasi Produksi Company Profile.....	86
Tabel 4.4 Spesifikasi Produksi Media Turunan.....	86
Tabel 4.5 Pertimbangan Produksi Company Profile.....	88
Tabel 4.6 Pertimbangan Produksi Media Turunan.....	88





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Lembar Bimbingan Tugas Akhir
Lampiran 2 : Transkrip Wawancara
Lampiran 3 : Dokumentasi
Lampiran 4 : Turnitin
Lampiran 5 : 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ekonomi, kemajuan teknologi, serta perubahan gaya hidup masyarakat *modern* telah mempengaruhi pola kebutuhan manusia yang semakin beragam. Kebutuhan tersebut tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan dasar, seperti sandang dan pangan, tetapi juga mencakup kebutuhan perawatan diri, termasuk perawatan kulit atau *skincare*. Utami dalam (Alfahmi et al. 2023) menyatakan, seiring dengan meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap kesehatan dan penampilan kulit, industri *skincare* mengalami pertumbuhan yang sangat pesat dan menjadi salah satu sektor yang memiliki kontribusi besar dalam pasar domestik. Dalam beberapa tahun terakhir, produk *skincare* lokal menunjukkan perkembangan yang signifikan dan mampu bersaing dengan berbagai merek internasional. Hal ini terlihat dari semakin luasnya distribusi produk *skincare* lokal melalui berbagai saluran penjualan, baik secara langsung di toko fisik maupun melalui *platform digital*. Berdasarkan data Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, hasil survei ZAP Beauty Index 2023 menyatakan, sebanyak 96,8% perempuan Indonesia menggunakan produk *skincare* lokal, dengan 19,0% di antaranya hanya menggunakan produk lokal. Di sisi lain, 81,0% responden juga menggunakan produk *skincare* dari luar negeri, namun hanya 3,2% yang mengandalkannya secara eksklusif.

Beragamnya pilihan produk *skincare* yang tersedia di pasaran membuat konsumen semakin cermat dalam menentukan produk yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Berbagai faktor, seperti kandungan bahan aktif, reputasi merek, hingga tingkat keamanan dan penggunaan produk, menjadi pertimbangan utama sebelum melakukan pembelian. Kondisi ini menyebabkan persaingan antarperusahaan di industri *skincare* semakin kompetitif. Pada umumnya, konsumen memilih produk yang dianggap mampu memberikan manfaat sesuai dengan kebutuhan kulit mereka. Berdasarkan data ZAP Beauty Index 2023, manfaat mencerahkan kulit masih menjadi salah satu alasan utama yang mendorong konsumen dalam memilih produk *skincare*.



© 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

Persaingan yang semakin tinggi mendorong perusahaan untuk terus mengembangkan strategi pemasaran yang efektif, termasuk menjalin kolaborasi dengan berbagai pihak guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan pengenalan merek. Data dari Kementerian Perindustrian Republik Indonesia menunjukkan bahwa industri kosmetik nasional mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Jumlah perusahaan kosmetik meningkat sebesar 21,9%, dari 913 perusahaan pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan tahun 2023. Selain itu, peningkatan penggunaan *platform digital* juga turut mendorong pertumbuhan penjualan produk *personal care* dan kosmetik. Dalam rentang tahun 2018 hingga 2022, kategori *personal care* dan kosmetik secara konsisten berada dalam tiga besar kategori produk dengan penjualan tertinggi di *marketplace* Indonesia.

Keberhasilan pengembangan bisnis sangat dipengaruhi oleh aktivitas promosi yang dilakukan perusahaan. Promosi menjadi salah satu bentuk komunikasi yang bertujuan menyampaikan informasi sekaligus membangun keyakinan calon konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan (Sohilait & Talahatu, 2023). Melalui promosi, perusahaan dapat menarik perhatian, memberikan informasi, membangun ingatan merek, serta mendorong kepercayaan calon konsumen. Salah satu media yang dapat digunakan untuk mendukung kegiatan promosi adalah *company profile*. Media ini berfungsi sebagai sarana untuk menyajikan informasi perusahaan secara komprehensif kepada calon mitra bisnis maupun pihak yang berkepentingan. Dalam praktiknya, *company profile* juga dimanfaatkan sebagai alat komunikasi pemasaran, khususnya dalam aktivitas *business to business* (B2B).

Pada ranah B2B, *company profile* memiliki peran penting karena menjadi representasi identitas dan citra perusahaan yang dapat mempengaruhi persepsi serta keputusan calon mitra bisnis (Balmer et al. 2020). *Company profile* umumnya disusun dalam bentuk buku atau *booklet* cetak yang digunakan saat pertemuan dengan calon klien maupun calon *partner* bisnis. Melalui media tersebut, perusahaan dapat memperkenalkan profil, kompetensi, serta nilai yang dimiliki secara lebih profesional dan terstruktur (Prasetio, 2022).



