



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

## TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

### PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI GLOWLABS INDONESIA



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

Oleh:  
**HANA ALIFA SOEWANDI**  
2006421070

**PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS  
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN  
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA  
DEPOK  
2024**



**Hak Cipta :**

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

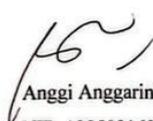
**LEMBAR PERSETUJUAN  
LAPORAN TUGAS AKHIR**

Judul Tugas Akhir : Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media  
Promosi Glowlabs Indonesia  
Penulis : Hana Alifa Soewandi  
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan  
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 6 Agustus 2024

Menyetujui,  
Dosen Pembimbing I

  
Anggi Anggarini, M. Ds  
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II

  
Rachmadita Dwi Pramesti, M. Ds  
NIP. 19900500201903201



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

### LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI  
GLOWLABS INDONESIA

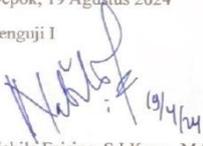
Oleh:

HANA ALIFA SOEWANDI  
2006421070

Disahkan:

Depok, 19 Agustus 2024

Penguji I

  
Nabila Fajrina, S.I.Kom., M.Si.  
NIP. 199209252022031009

Penguji II

  
Yoga Putra Pratama, S.T., M.T.  
NIP. 199209252022031009

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

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR**

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

**Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi  
Glowlabs Indonesia**

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, 06 Agustus, 2024



Hana Alifa Soewandi  
2006421070



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

## ABSTRAK

Industri *skincare* khususnya *skincare* lokal semakin berkembang dan bersaing, dengan popularitas produk lokal yang semakin meluas di toko *offline* maupun *online*. Oleh karena itu terjadilah suatu persaingan *industry skincare* dan mendorong suatu perusahaan untuk melakukan kerja sama atau kolaborasi sehingga pembuatan *company profile*, tujuan dari perancangan adalah membuat alat kolaborasi suatu *brand skincare* lokal bernama Glowlabs Indonesia. Dalam proses bekerja sama, Glowlabs Indonesia hanya menggunakan suatu *file presentasi* yang mendeskripsikan perusahaannya secara singkat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif, dengan menggunakan metode riset *design thinking*, perancangan akan dimulai dengan pencarian data dengan tahap *emphatize*, melalui studi literatur, wawancara dan observasi dilanjut dengan tahap *define* yaitu analisis data serta pembuatan *design brief*, melakukan pencarian *key visual* dengan menggunakan *mindmap* dan *moodboard* serta membuat sketsa manual hingga digital menggunakan tahap *ideate*. di tahap *prototype* membuat *mockup* digital beserta *dummy*, dan tahap terakhir adalah tahap *testing* dengan melakukan test dan *review* buku. Hasil perancangan adalah buku *company profile* interaktif dengan menampilkan kesan *fresh* minimalis serta memvisualisasikan tema teruji klinis, dengan menggunakan *bright color* dan *sans serif* pada tipografinya. Perancangan ini nantinya akan digunakan sebagai alat untuk berpromosi antar B2B sehingga dapat menunjang kebutuhan kerja sama dan kolaborasi, melalui *company profile* ini juga diharapkan dapat membuat wawasan baru bagi para target audiens dan perusahaan yang akan diajak bekerjasama.

Kata Kunci: Company Profile, Media Promosi, Glowlabs Indonesia, Skincare

POLITEKNIK  
NEGERI  
JAKARTA



## ABSTRACT

*The skincare industry, particularly local skincare, is increasingly developing and competing, with the popularity of local products spreading more widely in both offline and online stores. As a result, competition within the skincare industry has driven companies to engage in collaborations, prompting the need to create a company profile. The purpose of this design is to create a collaboration tool for a local skincare brand called Glowlabs Indonesia. In the process of collaboration, Glowlabs Indonesia has so far only used a presentation file that briefly describes the company. The research method used is qualitative, utilizing the design thinking research method. The design process begins with data collection in the empathize phase through literature studies, interviews, and observations, followed by the define phase, which involves data analysis and the creation of a design brief. This is followed by a search for key visuals using mind maps and mood boards, and the creation of manual and digital sketches in the ideate phase. In the prototype phase, digital mockups and dummies are created, and the final phase is testing, which involves testing and reviewing the book. The result of this design is an interactive company profile book that presents a fresh and minimalist impression, visualizing the "clinically tested" theme with bright colors and sans-serif typography. This design will be used as a promotional tool for B2B collaboration, thereby supporting the needs for partnerships and collaborations. Through this company profile, it is also expected to provide new insights for target audiences and companies that will be invited to collaborate.*

*Keywords: Company Profile, Promotional Media, Glowlabs Indonesia, Skincare*

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 :**

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

## PRAKATA

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulisan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Perancangan Buku Company Profile sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia" ini dapat diselesaikan dengan baik. 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. Laporan Tugas Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini tidak akan terselesaikan tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya 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. Agnes Dwi Natalia Bangun, M. Ds., selaku Kepala Program Studi Desain Grafis. Sekaligus Dosen Pembimbing Teknis.
4. Rachmadita Dwi Pramesti M.Ds. selaku dosen PA DG8C dan Dosen Pembimbing Materi.
5. Seluruh Dosen Program Studi Desain Grafis yang telah memberikan ilmu selama penulis mengikuti pembelajaran di Program Studi Desain Grafis, Politeknik Negeri Jakarta.
6. Kedua orang tua, Ibu Kukun Kurniasih dan Ayah Gustira Hermawan yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
7. Glowlabs Indonesia yang sudah menjadi klien utama dalam perancangan tugas akhir.
8. Seluruh teman teman desain grafis Angkatan 2020 khususnya Desain Grafis kelas 8C yang sudah menjadi teman seperjuangan selama 4 tahun.
9. Terima kasih juga kepada inisial A yang sudah menjadi partner dan memberikan motivasi kepada penulis.



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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

Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Dukungan yang diberikan sangat berarti.

Penulis menyadari bahwa Laporan Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, Penulis sangat mengapresiasi kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, Penulis berharap laporan ini dapat memberikan manfaat bagi semua pembaca. Terima kasih.