© 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

Dari berbagai perusahaan di industri *skincare*, terdapat satu merek yang memiliki keunggulan produknya, perusahaan tersebut adalah The Daily Indonesia, yang merupakan salah satu *brand* kecantikan lokal yang didirikan oleh PT Wijaya Cosmetic Indonesia yang didirikan pada tanggal 07 Agustus 2024, The Daily Indonesia adalah merek perawatan kulit pertama di Indonesia yang mengandalkan DMAE, bahan terobosan pertama di Indonesia yang dikenal efektif untuk mengencangkan, menghaluskan, dan memiliki sifat anti-inflamasi.

The Daily Indonesia berkomitmen untuk menggabungkan inovasi sains dengan rutinitas perawatan kulit yang mudah dan efektif. Perawatan kulit yang canggih seharusnya bisa dilakukan setiap hari, memberikan solusi yang memudahkan konsumen untuk merawat kulit dengan produk yang tidak hanya aman, tetapi juga memberikan hasil yang nyata. Dengan produk yang sudah terdaftar di BPOM, The Daily memastikan kualitas terbaik di setiap produknya.

Salah satu strategi promosi The Daily Indonesia yaitu berpartisipasi dalam *event beauty*, membuka *booth*, serta melakukan kunjungan ke kampus sebagai upaya strategis untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan visibilitas *brand*. Melalui kegiatan-kegiatan tersebut, The Daily Indonesia membangun interaksi langsung dengan audiens target sehingga dapat mendorong lebih banyak orang untuk mengenal serta memahami layanan maupun produk yang ditawarkan.

Namun, untuk saat ini The Daily Indonesia belum memiliki *company profile* untuk disampaikan kepada calon mitra bisnis. Selama ini, pelaksanaan kegiatan B2B The Daily Indonesia masih bertumpu pada komunikasi lisan, serta pemanfaatan media sosial, tanpa didukung oleh *company profile* sebagai dokumen resmi perusahaan. Kondisi tersebut menyebabkan calon mitra bisnis belum memperoleh gambaran yang utuh mengenai identitas, legalitas, rekam jejak, maupun kapasitas perusahaan. Selain itu, dalam beberapa proses negosiasi dengan KOL dan calon mitra, muncul beberapa keraguan terhadap potensi kerja sama yang ditawarkan. Hal ini dipengaruhi oleh posisi The Daily Indonesia yang tergolong sebagai *brand* baru, sehingga penyampaian informasi yang hanya bersifat verbal dinilai belum cukup kuat untuk membangun keyakinan dan kepercayaan calon mitra dalam menjalin kerja sama.



© 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

Company profile ini bertujuan untuk memperkenalkan *brand* secara lebih profesional dengan menampilkan informasi produk dan kandungan bahan yang digunakan, serta identitas perusahaan. Permasalahan tersebut dapat mempengaruhi kegiatan *business to business* The Daily Indonesia. Mengingat seberapa dibutuhkannya suatu *company profile*, maka perlu dilakukan *brainstorming* untuk membuat aspek-aspek yang memerlukan pengembangan secara rinci, pembuatan buku ini diperlukan untuk menjadi sumber informasi perusahaan, dibuat dalam bentuk fisik agar mudah digunakan dan dimengerti oleh calon mitra bisnis, serta bisa memenuhi keinginan perusahaan, pembuatan buku ini akan dituangkan menjadi judul tugas akhir “Perancangan Buku Company Profile The Daily Indonesia Sebagai Media Promosi”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah disebutkan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu:

1. Bagaimana merancang buku *company profile* The Daily Indonesia sebagai media promosi guna mendukung kegiatan *business to business* perusahaan?
2. Bagaimana menerapkan teori desain pada buku *company profile* The Daily Indonesia?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dari latar belakang yang sudah disebutkan, terdapat Ruang Lingkup Pembahasan untuk membatasi dan memfokuskan perancangan Tugas Akhir, diantaranya sebagai berikut:

1. Proses perancangan buku *company profile* sebagai media promosi The Daily Indonesia untuk mendukung kegiatan *business to business*.
2. Penerapan prinsip desain untuk mendukung Perancangan Buku *Company Profile* The Daily Indonesia Sebagai Media Promosi.