Tangerang, 27 Mei 2024

Hana Alifa Soewandi



**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**

|                                     |            |
|-------------------------------------|------------|
| <b>PROPOSAL TUGAS AKHIR</b>         | <b>i</b>   |
| <b>ABSTRAK</b>                      | <b>v</b>   |
| <b>ABSTRACT</b>                     | <b>vi</b>  |
| <b>PRAKATA</b>                      | <b>vii</b> |
| <b>DAFTAR ISI</b>                   | <b>ix</b>  |
| <b>DAFTAR GAMBAR</b>                | <b>xii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL</b>                 | <b>xiv</b> |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN</b>              | <b>xv</b>  |
| <b>BAB 1</b>                        | <b>1</b>   |
| <b>PENDAHULUAN</b>                  | <b>1</b>   |
| 1. 1 Latar Belakang .....           | 1          |
| 1.2 Rumusan Masalah .....           | 4          |
| 1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....   | 4          |
| 1.4 Tujuan dan Manfaat .....        | 4          |
| 1.4.1. Tujuan .....                 | 4          |
| 1.4.2. Manfaat .....                | 5          |
| 1.5 Sistematika Penulisan.....      | 5          |
| <b>BAB II</b>                       | <b>7</b>   |
| <b>LANDASAN TEORI</b>               | <b>7</b>   |
| 2.1 Promosi .....                   | 7          |
| 2.1.2 Fungsi Promosi.....           | 8          |
| 2.2 Media Promosi .....             | 9          |
| 2.3 Buku .....                      | 10         |
| 2.4 Company Profile .....           | 11         |
| 2.4.1 Fungsi Company Profile.....   | 12         |
| 2.4.2 Susunan Company Profile ..... | 12         |
| 2.5 Layout .....                    | 15         |
| 2.5.1 Prinsip Layout .....          | 16         |
| 2.5.2 Elemen Layout .....           | 20         |
| 2.6 Tipografi.....                  | 34         |
| 2.6.1 Klasifikasi Huruf.....        | 38         |



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

|  |           |
|--|-----------|
| 2.7 Warna .....  | 42        |
| 2.7.1 Klasifikasi Warna .....  | 44        |
| 2.7.2 Karakteristik Warna .....  | 45        |
| 2.8 Design Thinking .....  | 46        |
| <b>BAB III</b>   | <b>49</b> |
| <b>METODE PERANCANGAN</b>  | <b>49</b> |
| 3.1 Metode Design .....  | 49        |
| 3.2 Metode Pengumpulan Data .....  | 51        |
| 3.3 Data dan Analisis .....  | 53        |
| 3.3.1 Profil Perusahaan .....  | 53        |
| 3.3.2 Product Knowledge .....  | 56        |
| 3.3.3 Kompetitor .....   | 62        |
| 3.3.6 Analisis SWOT .....  | 70        |
| 3.4 Arahan Kreatif .....   | 72        |
| <b>BAB IV</b>  | <b>76</b> |
| <b>HASIL DAN PEMBAHASAN</b>  | <b>76</b> |
| 4.1 Konsep Visual .....  | 76        |
| 4.1.1 <i>Mindmap</i> .....   | 77        |
| 4.1.2 <i>Moodboard</i> .....   | 79        |
| 4.2 Proses Desain .....  | 80        |
| 4.2.1 Sketsa Imposisi .....  | 81        |
| .....  | 81        |
| 4.2.2 Sketsa Manual .....  | 82        |
| 4.2.3 Desain Komprehensif .....  | 84        |
| 4.2.4 Desain Terpilih .....  | 86        |
| 4.2.5 <i>Prototype</i> dan <i>Testing</i> .....  | 87        |
| Setelah melakukan tahap uji coba, <i>company profile</i> diberikan kepada klien dan target audiens, terdapat beberapa masukan yaitu: ..... | 89        |
| 1. Klien .....   | 89        |
| 4.2.6 Final Artwork .....  | 91        |
| 4.3 Media Turunan .....  | 99        |
| 2. <i>Lanyard</i> .....  | 100       |
| 4.4 Pertimbangan Produksi .....  | 101       |
| 1. Buku <i>Company Profile</i> .....   | 101       |



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

|   |            |
|---|------------|
| <b>BAB V</b>  | <b>103</b> |
| <b>PENUTUP</b>  | <b>103</b> |
| 5.1 Simpulan .....  | 103        |
| 5.2 Saran.....  | 105        |
| Penelitian ini memiliki keterbatasan pembahasan, oleh karena itu disarankan penelitian selanjutnya dapat membahas beberapa hal, yaitu:..... | 105        |
| DAFTAR PUSTAKA .....  | 106        |
| <b>Lampiran</b>   | <b>108</b> |





**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR GAMBAR**

|   |    |
|---|----|
| Gambar 2.1 Sequence.....                        | 17 |
| Gambar 2.2 Emphasis.....                        | 18 |
| Gambar 2.3 Balance.....                         | 19 |
| Gambar 2.4 Unity.....                           | 20 |
| Gambar 2.5 Foto.....                            | 25 |
| Gambar 2.6 Artwork/Illustrasi.....              | 26 |
| Gambar 2.7 Infografis.....                      | 27 |
| Gambar 2.8 Garis.....                           | 28 |
| Gambar 2.9 Kotak.....                           | 28 |
| Gambar 2.10 Inzet.....                          | 29 |
| Gambar 2.11 Point/Bullets.....                  | 30 |
| Gambar 2.12 Margin.....                         | 32 |
| Gambar 2.13 Manuscripted Grid.....              | 33 |
| Gambar 2.14 Column Grid.....                    | 34 |
| Gambar 2.15 Modular Grid.....                   | 35 |
| Gambar 2.16 Legibility.....                     | 36 |
| Gambar 2.17 Readability.....                    | 37 |
| Gambar 2.18 Tracking.....                       | 38 |
| Gambar 2.19 Kerning.....                        | 38 |
| Gambar 2.20 Leading.....                        | 39 |
| Gambar 2.21 Serif.....                          | 39 |
| Gambar 2.22 Sans Serif.....                     | 41 |
| Gambar 2.23 Script.....                         | 41 |
| Gambar 2.24 Decorative.....                     | 43 |
| Gambar 2.25 Warna Hue.....                      | 44 |
| Gambar 2.26 Warna Value.....                    | 44 |
| Gambar 2.27 Warna Saturation.....               | 45 |
| Gambar 2.28 Warna RGB dan CMYK.....             | 46 |
| Gambar 3.1 Logo Glowlabs.....                   | 55 |
| Gambar 3.2 Social Media Glowlabs Indonesia..... | 58 |



## © 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 3.3 Peptide Moist.....                           | 58 |
| Gambar 3.4 Gentle Glow Essence.....                     | 59 |
| Gambar 3.5 Physical Sunscreen.....                      | 60 |
| Gambar 3.6 Soothe and Shootn The Sun.....               | 61 |
| Gambar 3.7 Glo-C Serum.....                             | 62 |
| Gambar 3.8 Probiome Acne Serum.....                     | 63 |
| Gambar 3.9 Retinol Cica Night Serum.....                | 64 |
| Gambar 3.10 Gentle Bright Serum.....                    | 65 |
| Gambar 3.11 Bright Up! Axillary Brightening Cream.....  | 66 |
| Gambar 3.12 Logo Somethinc.....                         | 67 |
| Gambar 3.13 Instagram Somethin.....                     | 68 |
| Gambar 3.14 TikTok Somethinc.....                       | 69 |
| Gambar 3.15 Logo The Originote.....                     | 69 |
| Gambar 3.16 Instagram The Originote.....                | 71 |
| Gambar 3.17 TikTok The Originote.....                   | 72 |
| Gambar 4.1 Mindmap.....                                 | 78 |
| Gambar 4.2 Moodboard.....                               | 80 |
| Gambar 4.3 Sketsa Imposisi.....                         | 81 |
| Gambar 4.4 Sketsa Manual Tema Awan.....                 | 82 |
| Gambar 4.5 Sketsa Manual Tema Photobased.....           | 83 |
| Gambar 4.6 Sketsa Manual Tema Teruji Klinis.....        | 84 |
| Gambar 4.7 Desain Komperehensif Tema Awan.....          | 85 |
| Gambar 4.8 Desain Komeprehensif Tema Photobased.....    | 85 |
| Gambar 4.9 Desain Komperehensif Tema Teruji Klinis..... | 86 |
| Gambar 4.10 Mockup Desain.....                          | 88 |
| Gambar 4.11 Dummy HvS.....                              | 88 |
| Gambar 4.12 Dummy Art Paper.....1.....                  | 89 |
| Gambar 4.13 Testing Klien.....                          | 90 |
| Gambar 4.14 Testing Target Audiens.....                 | 91 |
| Gambar 4.15 Cover Depan dan Belakang.....               | 92 |
| Gambar 4.16 Final Artwork.....                          | 93 |