© 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

1.4 Tujuan dan Manfaat

Terdapat tujuan dan manfaat dari penyusunan tugas akhir berdasarkan permasalahan di atas adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan

Adapun Tujuan dari penyusunan Tugas Akhir sebagai berikut:

1. Menjelaskan proses perancangan buku *company profile* The Daily Indonesia sebagai media promosi untuk mendukung kegiatan *business to business*.
2. Menjelaskan teori desain yang diterapkan pada buku *company profile* The Daily Indonesia.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat praktis dan teoritis dari penyusunan Tugas Akhir antara lain:

1. Melalui perancangan ini, The Daily Indonesia diharapkan dapat memperoleh manfaat berupa mampu mendukung upaya perusahaan dalam membangun relasi bisnis dengan berbagai mitra potensial melalui kerja sama B2B, serta menjadi media komunikasi pemasaran dalam menarik minat calon konsumen.
2. Penelitian ini diharapkan dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi mahasiswa maupun peneliti yang membahas topik *company profile*. Selain itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menambah pemahaman mengenai fungsi *company profile* sebagai media yang berperan dalam memperkuat citra perusahaan serta meningkatkan *awareness* perusahaan.
3. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pengetahuan masyarakat mengenai peran dan penyusunan buku *company profile*, khususnya dalam konteks industri kecantikan. Selain memberikan informasi yang relevan, hasil karya yang dihasilkan juga diharapkan dapat menjadi referensi praktis bagi masyarakat yang ingin mengembangkan atau merancang media komunikasi perusahaan serupa.



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

1.5 Sistematika Penulisan

Struktur penulisan laporan tugas akhir ini disusun secara runtut dan terorganisasi. Laporan terdiri atas 3 (tiga) bagian yang saling berkaitan, sehingga dapat membantu pembaca dalam memahami isi pembahasan secara menyeluruh. Adapun sistematika penulisan laporan tersebut adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan mengenai latar belakang perancangan buku *company profile* untuk *brand* The Daily Indonesia yang difungsikan sebagai strategi promosi sekaligus identitas perusahaan. Di dalamnya dijelaskan latar belakang, rumusan masalah yang dikaji, ruang lingkup pembahasan, serta tujuan dan manfaat yang diharapkan dari penyusunan buku tersebut.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini meliputi kajian teoritis yang menjadi landasan dalam perancangan tugas akhir. Teori-teori yang diuraikan mencakup berbagai aspek, antara lain mengenai media promosi, *company profile*, tata letak, tipografi, warna, serta teori yang berkaitan dengan riset desain.

BAB III METODE PERANCANGAN

Bab ini meliputi metode penelitian yang digunakan, yaitu metode kualitatif. Metode tersebut dipilih untuk memperoleh informasi yang akurat dan mendalam sebagai dasar penyusunan laporan. Pembahasan dalam bab ini mencakup penjelasan mengenai teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, studi literatur, dan arahan kreatif yang menjadi acuan dalam proses perancangan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas hasil perancangan buku cerita *company profile* The Daily Indonesia sebagai media komunikasi *visual business to business*, mulai dari pengembangan konsep *visual*, proses desain, pengujian dan evaluasi, hingga penerapannya pada media pendukung serta pertimbangan produksi dan persiapan cetak.



© 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

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang disusun berdasarkan rangkaian proses perancangan serta hasil pengujian media yang telah dilaksanakan. Selain itu, disajikan pula sejumlah saran yang diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan media sejenis maupun perancangan dan penelitian berikutnya.



Hak Cipta :

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

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

1. Perancangan buku *company profile* The Daily Indonesia dilakukan sebagai sarana komunikasi *visual* yang ditujukan untuk mendukung kegiatan *business to business*. Berdasarkan seluruh tahapan *empathize* dan *testing* yang telah dilaksanakan, dapat disimpulkan, penulis mempelajari bahwa efektivitas buku *company profile* didukung oleh penerapan konsep desain sesuai dengan identitas *brand* dan juga dengan isi buku yang mengedepankan integritas *brand* mulai dari nilai *brand*, sertifikat *brand*, perjalanan *brand*, *product knowledge* yang jelas dan detail, serta testimoni dari konsumen demi memperkuat nilai dari *brand* The Daily Indonesia.
2. Penerapan konsep visual yang mengedepankan kesan natural, tampilan yang bersih, daya tarik *visual* diperkuat melalui penggunaan latar yang klinis, pemilihan warna yang memberikan kesan *premium*, serta tata letak yang tertata sehingga informasi dapat dibaca dengan nyaman. Oleh karena itu, konsep desain tersebut kemudian dikembangkan ke dalam media pendukung berupa *ID Card*, *Business Card*, kipas, dan stiker yang berfungsi sebagai identitas sekaligus media pendukung promosi perusahaan. Dalam proses perancangannya, media ini telah menerapkan teori dan prinsip desain komunikasi visual melalui pengolahan elemen *visual* seperti ilustrasi, tipografi, warna, dan *layout* yang disesuaikan dengan karakteristik audiens. Penerapan prinsip kesatuan, keseimbangan, penekanan, dan hierarki informasi secara konsisten menghasilkan media yang tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga dapat mendukung aktivitas *business to business* The Daily Indonesia.



© 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

5.2 Saran

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan pada ruang lingkup pembahasannya. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengimplementasikan dan menguji efektivitas buku company profile secara langsung dalam kegiatan *business to business* (B2B) maupun aktivitas promosi sejenis guna mengevaluasi pengaruhnya terhadap peningkatan peluang kerja sama dengan perusahaan maupun *Key Opinion Leader* (KOL). Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam penerapan prinsip desain melalui metode *design thinking*, serta mendorong pembaruan isi company profile secara berkala agar informasi yang disampaikan tetap sesuai dengan perkembangan perusahaan sehingga mampu menjaga kredibilitas dan meningkatkan kepercayaan calon klien maupun mitra bisnis.

**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

DAFTAR REFERENSI

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya. *1*(1).
- Abibah, A., & Wicara, D. (2024, 9). Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero Sport Pada PT. DIPA Otomotif Pekanbaru. *Eko dan Bisnis: Riau Economics and Business Review*, *15*(3), 7. 2614-123X. : dindagentawicara@lecturer.stieriau-akbar.ac.id
- Alfahmi, F., Kristin, O., Meiriza, M., Lubis, N., Kinanti, A., Umaira, N., & Ramadhani, A. (2023). Analisis Tingkat Konsumtif Mahasiswa Manajemen Unimed Stambuk 2023 Terhadap Pemakaian Produk Skintific. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, *10*(24.2), 10. 438-446. : <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9225>
- Balmer, J., Lin, Z., Chen, W., & He, X. (2020). The role of corporate brand image for B2B relationships of logistics service providers in China. *Journal of Business Research*, *117*(12), 12. 850–861. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.03.043>
- Firdaus, A. M., & Hadiyanto. (2022, Januari 20). Efektivitas Instagram Sebagai Media Promosi Produk Olahan Pertanian Kopi Di Rumah Kopi Sunda Hejo. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat [JSKPM]*, *5*(6), 895-907. 10.29244/jskpm.v5i06..924
- Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. (2024, 02 03). *Hasilkan Produk Berdaya Saing Global, Industri Kosmetik Nasional Mampu Tembus Pasar Ekspor dan Turut Mendukung Penguatan Blue Economy*. Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia. Retrieved 10 03, 2025, from <https://www.ekon.go.id/publikasi/detail/5626/hasilkan-produk-berdaya-saing-global-industri-kosmetik-nasional-mampu-tembus-pasar-ekspor-dan-turut-mendukung-penguatan-blue-economy#:~:text=Tangerang%2C%203%20Februari%202024&text=Pertumbuhan%20fenomenal%20indu>
- Lazuardi, M. L., & Sukoco, I. (2019, 06 30). Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek. *Organum: Jurnal Saintifik Manajemen dan Akuntansi*, *2*(1), 1-11. 10.35138/organum.v2i1.51
- Lupton, E. (2024). *3rd Edition Thinking with Type: A Critical Guide for Designers, Writers, Editors, and Students* (3rd ed., Vol. 3). Princeton Architectural Press.
- Prasetio, M. D. (2022). Perancangan Visual Company Profile sebagai Media Promosi PT Global Lans Akasa. *Jurnal Desain Kajian Penelitian Bidang Desain*, *2*(2), 19.



© 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

Ramadhani, M. B., Aziza, S. R., Febriana, H. D., & Rachman, A. (2022). Implementasi Design Thinking pada Perancangan Website Yellow Sands Travel Berbasis Wordpress. *I(2)*.

Roziqin, A. K., & Arianto, W. (2023, 4). Perancangan Company Profile Berbasis Web sebagai Sarana Pemasaran pada PT Japung Kreasindo Bersama. *Journal of Research and Publication Innovation, I(2)*, 384 - 394.

Soewandi, H. A. (2024). Perancangan Buku Company Profile sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia. *Program Studi Desain Grafis Jurusan Teknik Grafika Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta*.

Sohilait, A., & Talahatu, I. (2023). Tinjauan Promosi Objek Wisata Pantai Usamar Lilibooi. *Jurnal Administrasi Terapan, 2(2)*.