## © 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 4.17 Penggunaan Elemen Tidak Terlihat.....    | 94  |
| Gambar 4.18 Cover Depan.....                         | 94  |
| Gambar 4.19 Table of Content.....                    | 95  |
| Gambar 4.20 Paper Engineering.....                   | 96  |
| Gambar 4.21 Penggunaan QR Code.....                  | 96  |
| Gambar 4.22 Font Product Sans dan Balsamic Sans..... | 98  |
| Gambar 4.23 Color Pallete.....                       | 98  |
| Gambar 4.24 Mockup ID Card.....                      | 100 |
| Gambar 4.25 Mockup Lanyard.....                      | 100 |
| Gambar 4.26 Mockup Kaus.....                         | 101 |





**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.....  | 74 |
| Tabel 3.1 Creative Brief..... | 77 |





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

**Hak Cipta :**

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

**DAFTAR LAMPIRAN**

1. Transkrip wawancara
2. Laporan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

## BAB 1 PENDAHULUAN

### 1. 1 Latar Belakang

Dengan berkembangnya perekonomian, teknologi dan budaya *modern*, kebutuhan manusia semakin bertambah, tidak hanya sebatas kebutuhan sandang dan pangan, tetapi juga kebutuhan pribadi seperti perawatan wajah, perawatan tubuh, atau yang disebut dengan *skincare*. Industri perawatan kulit berkembang sangat pesat, dan menjadi salah satu industri yang mampu mendominasi pasar dalam negeri menurut Utami, 2019 dalam (Maya Trisdiyana & Handayani, 2023). Saat ini, *skincare* dalam negeri semakin berkembang dan layak saing dengan brand-brand luar negeri, popularitas *brand skincare* lokal yang produknya sudah semakin menjamur baik di toko-toko offline maupun online. Menurut survey yang dilakukan ZAP Beauty Index pada tahun 2023, sebanyak 96,8% wanita di Indonesia sudah menggunakan *brand skincare* dalam negeri atau *skincare* lokal. dengan 19,0% di antaranya menggunakan produk lokal secara eksklusif. Di sisi lain, 81,0% wanita juga menggunakan brand *skincare* luar negeri, namun hanya 3,2% yang menggunakan produk luar negeri secara eksklusif.

Beragamnya pilihan produk *skincare* membuat konsumen menjadi lebih selektif dalam memilih merek maupun jenis produk perawatan kulit yang digunakannya dengan memperhatikan berbagai aspek dari bahan, citra merek, ataupun dosis penggunaan *skincare* sehingga menimbulkan persaingan antar perusahaan. Umumnya para pengguna *skincare* memiliki ekspektasi terhadap manfaat yang ditawarkan oleh produk yang mereka pilih, *skincare* yang paling digandrungi saat ini adalah *skincare* yang memiliki manfaat untuk mencerahkan kulit, menurut survey ZAP Beauty Index tahun 2023.

Persaingan antar perusahaan membuat suatu perusahaan harus melakukan suatu bentuk promosi ataupun bentuk kerja sama dengan rekan usaha lainnya untuk memperluas pasar dan kesadaran merek butuh dilakukan kolaborasi antar perusahaan satu dengan lainnya. Berdasarkan data Kementrian Industri 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

Pertumbuhan industri kosmetik di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan, terlihat dari pertumbuhan jumlah perusahaan kosmetik sebesar 21,9%, dari 913 perusahaan pada tahun 2022 menjadi 1.010 perusahaan pada pertengahan 2023. Selain itu, penjualan produk *personal care* dan kosmetik telah meningkat pesat dalam beberapa tahun terakhir, seiring dengan perkembangan *e-commerce* di Indonesia. Sejak tahun 2018 hingga 2022, produk *personal care* dan kosmetik konsisten masuk dalam tiga besar kategori penjualan di *marketplace*.

Dalam upaya pengembangan bisnis, penting juga untuk memperhatikan promosi yang efektif, termasuk strategi untuk meningkatkan kesadaran merek dan menjangkau lebih banyak konsumen. Menurut Alma (2018) dalam (Sohilait & Talahatu, 2023) Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan yang meyakinkan calon konsumen tentang barang dan jasa. Tujuan promosi ialah memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan, dan meyakinkan calon konsumen. Salah satu bentuk upaya untuk mendukung promosi yang efektif adalah dengan merencanakan penyusunan sebuah *company profile* untuk memberikan gambaran yang komprehensif tentang profil perusahaan kepada mitra bisnis potensial. *Company profile* ini nantinya akan digunakan dalam kepentingan komunikasi dan marketing *business to business*.

Binanto dalam (Zen, 2022) mengungkapkan *company profile* adalah jati diri suatu Perusahaan, baik di bidang jasa atau produk yang memiliki tujuan untuk memberi informasi, mempengaruhi, mengajak serta mengingatkan kepada konsumen tentang perusahaan. Selain sebagai salah satu media promosi, sebuah bisnis membutuhkan *company profile* untuk dapat menunjukkan citra diri yang baik dan tepat, karena dengan menunjukkan citra diri perusahaan maka perusahaan dapat berkembang (Goey et al., 2021.)

Dari beragam perusahaan di industri *skincare*, terdapat satu merek yang telah terbukti memiliki keunggulan produknya, perusahaan tersebut adalah Glowlabs, yang merupakan salah satu *brand* kecantikan lokal yang didirikan oleh PT Karya Air Langit yang telah berdiri selama 3 tahun tepatnya didirikan pada tanggal 20 Oktober 2020, Glowlabs merupakan *brand skincare* lokal yang memformulasikan seluruh produknya menggunakan *Gentle Technology* berupa



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

Lactockine™, dan Centella Asiatica, Kombinasi 2 *hero ingredients* ini membuat produk Glowlabs aman digunakan untuk semua jenis kulit dan tidak menyebabkan kulit menjadi rusak.

Glowlabs telah merilis berbagai produk perawatan kulit, termasuk serum, pelembab, toner, dan tabir surya, yang tersedia dengan harga yang terjangkau dan sering kali ditawarkan dengan potongan harga yang menarik. Meskipun demikian, produk-produk Glowlabs tetap aman digunakan dalam rutinitas perawatan harian dan cocok digunakan oleh remaja maupun orang dewasa.

Dalam rangka menginformasikan perusahaan, Glowlabs menyusun sebuah berkas presentasi yang mencakup penjelasan tentang strategi pemasaran digital dan media sosial. Berkas presentasi tersebut mencakup *overview* peran, struktur organisasi, serta profil perusahaan yang singkat, termasuk segmentasi pasar konsumen Glowlabs, analisis media sosial, rencana konten, dan anggaran untuk kegiatan promosi.

Untuk saat ini, Glowlabs sudah memiliki *company profile* tetapi belum proporsional, belum terdapat informasi produk dengan harga dan kandungan bahan yang digunakan, identitas perusahaan yang tidak lengkap, format penyimpanan berkas yang kurang layak serta desain yang bisa dibilang kurang profesional dan kurang menggambarkan citra Glowlabs. Permasalahan tersebut dapat mempengaruhi kegiatan *business to business*, selain itu permasalahan terkait tentang citra brand dikarenakan suatu produk yang masih belum uji kelayakannya juga berpotensi mengurangi keyakinan konsumen terhadap brand Glowlabs sehingga mitra bisnis sulit memberikan kepercayaan untuk menjalin kerjasama dengan Glowlabs.

Mengingat seberapa dibutuhkannya suatu *company profile*, maka perlu dilakukan evaluasi untuk merevisi aspek-aspek yang memerlukan pengembangan serta perbaikan secara lebih detail, Oleh sebab itu untuk melakukan perbaikan permasalahan di atas diperlukan pembahasan untuk membuat suatu buku *company profile*, pembuatan buku ini diperlukan untuk menjadi sumber informasi perusahaan, dibuat dalam bentuk fisik agar mudah digunakan dan dimengerti oleh semua kalangan, serta bisa memenuhi keinginan perusahaan, pembuatan buku ini



**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

akan dituangkan menjadi judul tugas akhir “ Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia.”

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah disebutkan, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu, “Bagaimana merancang buku *company profile* sebagai media promosi Glowlabs Indonesia yang informatif dan dapat memvisualisasikan citra perusahaan?”

### 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 Glowlabs Indonesia.
2. Penerapan teori desain dan juga prinsip, elemen, asset pribadi untuk mendukung Perancangan Buku *Company Profile* Sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia.
3. Pengaplikasian desain *company profile* pada media turunan, seperti *Lanyard, Bussines Card, Slide* Presentasi serta kebutuhan promosi untuk Glowlabs Indonesia.

### 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:

- a. Menjelaskan proses perancangan buku *company profile* Glowlabs Indonesia menjadi sebuah buku.
- b. Menjelaskan teori desain yang diterapkan pada buku *company profile* Glowlabs Indonesia.
- c. Menjelaskan penerapan desain pada media turunan seperti *Lanyard, ID Card*, baju karyawan untuk Glowlabs Indonesia.



**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

### 1.4.2. Manfaat

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

a. Manfaat bagi Glowlabs Indonesia

Perancangan ini diharapkan memberikan manfaat komersial berupa peningkatan penjualan produk dan peningkatan kesadaran merek, serta diharapkan mendorong terjalannya kerjasama bisnis antara Glowlabs dan perusahaan lain dalam skala business-to-business sekaligus menjadi saran promosi bagi perusahaan kepada calon konsumennya.

b. Manfaat bagi akademis

Penelitian ini diharapkan menjadi studi literatur dan informasi yang dapat membantu dalam mengungkap permasalahan terkait pembuatan buku *company profile* dengan tujuan membangun dan memperluas citra dan kesadaran dari sebuah perusahaan.

c. Manfaat bagi masyarakat umum

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan edukasi yang komprehensif mengenai pembuatan buku *company profile* di bidang kecantikan. Selain itu, diharapkan bahwa karya yang dihasilkan dapat menjadi panduan yang bernilai bagi masyarakat dalam mengembangkan karya-karya dalam bidang yang sama.

### 1.5 Sistematika Penulisan

Struktur dalam penulisan laporan tugas akhir ini dirancang secara sistematis dan terperinci. Terdiri dari 5 (lima) bagian yang saling terhubung secara koheren dalam penyusunannya, sehingga memudahkan pembaca untuk memahami setiap pembahasan. Sistematika penulisan laporan tersebut adalah sebagai berikut:

## BAB I PENDAHULUAN

Memuat penjelasan tentang latar belakang dari perancangan buku *company profile* untuk brand Glowlabs Indonesia sebagai strategi promosi serta identitas perusahaan. Isinya mencakup latar belakang, rumusan permasalahan yang akan diangkat, ruang lingkup pembahasan yang akan jabarkan, serta tujuan dan manfaat



**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

yang diharapkan dari pembuatan buku tersebut. Selain itu, juga terdapat penjelasan tentang susunan dan struktur yang akan digunakan dalam penyusunan tugas akhir.

## **BAB II LANDASAN PERANCANGAN**

Pada bab ini mengulas secara mendalam kajian teoritis yang menjadi dasar bagi perancangan tugas akhir. Materi teoritis yang nantinya akan dijelaskan berkaitan erat dengan berbagai aspek, dari pembahasan terkait media promosi, *company profile*, *layout*, sistem grid, tipografi, warna dan teroi riset desain.

## **BAB III METODE PERANCANGAN**

Di bab ini, metode penelitian yang diterapkan akan diuraikan, metode yang digunakan adalah metode kualitatif deskriptif. Tujuannya untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam untuk penyusunan tugas akhir. Di sini, akan dibahas secara terperinci mengenai berbagai teknik yang akan digunakan, seperti wawancara, observasi, studi literatur, serta arahan kreatif yang diperlukan dalam proses Perancangan Buku *Company Profile* Sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia.

## **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN**

Bab ini menguraikan tentang proses visualisasi dalam membuat buku *company profile* untuk Glowlabs Indonesia, yang meliputi pembuatan *mind map*, *mood board*, sketsa kasar dan halus, proses digitalisasi, serta perolehan desain final. Selain itu, bab ini juga membahas tentang pertimbangan produksi yang diperlukan dalam proses desain, dan juga pembuatan karya dalam berbagai media turunan.

## **BAB V PENUTUP**

Pada bab terakhir mencakup kesimpulan dan saran dari seluruh pembahasan Perancangan Buku *Company Profile* Sebagai Media Promosi Glowlabs Indonesia.