Subari, W. A. (2024, 04 19). *Memahami Prinsip Tata Letak atau Lay Out dalam Desain Grafis*. Media Indonesia. Retrieved 10 23, 2025, from <https://mediaindonesia.com/teknologi/524484/memahami-prinsip-tata-letak-atau-lay-out-dalam-desain-grafis>

Suka, E. A., & Lubis, S. (2019, 8). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Mempromosikan Produk Homemade Kefir di Kota Medan. *Jurnal Network Media, 2(2)*, 27.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 1. Lembar Bimbingan Tugas Akhir



Hak Cipta :

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



Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

<https://www.notion.so/Template-Logbook-Penelitian-2904ec83666681d0a5eff613e950e799>

Template Logbook Penelitian						
Aa Name	Tahap Penelitian	Materi yang dibahas	Status	Tanggal Bimbingan	Catatan Pembimbing	To-do
Bimbingan ke-1	Bab 1 Pendahuluan	Latar Belakang Rumusan Masalah	Not started Not started	October 3, 2025	1. Client ingin Buku Company Profile yang Menarik, menarik di detailkan ya menarik seperti apa dalam aspek desain. 2. Apa ada media cetak lainnya yang bisa dibuat, agar nanti booth tidak terlalu sepi.	1. Menanyakan dan berdiskusi dengan client untuk membahas seperti apa buku company profile yang menarik dalam aspek desain bagi mereka. 2. Berdiskusi dan bertanya kepada client dan dosen pembimbing, terkait media cetak lainnya yang bisa dibuat nanti.
Bimbingan ke-2	Bab 1 Pendahuluan	Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Not started Not started	October 17, 2025	1. Diajarkan tentang pengisian notion. 2. Penjelasan tentang pengertian dosen pembimbing untuk saya. 3. Dijelaskan tentang seperti apa isi dari bab 2.	1. Bertanya kepada dosen pembimbing baru, terkait apa media cetak lain yang bisa dibuat agar booth tidak sepi. 2. Mulai mengisi notion setelah diajarkan. 3. Mulai mengerjakan bab 2.
Bimbingan ke-3	Bab 2 Landasan Perancangan	Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Not started Not started	October 23, 2025	1. Make sure ke client tentang kebutuhan compro itu untuk ditunjukkan ke audience atau mitra bisnis	1. Bertanya kepada client tentang kebutuhan compro targetnya siapa. 2. Lanjut bab 2
Bimbingan ke-4	Bab 2 Landasan Perancangan	Ruang Lingkup dan Batasan Tujuan penelitian	Not started Not started	November 20, 2025	1. Di bagian Latar Belakang tambahkan Promosi seperti apa yg bisa dilakukan company profile? 2. Fungsi compro 1 paragraf aja, Ganti yg binarto kenapa compro butuh desain dll. 3. Certain the daily suka ikut event dll nah saat itu blm punya compro. 4. Dalam Bab 2 masukkan teori desain.	1. Tambahkan Promosi seperti apa yg bisa dilakukan company profile. 2. Tambahkan kenapa compro butuh desain 3. Tambahkan the daily suka ikut event dll 4. Tambahkan dalam Bab 2 masukkan teori desain 5. Bab 3.
Bimbingan ke-5	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Penulisan Bab 2	Not started Not started	November 27, 2025	1. Rumusan masalah diganti dan disamakan dengan Tujuan. 2. Tambahkan Metode Desain di bab 2. 3. Bagian warna (bab 2) tidak perlu terlalu teoritis. 4. Cari tahu kelayakan compro yang seperti apa untuk ikut event beauty.	1. Mengganti bagian rumusan masalah. 2. Menambahkan Metode Desain. 3. Take out yang tidak perlu. 4. Lanjut isi bab 3 5. Cari informasi di event Jakarta x Beauty.
Bimbingan ke-6	Bab 3 Metode Perancangan	Metode Penelitian Profil Klien Mencari data consumer insight Target Audience	Not started Not started Not started Not started	December 12, 2025	1. Pada product knowledge, masukkan udah pernah ikut event apa aja, kol yg udah diget siapa aja. 2. Cari competitor cari yg ada di Indonesia, gaperlu bahan sama, tp produk yg mirip. 3. Pada bagian SWOT, masukkan yg penting buat compro aja, sisanya take out.	1. Tambahkan Promosi seperti apa yg bisa dilakukan company profile. 2. Tambahkan kenapa compro butuh desain 3. Tambahkan the daily suka ikut event dll 4. Tambahkan dalam Bab 2 masukkan teori desain 5. Bab 3.
Bimbingan ke-7	Bab 3 Metode Perancangan	Analisis SWOT Creative Brief Analisis consumer insight Product Knowledge Analisis kompetitor	Not started Not started Not started Not started	December 18, 2025	1. Bikin spesifik untuk hasil SWOT 2. Objectives lebih spesifik seperti tujuan the daily buat compro apa, misalnya buat memperluas kerja sama, ikut event dll. 3. Range usia pada target audience diganti.	1. Revisi Objectives 2. Revisi Range usia pada target audience 3. Spesifik hasil SWOT 4. Tambahkan Daftar Referensi 5. Tambahkan Lampiran.
Bimbingan ke-8	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			February 12, 2026	1. Briefing tentang alur penelitian setelah sempro 2. Checkpoint masing masing mahasiswa 3. Informasi soal bimbingan (min 1x/seminggu)	1. Briefing tentang alur penelitian setelah sempro 2. Checkpoint masing masing mahasiswa 3. Informasi soal bimbingan (min 1x/seminggu)
Bimbingan ke-9	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			March 5, 2026	1. Asistensi konsep visual 2. Asistensi keywords dari mindmapping 3. Asistensi Moodboard	1. Asistensi konsep visual 2. Asistensi keywords dari mindmapping 3. Asistensi Moodboard
Bimbingan ke-10	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			March 26, 2026	1. Asistensi revisi moodboard 2. Asistensi alternatif sketsa	1. Asistensi revisi moodboard 2. Asistensi alternatif sketsa
Bimbingan ke-11	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			April 9, 2026	1. Asistensi Revisi Sketsa 2. Tambahkan grid untuk layout, dikasih nama per alternatif	1. Asistensi Revisi Sketsa 2. Tambahkan grid untuk layout, dikasih nama per alternatif
Bimbingan ke-12	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			May 7, 2026	1. Pemilihan alternatif sketsa 2. Diskusi tema buku company profile	1. Pemilihan alternatif sketsa 2. Diskusi tema buku company profile
Bimbingan ke-13	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			June 1, 2026	1. Asistensi artikel semnas 2. Asistensi poster untuk presentasi semnas	1. Asistensi artikel semnas 2. Asistensi poster untuk presentasi semnas
Bimbingan ke-14	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain			June 15, 2026	1. Asistensi digitalisasi desain company profile 2. Revisi ukuran teks pada halaman	1. Asistensi digitalisasi desain company profile 2. Revisi ukuran teks pada halaman
Bimbingan ke-15	Bab 4 Hasil dan Pembahasan Desain Bab 5 Penutup			July 2, 2026	1. Asistensi penulisan laporan (Bab 4-5) 2. Tambahin matriks testing	1. Asistensi penulisan laporan (Bab 4-5) 2. Tambahin matriks testing
Bimbingan ke-16	Bab 5 Penutup			July 8, 2026	1. Asistensi laporan final 2. Tanda tangan lembar persetujuan	1. Asistensi laporan final 2. Tanda tangan lembar persetujuan