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

Simpulan yang dapat diambil dari perancangan ini adalah:

1. Proses perancangan *company profile* untuk Glowlabs Indonesia melibatkan lima tahap utama yang dilakukan secara terstruktur dan mendalam. Tahap pertama adalah *empathize*, dimana dilakukan pengumpulan studi literatur, jurnal, dan buku yang relevan dengan perancangan *company profile*, serta observasi langsung ke gedung Glowlabs Indonesia yang berlokasi di Ruko Tabespot, Jalan BSD Raya Pusat, Pagedangan, Kabupaten Tangerang. Selain itu, wawancara dengan klien dan target audiens dilakukan untuk menghasilkan *brief* yang mencakup latar belakang proyek, pengetahuan produk, *tone and manner*, serta pesan kunci yang ingin disampaikan. Tahap kedua adalah *define*, yaitu menganalisis data hasil wawancara dan observasi untuk membentuk arahan kreatif yang lengkap, mencakup latar belakang proyek, pengetahuan produk, analisis kompetitor, target audiens, *tone and manner*, pesan kunci, kebutuhan *copywriting*, tujuan, elemen wajib, dan detail media. Tahap ketiga adalah *ideate*, dimana dibuat mindmap berdasarkan empat kata kunci yang terpilih: *tone and manner* minimalis dan *fresh*, serta pesan kunci *gentle ingredients* dan teruji klinis. Dari sini, dihasilkan konsep desain yang mencakup elemen awan, warna cerah, *sparkle* atau *highlight* kilau cahaya, *layout whitespace*, serta tipografi serif menggunakan *font* Product Sans dan Balsamic Sans. *Layout* desain akan dibuat menggunakan *margin* atas, kanan, kiri dan bawah 2 cm, dengan *manuscripted grid* dan *column grid*, *bleed* 0,3 cm dan *gutter* 0,5 cm, *paragraph style justify* rata kanan kiri. Moodboard desain dikumpulkan dengan contoh penggunaan vektor, *layout* desain, dan palet warna yang akan digunakan. Setelah itu, tiga sketsa manual tema dibuat dan didigitalisasi, lalu melalui *voting*, dipilih satu tema berjudul "Teruji Klinis" untuk dijadikan desain *final artwork* (FAW). Tahap keempat adalah *prototype and testing*, dimana *prototype* dibuat menggunakan kertas HVS dan kertas Art Paper, diuji dengan melibatkan klien dan target audiens, dan direvisi berdasarkan *feedback* yang diterima. Tahap terakhir



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

adalah pembuatan desain final yang telah direvisi dicetak sesuai spesifikasi, menghasilkan *company profile* yang tidak hanya menarik secara visual dan fungsional. *Company profile* dicetak dengan menggunakan kertas Art Paper 150 gsm dengan *cover* Art Carton 260 gsm dengan laminasi doff, terdapat penggunaan *paper engineering lift the flap* pada bagian *product knowledge* serta terdapat *QR Code* untuk mengarahkan pembaca ke sosial media dan *official store* Glowlabs Indonesia d tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan citra yang diinginkan oleh Glowlabs Indonesia. Proses ini memastikan setiap langkah diambil dengan hati-hati dan sesuai dengan kebutuhan serta ekspektasi semua pihak yang terlibat, sehingga menghasilkan *company profile* yang optimal dan tepat sasaran.

2. Dalam perancangan *company profile*, berbagai teori desain grafis diterapkan untuk memastikan hasil yang optimal. Teori layout digunakan dengan menerapkan prinsip-prinsip desain seperti *unity, balance, rhythm, emphasis*, elemen visual, elemen teks, dan elemen tak terlihat. Selain itu, teori media promosi dan *company profile* juga diaplikasikan untuk memperkuat landasan teori. Teori tipografi menggunakan font Product Sans dan Balsamic Sans karena kedua *font* tersebut merupakan bagian dari identitas visual Glowlabs Indonesia, menjaga konsistensi merek. Selain itu, *font* tersebut memiliki tingkat *readability* dan *legibility* yang tinggi, memudahkan pembaca dalam memahami konten, dan mampu memvisualisasikan kesan minimalis, sesuai dengan estetika desain *company profile*. Teori warna digunakan untuk mengklasifikasikan huruf dan palet warna, warna biru dengan kode warna #cfe3f5 dan #e0eaf2, yang merupakan ciri khas dari Glowlabs, dipilih untuk mencerminkan identitas merek dan memberikan kesan *fresh*. Putih dengan kode warna #ffffff dan cream dengan kode warna #f9f3ed digunakan untuk menekankan konsep desain yang minimalis, menciptakan tampilan yang bersih dan terang.

3. Selain perancangan *company profile*, media pendukung juga dibuat sebagai turunan dari media utama yang telah dirancang. Media turunan ini meliputi *ID card, lanyard*, dan kaus perusahaan. Setiap media turunan didesain sesuai dengan pedoman desain media utama, mengusung konsep *fresh* dan minimalis dengan



**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

menggunakan palet warna dan tipografi yang sama. *ID card* dirancang sebagai tanda pengenal karyawan Glowlabs, memastikan setiap karyawan memiliki identitas yang jelas dan profesional. *Lanyard* dibuat untuk menggantung *ID card*, memberikan kenyamanan dan kemudahan akses bagi karyawan. Kaus perusahaan dirancang sebagai ciri khas karyawan Glowlabs, yang bisa dikenakan dalam berbagai acara atau kegiatan perusahaan, memperkuat citra perusahaan dan rasa kebersamaan di antara karyawan. Semua media pendukung ini dirancang dengan perhatian terhadap detail dan konsistensi visual, memastikan mereka selaras dengan identitas visual Glowlabs Indonesia dan memperkuat branding perusahaan secara keseluruhan.

## 5.2 Saran

Penelitian ini memiliki keterbatasan pembahasan, oleh karena itu disarankan penelitian selanjutnya dapat membahas beberapa hal, yaitu:

1. Konten yang *up-to-date* dalam *company profile* memiliki dampak signifikan terhadap calon klien dan mitra bisnis. Oleh karena itu, sebaiknya konten dalam *company profile* terus diperbarui dan ditingkatkan secara berkala untuk memastikan bahwa informasi yang disajikan selalu relevan dan akurat, meningkatkan daya tarik dan kredibilitas perusahaan.
2. *Company profile* bisa dikembangkan dengan menggunakan variasi media lain sesuai kebutuhan, seperti video atau website. Langkah ini memungkinkan konsumen untuk mendapatkan informasi tentang Glowlabs Indonesia dengan lebih mudah dan komprehensif, menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan pengalaman yang lebih interaktif.
3. Perlu ada analisis terkait efektivitas *company profile* untuk meningkatkan kerjasama antara perusahaan dengan mitra, baik perusahaan maupun KOL.



## DAFTAR PUSTAKA

- Anggarini, A. (2019). *Layout Media Publikasi*. PNJ Press.
- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020a). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. 1(1).
- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020b). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA*. 1(1).
- Akaki, F. E. D., Ariwijaya, H., & Milang, I. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Santika Luwuk*. 09.
- AZIZA, I. A. (n.d.). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA PT USG EDUCATION*.
- Desriani, Z., & Franzia, E. (2017). *PERANAN DESAIN KOMUNIKASI VISUAL DALAM PERANCANGAN BUKU MOTIVASI "DIBESARKAN OLEH SATU."*
- Gusnanda, H. (2022). *PERANCANGAN COMPANY PROFILE CV. ARCHI BUNDA PERSADA*.
- Kamila, S. N. (n.d.). *JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN POLITEKNIK NEGERI JAKARTA*.
- Karisma, I., & Arifatul Fatimah, Y. (2022). Literature Review: Teknik Perancangan Tata Letak Fasilitas Gudang Pada Perusahaan Manufaktur Yang Efisien. *Borobudur Engineering Review*, 2(1), 12–22. <https://doi.org/10.31603/benr.6300>
- Lubis, D. S. W. (2020). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN MAHASISWA MEMILIH KULIAH DI SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN SUKMA MEDAN*. 2(1).
- Maya Trisdiyana, & Handayani, L. S. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Brand Image Terhadap Minat Beli Konsumen Skincare Jasper Di Cikarang Selatan. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(4), 1159–1169. <https://doi.org/10.35870/jemsi.v9i4.1260>
- Muhammad Edy Supriyadi. (2023). PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN KEMASAN PRODUK TERHADAP MINAT BELI PRODUK SKINCARE SOMETHINC. *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 2(2), 135–149. <https://doi.org/10.56127/jekma.v2i2.742>

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

Pancatri Ayuda, P., & Atika, J. (2022). Perancangan Booklet Company Profile sebagai Media Promosi PT. Citra Inovasi Prima. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3(6), 591–596. <https://doi.org/10.36418/japendi.v3i6.1022>

Pranata, A. I., Muhajir, & Aryanto, H. (2015). ANALISIS ELEMEN DESAIN PADA KEMASAN LEDRE SUPER DI BOJONEGORO. *Jurnal Pendidikan Seni Rupa*, 03(03), 244–249.

Raharjo, M. F. (n.d.). *JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN POLITEKNIK NEGERI JAKARTA*.

Sohilait, A., & Talahatu, I. (2023). *JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN VOL 2, NO. 2, SEPTEMBER 2023*. 2(2).

Yellonita, V. (n.d.). *JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN POLITEKNIK NEGERI JAKARTA*.

Zen, S. M. (2022). *Pembuatan Profil Instansi Balai Penyuluhan Pertanian Berbasis Web Menggunakan Framework Codeigniter*. 10(2).



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

### Transkrip Wawancara

#### 1. Head of Brand Glowlabs Indonesia – Marcell Fortuna

H: Kapan Glowlabs didirikan dan oleh siapa?

M: Glowlabs didirikan pada tahun 2020 oleh PT Karya Air Langit

H: Awal mula didirikan Dimana?

M: Awal mulanya didirikan di Kota Surakarta, kemudian pada Januari 2024 dipindahkan ke BSD, Kab. Tangerang

H: Keunggulan Glowlabs:

M: Bukan keunggulan, tapi lebih ke pembeda Glowlabs dengan brand skincare lain yaitu Glowlabs sebenarnya diangkat dan dibuat untuk membantu orang-orang yang masih awam dengan skincare masih belum mengerti betapa mudahnya menggunakan skin care tanpa harus pusing ingredients-ingredients yang terlalu berat. Jadi, Glowlabs dibuat dengan bahan yang gentle, calming, cocok untuk semua jenis kulit. Dan Glowlabs juga ingin meminimalisir keraguan orang untuk memakai skincare yang bisa membuat breakout dengan mengutamakan basic skincare, itulah mengapa tagline dari Glowlabs adalah Won't Cause Breakout.

H: dalam mempromosikan brand, cara apa yang dipakai?

M: saat ini semua promosi dilakukan secara online. Jadi, marketing yang kita lakukan itu pertama pastinya iklan. Lalu ada marketing endorsement. Ada juga postingan social media aktif, interaktif dengan para followers.



## © 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

H: Kompetitor Glowlabs?

M: Kompetitor langsung adalah: Somethinc, Harlette, Glow inc, karena sama sama brand lokal, dan harga jualnya mirip dengan Glowlabs. Untuk kompetitor tidak langsung itu The Originote, Cosrx, Skintific, karena merupakan brand luar negeri dengan harga yang relative berbeda.

H: Menurut Cici, apakah Glowlabs membutuhkan company profile? Dan mengapa?

M: Butuh, karena Glowlabs itu setiap tahunnya berkembang terus dan banyak informasi yang harus kita tambahkan, kita sampaikan lebih mudah dicerna untuk orang-orang di luar sana khususnya yang akan bekerja sama dengan Glowlabs nantinya.

H: konten yang ingin ditunjukkan untuk company profile-nya itu apa?

M: Menekankan visi misi brand, brand promise, benefit product, untuk lebih detail mungkin bisa sampai engagement rate, testimonial, serta desain yang menarik dan mudah dicerna.

H: Desain company profile ingin dibuat seperti apa?

M: Sesuai dengan color palete dan brand guidelines serta kreatifitas yang bebas.

H: Apa media turunan yang akan dibuat?

M: Lanyard, ID Card, seragam perusahaan

H: Tone and manner dari company profile glowlabs?

M: Fresh, Minimalist,

## 2. Creative Director Glowlabs Indonesia – Sarah Muthia Rahma

H: Keunggulan Glowlabs dari brand lain?

S: Glowlabs menggunakan gentle technology dengan bahan yang gentle dan menggunakan centella asiatica dalam semua produknya, sehingga bahan aktif dapat di calm down oleh si centella asiatica, sehingga ibu hamil dan menyusui dapat menggunakan produk Glowlabs kecuali serum retinol

H: Mempromosikan Glowlabs dengan cara apa?

S: Lewat social media terutama Instagram dan TikTok, selain itu juga menggunakan Meta ADS



## © 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

H: Kompetitor Glowlabs?

S: Kompetitor langsung yang benar benar mirip adalah Somethinc, kalau Kompetitor tidak langsung itu ada The originate, Bhumi, Skintific

H: Menurut seorang Creative Director, pentingkah suatu company profile? Mengapa?

S: Penting, agar bisa menjadi alat untuk memperkenalkan Glowlabs ke KOL atau perusahaan lain untuk diajak bekerja sama, selain itu compay profile ini juga bisa dijadikan bahan untuk memperkenalkan perusahaan ke calon pegawai baru

H: Konten dan desain untuk company profile Glowlabs Indonesia yang baik menurut Creative Director?

S: yang dapat mengedukasi calon audiens dari segi produk dan testimonial produk, selain itu untuk desain bisa sesuai dengan brand guidelines, photobased, clean design.

H: Pesan yang ingin ditonjolkan dalam company profile?

S: yang dapat menghighlight tagline dan brand promise Glowlabs Indonesia

### Wawancara dengan target audiens

#### 1. KOL Specialist - Firda Faradila

H: Apa yang biasa dilakukan untuk membantu penjualan Glowlabs?

F: Dengan menggunakan media social pemasarannya, bisa juga melalui influencer marketing dan marketing campaign yang biasanya diadakan di tanggal kembar atau saat PAYDAY sale.