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 2. Transkrip Wawancara



Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

Wawancara Consumer Insight

1. Narasumber 1

Nama : Yosua Wijaya
Jabatan : *Head of Brand* The Daily Indonesia
Waktu : 06 Desember 2025, Pukul 14:00
Tempat : Jakarta x Beauty JICC

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Saya ada sedikit pertanyaan pak. Pertama, mungkin tujuan bangun brand The Daily ini karena apa pak?	Saya tuh melihat idealisnya. Saya dulunya kan di main di klinik kecantikan. Terus saya melihat sekarang-sekarang ini, banyak produk yang harganya dikurangkan. Tapi ingredient juga mulai diturunkan juga. Kita maunya ngomong, The Daily ini dibuat jujur. Terus kita bikin satu edukasi, edukasi yang bagus gitu ya. Sehingga orang-orang bahwa skincare itu bukan hanya ingredient aja. Tapi presentasinya harus benar. Dan pemakaiannya harus benar juga. Makanya kenapa kita di sini tuh selalu edukasi mainnya. Sebenarnya tujuannya itu. Yang kedua, inginnya gitu ya. Yang inginnya itu inginnya jadi gede. Nah ini jadi gede. Jadi bisa ngebantu orang-orang.
2.	Buat pertanyaan kedua. Kalau untuk kompetitor secara langsung atau tidak langsung itu siapa pak?	Saya agak susah menyebut kompetitor secara langsung atau tidak langsung ya. Kenapa gini? Karena kita bawa satu ingredient yang nggak ada di Indonesia. Baru pertama kali. Jadi kompetitor kita malahan dari Eropa dan Korea. Yang nggak ada di Indonesia. Di Indonesia kita cuma