H: Dalam menghubungi KOL tahap yang dilakukan apa saja?

F: Approaching yaitu mendeskripsikan secara singkat terkait Glowlabs, product knowledge serta campaign yang akan diadakan, setelah itu baru masuk ke tahap selanjutnya pembuatan konten, revisi sampai dengana acc konten.

H: Apakah company profile bisa menjadi alat untuk memperkenalkan brand kepada KOL dan calon perusahaan lain untuk diajak bekerja sama?



**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

F: Bisa, karena saat menghubungi KOL atau perusahaan yang akan diajak bekerja sama, dibutuhkan alat untuk memperkenalkan perusahaan secara detail dan menyeluruh agar informasi tidak salah tangkap.

H: Company profile yang seperti apa yang dapat membantu KOL Specialist?

F: Menggambarkan visi misi dengan jelas, sertifikasi Glowlabs, product knowledge, social media, testimoni, our experience atau KOL yang sudah bekerja sama dengan Glowlabs, dan kontak.

H: Menurut mu company profile yang informatif akan lebih bagus menggunakan grafis/ foto atau dengan tulisan?

F: dengan Grafis karena lebih menarik.

## 2. KOL Mikro – Nida Israliati Widiyanto

H: Sudah berapa lama menjadi KOL?

N: Kurang lebih 2 tahun.

H: Awal mula bisa menjadi KOL?

N: Awal mulanya Saya bekerja di suatu brand hijab, saya sering menjadi talent untuk pemotretan produknya, lama kelamaan saya menjadi nyaman untuk tampil di depan kamera.

H: Konten yang biasa dibuat?

N: Reels dan carousel tentang pakaian muslim, karena target pasar saya Perempuan yang suka dengan pakaian dan style muslim yang baru mau belajar hijab yang tertutup, konten lainnya juga tentang Islami, pashmina dan lain lain.

H: Brand apa saja yang sudah bekerja sama dengan Kak Nida?

N: Lozy hijab, Elmina, d' ambun, ada juga skincare UMKM yaitu Deira Skincare produknya itu adalah masker bubuk.

H: Biasanya saat suatu brand menghubungi kamu, mereka akan melakukan apa?

N: Akan dihubungi lewat Instagram, kemudian langsung dialihkan ke WhatsApp, kemudian mengirimkan format endorse beserta rate card. Untuk informasi yang mereka sampaikan yaitu memperkenalkan brand serta memberikan informasi tentang value brand.



## © 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

H: Menurut Nida sebagai KOL, seberapa penting company profile untukmu?

N: Akan sangat useful, karena suatu company profile akan membantu Saya dalam mengetahui citra dan konsep brand tersebut, sehingga saya bisa mencocokkan Tone desain brand dengan konten yang akan saya buat.

H: Menurut mu company profile yang dapat memudahkan kamu dalam menjadi KOL itu yang seperti apa?

N: Company profile yang dapat memberikan informasi yang jelas dan detail tentang perusahaan, ada segmentasi dan target pasar, karena target pasar ini menentukan produk Glowlabs ingin dijual ke mana dan ke siapa, dari situlah Saya jadi bisa tau konten seperti apa yang harus Saya buat agar sesuai dengan target pasar Glowlabs. Initanya yang informatif, dan dari segi desain itu bisa membantu KOL untuk menyesuaikan tone desain dengan konten KOL tersebut. Misal Glowlabs memiliki ciri khas warna biru muda, jadi Saya bisa buat konten di outdoor, intinya desain tersebut bisa membantu KOL dalam membuat konten.

H: Menurut mu company profile yang informatif akan lebih bagus menggunakan grafis/ foto atau dengan tulisan?

N: Tergantung, sesuai dengan konteks, tetapi akan lebih baik kalau Grafis yang bisa mendukung tulisan.

H: Apakah kamu tahu Glowlabs?

N: Tahu, karena sering melihat konten Glowlabs.

### 3. Agensi Management Artis – Ragil Aji Pamungkas

H: Bisa diceritakan bagaimana manajemen artis ini terbentuk?

A: Didirikan oleh Cindy dan Vicky pada tahun 2020 saat covid, Dimana para talent nya itu berasal dari teman teman dekat mereka, lalu lama kelamaan semakin berkembang hingga sekarang bisa menggaet beberapa talent lagi, saat ini sudah memiliki lebih dari 10 talent.

H: Seberapa sering/kontinuitas endorse?

A: Seminggu 1x tetapi kalau ada event tertentu bisa mencapai 3x seminggu

H: Artis di manajemen siapa saja?



## © 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: Frederick Yang, Borassaem, Micellesteady, Aji nur, Pidya Nim, Jenifer Wirawan, Jeaneth Mihadja, Dwiki Afrilian, Ago Rival, dan Geraldtyan.

H: Jobdesk kamu?

A: Membuat konten dan storyline untuk konten endorse.

H: Output konten?

A: Reels, Caroussel, Ig Story, Feeds.

H: Tahapan endorsement?

A: Pertama tama, menghubungi manajemen, sambil memberikan SOW, dan menanyakan ratecard talent, kemudian lanjut ke ttd kontrak dan pembayaran, setelah itu mulai membuat storyline, drafting, kemudian posting.

H: Apa yang biasanya perwakilan brand bawa untuk memperkenalkan brand?

A: Awalnya menginformasikan nama brand atau profil perusahaannya, memberitahu SOW, dan memberikan product knowledge, atau menjelaskan jasa yang bertujuan untuk memberikan awarednes terkait suatu campaign

H: Hal apa saja yang harus diketahui manajemen saat mengendorse?

A: Perusahaan harus proper, dan seenggaknya memiliki followers minimal 10 rb. Harus tau jenis konten yang akan dibuat, syarat dan ketentuan perusahaan.

H: Dalam Agensi manajemen artis, seberapa penting company profile?

A: Sangat penting karena untuk menyeleksi perusahaan, agar tahu brand ini masih merintis atau brand besar,

H: Pernah diendorse skincare?

A: Skintific, Azarine, Scarlette, Y.O.U, Glad2Glow, Ms Glow, dan lain lain.

H: Company profile yang sesuai dengan manajemen artis?

A: Menurut saya, desain company profile harus proper, yang mendeskripsikan informasi dengan menggunakan grafis, yang dapat menjelaskan product knowledge, dan visi misi perusahaan serta menunjukkan popularitas brand.

H: Apakah kamu mengenal Glowlabs?

A: Tahu, tetapi belum pernah bekerja sama dan belum pernah memakai produknya.

H: Apakah ada masukan buat Glowlabs dalam membuat company profile?

A: Harus bisa menghighlight popularitas brand, dan bisa membebaskan KOL dalam membuat konten, membuat desain yang semenarik mungkin tapi jangan



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

heboh dan dapat menggambarkan citra brand serta memberitahukan engagement brand, serta target pasar agar informatif.

Lampiran Bimbingan Materi dosen pembimbing 1

| BIMBINGAN KE- | TANGGAL BIMBINGAN | KOMENTAR PEMBIMBING   | RENCANA PROGRESS/REVISI*   |
|---------------|-------------------|---|--|
| 1             | 30/03/2024        | Menurut saya ini terlalu panjang untuk fenomena bidang usaha klien. Sebaiknya fenomena diarahkan ke               | <b>SUDAH DIREVISI</b><br><a href="https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI">https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI</a> |
| 2             | 01/04/2024        | sudah di acc dan bisa lanjut bimbingan ke dosen 2   | <b>BUTUH REVISI</b><br><a href="https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI">https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI</a>   |
| 3             | 23/04/2024        | Teori Makro: Media Promosii, Company Profile, Metode Penelitian Teori mikro disusun: layout (elemen dan prinsip). | menanyakan teori makro dan mikro untuk Injut ke BAB 2  |
| 4             | 09/05/2024        | memberikan arahan untuk membuat SWOT serta memberikan ACC BAB 2 secara keseluruhan                                | melanjutkan Bab 3 dan bimbingan dengan dosen pembimbing 2 terkait penulisan  |
| 5             | 13/05/2024        | sketsa dibuat di bagian prototype dan bagian test adalah uji coba ke target audiens                               | menanyakan metode design thinking  |
| 6             | 15/05/2024        | consumer insight yang perlu diwawancara adalah orang yang menggunakan company profile                             | menanyakan consumer insight  |
| 7             | 18/05/2024        | Untuk consumer insight fokus pada hasilnya aja, tidak perlu banyak membahas tentang narasumber. jadi              | <a href="https://docs.google.com/document/d/1TZZg-xyMySlEgaBTtYP9rRR4707qwxp/edit">https://docs.google.com/document/d/1TZZg-xyMySlEgaBTtYP9rRR4707qwxp/edit</a>              |
| 8             | 22/05/2024        | merevisi SWOT dan creative bref serta sudah memberikan acc BAB 3  | melanjutkan asistensi ke dosen bimbingan 2 terkait penulisan bab 3   |

\*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

Lampiran Bimbingan Materi dosen pembimbing 1

| BIMBINGAN KE- | TANGGAL BIMBINGAN | KOMENTAR PEMBIMBING   | RENCANA PROGRESS/REVISI*  |
|---------------|-------------------|---|---|
| 1             | 30/03/2024        | Menurut Bu Dita judul perancangan bisa dibuat menjadi Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media    | merevisi judul yang salah   |
| 2             | 03/05/2024        | melakukan asistensi terkait penulisan BAB 1   | <a href="https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI/Q/edit">https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI/Q/edit</a>   |
| 3             | 07/05/2024        | Penulisan uda selesai saya baca nana.. Kalo secara keseluruhan catatan dari saya ini ya:                | <a href="https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI/Q/edit">https://docs.google.com/document/d/1LbwPKRrp9xnLLXIAEV-6RHu10MpYMI/Q/edit</a>   |
| 4             | 10/05/2024        | sudah meng ACC Bab 1 dan bisa lanjut ke penulisan Bab 2   | <a href="https://docs.google.com/document/d/19WNH9MnRibRQTk95VMH-CzblXmOPr0qA/edit?usp=sharing&amp;uid=10557900">https://docs.google.com/document/d/19WNH9MnRibRQTk95VMH-CzblXmOPr0qA/edit?usp=sharing&amp;uid=10557900</a>       |
| 5             | 20/05/2024        | Saya bacanya ngelanjut dari dokumen yang kemarin kamu kirim ini. Overall hal yang harus direvisi ini ya | melanjutkan revisi yang diperlukan  |
| 6             | 21/05/2024        | Asistensi secara langsung, revisi sitasi menggunakan zotero,  | melanjutkan revisi yang diperlukan  |
| 7             | 24/05/2024        | sudah mengACC BAB 2 dan lanjut merevisi Bab 3 untuk direview lebih lanjut                               | <a href="https://mail.google.com/mail/u/0/?hl=en#sent/QgrcJHsNIRIVtrIBCVRVjZhwHXRPNpWFL?projector=1&amp;messagePar">https://mail.google.com/mail/u/0/?hl=en#sent/QgrcJHsNIRIVtrIBCVRVjZhwHXRPNpWFL?projector=1&amp;messagePar</a> |
| 8             |                   |   |   |

\*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



## © Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

### Hak Cipta :

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



Similarity Report ID: oid:3618:63945198

#### PAPER NAME

revisi PERANCANGAN BUKU COMPRO G  
LOWLABS INDONESIA BY HANA ALIFA.d  
ocx

#### AUTHOR

HANA ALIFA

#### WORD COUNT

20749 Words

#### CHARACTER COUNT

135086 Characters

#### PAGE COUNT

115 Pages

#### FILE SIZE

5.0MB

#### SUBMISSION DATE

Aug 5, 2024 4:08 PM GMT+7

#### REPORT DATE

Aug 5, 2024 4:10 PM GMT+7

#### ● 14% Overall Similarity

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

- 13% Internet database
- 3% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

#### ● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material

Summary



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

Resume

Hana Alifa Soewandi

Graphic Designer

# GRAPHIC DESIGNER

## Personal Background — ①



### Hana Alifa Soewandi

Hello. My name is Hana Alifa, people usually call me Nana. I was born in Jakarta on August 2002, I'm a Graphic Design Student from Jakarta State Polytechnic. In this digital era, I want to continue my entire graphic design career by giving a touch of art that is poured in the form of digital designs such as posters, logos, brochures, and websites. I'm also understand design, print design, and packaging design. I am a hardworker, fast learner, creative, responsible, an a highly motivated individual. im also comfortable working in a team or individually.

## Computer Skill — ②

Adobe Photoshop

Adobe Illustrator

Adobe Indesign

## Experience & Certificate — ③

1. Graphic Designer Intern of HOMESCHOOLING KAK SETO - MSIB Batch V Program
2. Graphic Designer of Abbra Cafe
3. Graphic Designer Intern of KALA SUAR CREATIVE AGENCY
4. Graphic Designer Intern of GRAFTEX/ GVN PRODUCTION
5. Graphic Designer Intern of PT SMART COMPUTERINDO, PT KREEN INDO NESIA & KREEN DESTINATION
6. Staff of MAPING TGP 2022
7. Public Relation of PEMIRA 2022 & 2021
8. Event Staff of PASARAME KATAMATA
9. Head of Creative Design, Documentation, Publication & Public Relation in SPARTAN 2022
10. Creative Design Volunteer of Menolak Stigma
11. Coaching Clinic of Mechanical Graphic and Publishing Department 2022
12. Graphic Designer Seminar 2020

## Previous Education — ④

1. SMAN 63 JAKARTA (2017-2020)
2. SMPN 245 JAKARTA (2014-2017)

## Contacts — ⑤

Phone : 0881011759421

e-mail : hanaalifa8@gmail. com

Address : Jl. Maharta V Blok A/15 No.24, Tangerang Selatan- Banten,15226

Instagram: @hanaswndi

Linkedin : Hana Alifa Soewandi