© 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

		masalah yang paling sisanya adalah kita mengedukasinya. Karena semua belum banyak yang tahu. Makanya di sini kita edukasi secara pakainya. Dan edukasi DMAE itu apa sih? Ini DMAE itu memang produk-produk Korea yang kita coba kembangkan di sini. Jadi untuk kompetitor secara langsung sebenarnya yang serupa nggak ada.
--	--	---

2. Narasumber 2

Nama : Dinda
Jabatan : *Marketing Strategist The Daily Indonesia*
Waktu : 06 Desember 2025, Pukul 14:30
Tempat : Jakarta x Beauty JICC

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nah kalau untuk company profile nih. Dari sisi apa aja sih yang mungkin dinilai layak untuk business to business ikut event? Mungkin dari sisi visual atau sisi isinya seperti apa?	Mungkin company profile yang menarik. Isinya juga lengkap tapi tidak terlalu berbelit-belit. Maunya yang simple. Nggak mau yang ribet-ribet. Tapi yang pasti adalah company profile-nya itu adalah yang jujur. Yang jujur, yang nggak muluk-muluk gitu. Yang bisa dicapai. Itu company profile yang bisa disebutkan. Udah itu aja



© 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

3. Narasumber 3

Nama : Indira
Jabatan : *Marketing Communication & Community*
Waktu : 16 Desember 2025, Pukul 16:30
Tempat : Female Radio Fatmawati

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nah kalau untuk company profile nih. Dari sisi apa aja sih yang mungkin dinilai layak untuk business to business ikut event? Mungkin dari sisi visual atau sisi isinya seperti apa?	Kalau company profile yang bagus untuk B2B itu menurut aku yang visinya jelas. Kalau business to business tuh pasti value-nya ya. Value antara si brand kita dengan brand lain yang di purpose itu visinya sama, value-nya sama. Terus abis itu juga menurut aku the way presentnya itu bisa engaging gitu loh. Dari ketika kita menyampaikan ini kita aimnya A. Terus kita melihat nih dari segi brand kamu, kayaknya kamu juga sebenarnya sama loh visinya kita selain gitu. Gimana kalau kita misal collab, kita barengan gabung jadi satu untuk mencapai sama-sama mau ke titik A gitu. Jadi menurut aku dari segi message, vision itu harus sama. Harus satu visi lah gitu. Itu yang mengawinkan company profile yang layak untuk business to business gitu. Menurut aku kalau misalnya aimnya untuk ikut event yang besar berarti dia harus punya database community yang besar juga. Karena ketika ikut event yang besar maka kita sudah bisa nih kasih tau bahwa kita pun mampu mengumpulkan masa segini banyak



© 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

	gitu loh. Portfolio event event sebelumnya itu juga sangat penting ya. Jadi kayak sebelum kamu bikin wownya, kamu udah pernah ikut yang kecil2nya tapi aimnya sama.
--	---

4. Narasumber 4

Nama : Citra
Jabatan : *Promotion Staff Specialist*
Waktu : 16 Desember 2025, Pukul 16:50
Tempat : Female Radio Fatmawati

No	Pertanyaan	Jawaban
1.	Nah kalau untuk company profile nih. Dari sisi apa aja sih yang mungkin dinilai layak untuk business to business ikut event? Mungkin dari sisi visual atau sisi isinya seperti apa?	Yang pertama itu pasti informasi tentang perusahaannya. 5W1H. Itu harus ada informasinya lengkap ya 5W1H gitu. Terus project2 apa yang pernah dilakuin. Sama yang paling penting itu kalau misalkan bisnis2 pasti kan kerjasama antara 2 perusahaan gitu ya. Kalau bisa value-nya yang menarik dari perusahaan yang approach itu gitu. Value apa yang mau ditawarkan dengan perusahaan ini. Menurut aku itu yang penting. Yang penting itu sih informasi si companynya itu dan value-nya.



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

Wawancara Testing Prototype

Responden:

1. Yosua Wijaya, 52 Tahun, *Head of Brand The Daily Indonesia*, Via Zoom Meet, 23 Juni 2026, 11.00 WIB
2. Dinda Diana, 23 Tahun, *Marketing Strategist The Daily Indonesia*, Via Zoom Meet, 23 Juni 2026, 11.00 WIB
3. Indira, 26 Tahun, *Marketing Communication & Community*, Offline, 25 Juni 2026, 14.00 WIB
4. Aida, 32 Tahun, *KOL Specialist*, Offline, 25 Juni 2026, 14.00 WIB
5. Farah, 30 Tahun, *KOL Specialist*, Offline, 25 Juni 2026, 14.00 WIB
6. Citra, 28 Tahun, *Promotion Staff*, Offline, 25 Juni 2026, 14.00 WIB
7. Nisa, 26 Tahun, *Event Organizer Staff*, Offline, 26 Juni 2026, 14.00 WIB
8. Adinda, 25 Tahun, *Event Organizer Staff*, Offline, 26 Juni 2026, 14.00 WIB

Jenis Kelamin: Perempuan

Rentang Usia: 25-35 Tahun

Domisili: Jabodetabek

No	Variabel	Ringkasan Jawaban
1.	Ukuran buku 20x20cm sudah pas untuk dipegang dan dibaca.	7 responden menyatakan ukuran 20x20 cm sudah pas, 1 responden prefer buku versi landscape.
2.	Desain buku ini menarik dan sudah menggambarkan brand <i>skincare</i> sehingga mau membaca sampai selesai.	8 responden menyatakan buku sudah menarik, namun 5 responden menyatakan opacity supergrafis terlalu rendah, 1 responden menanyakan alternatif warna lain untuk background.



© 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

3.	Komposisi teks sudah pas.	5 responden menyatakan ukuran masih terlalu kecil, 3 responden menyatakan ukuran font sudah pas.
4.	Pemilihan <i>soft cover</i> sudah tepat untuk <i>company profile</i> ini.	6 responden menyatakan pemilihan <i>soft cover</i> sudah tepat karena lebih ringan dan mudah dipegang saat dibaca, 2 responden prefer <i>hard cover</i> karena <i>durability</i> .
5.	Buku ini efektif untuk kelancaran kegiatan <i>business to business</i> .	8 responden menyatakan buku sudah efektif untuk b2b karena karena mencakup kelebihan <i>brand</i> dan desain buku yang menarik, namun 1 responden menyatakan perlu menambahkan before after pemakaian produk.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 3. Dokumentasi



Hak Cipta :

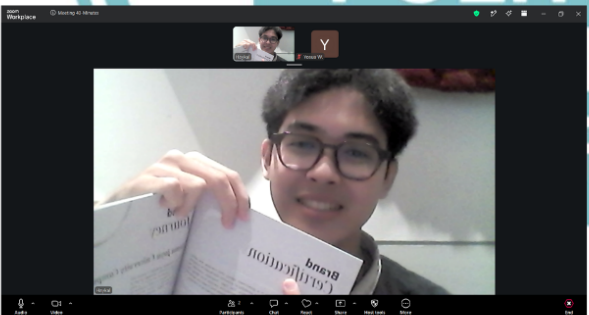
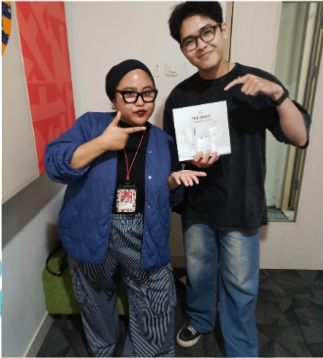
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 4. Turnitin



Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:144658376

PAPER NAME

DG 8B_M. Haznun Haykal_Perancangan
Company Profile The Daily Indonesia Se-
bagai Media Promosi.pdf

WORD COUNT

15618 Words

CHARACTER COUNT

100796 Characters

PAGE COUNT

86 Pages

FILE SIZE

1.2MB

SUBMISSION DATE

Jul 1, 2026 2:47 PM GMT+7

REPORT DATE

Jul 1, 2026 2:48 PM GMT+7

● 9% Overall Similarity

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

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

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Lampiran 5. 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 mengumunkan 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

M. HAZNUN HAYKAL

GRAPHIC DESIGNER



About Me

Hello! I'm M Haznun Haykal, or simply Haykal. As a dedicated graphic design student with a focus on packaging design, I'm passionate about crafting unique and eye-catching visuals, experimental layout creation, engaging copywriting proves to be a valuable addition in the development of campus design projects. I'm skilled in various design software and truly enjoy the collaborative process that brings ideas to fruition. I'm fluent in both English and Bahasa Indonesia. Let's create something amazing together—feel free to reach out!

Experience

Internship

- Surya Abadi Computer | 2020 – 2021
- Metamorphosys Creative Agency | January 2025 – July 2025

Project Officer

- Competition in Resourceful Arts & Graphic Techniques 2024

Public Relation

- Indonesia Packaging Design Competition 2024

Education

Graphic Design

Jakarta State Polytechnic

2022 – 2026 GPA: 3.8

Abilities

- Responsible
- Time Management
- Organized
- Teamwork

Language

Indonesian English

Skill

Adobe Photoshop
Adobe Illustrator
Adobe InDesign
Canva
Capcut

★★★★★

CONTACT

+62 895 3447 82990
mhaznunhaykal@gmail.com
M. Haznun Haykal
behance.net/mhaznunhaykal