



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

LAPORAN TUGAS AKHIR SPESIFIKASI DESAIN

PERANCANGAN ULANG *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI KARSA CREATIVE



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 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 Ulang *Company Profile* Sebagai Media Promosi Karsa Creative
Penulis : Salwa Arini Panggabean
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, 30 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I


Anggi Anggarini, M.Ds
NIP. 198503162010122002

Dosen Pembimbing II


Dr. Anita Hidayati
NIP. 197908032003122003



© 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

LEMBAR PENGESAHAN

PERANCANGAN ULANG *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI KARSA CREATIVE

Oleh:

Salwa Arini Panggabean
2106421007

Disahkan:

Depok, 14 Juli 2025

Penguji I

Drs. Ade Noor Riyadhi
NIP. 5200000000000000323

Penguji II

Saeful Kham, S.T., M.T.
NIP. 198607202010121004

Ketua Program Studi

Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds
NIP. 198812152018032001

Ketua Jurusan

Teknik Grafika Penerbitan



Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng.
NIP. 198405292012121002



Hak Cipta :

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

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR

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

PERANCANGAN ULANG *COMPANY PROFILE* SEBAGAI MEDIA PROMOSI KARSA CREATIVE

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, 30 Juni 2025

Yang menyatakan,



Salwa Arini Panggabean

2106421007



Hak Cipta:

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

ABSTRAK

Industri kreatif merupakan sektor yang terus berkembang dan menuntut setiap perusahaan memiliki media komunikasi visual yang kuat, representatif, dan mampu menyampaikan identitas secara konsisten. Karsa Creative adalah agensi kreatif dengan layanan 360 derajat di bidang fotografi, videografi, *branding*, dan media sosial. Untuk mendukung komunikasi bisnis dengan calon klien maupun mitra kerja, *company profile* digunakan sebagai media promosi utama. Namun, versi sebelumnya belum diperbarui dan tidak lagi mencerminkan identitas Karsa sepenuhnya. Oleh karena itu, dilakukan perancangan ulang guna menghadirkan *company profile* yang informatif, relevan, dan sesuai dengan karakter visual Karsa Creative. Pengumpulan data dilakukan dengan metode *mixed method* melalui wawancara, observasi, studi literatur, dan survei, serta dianalisis menggunakan pendekatan SWOT. Proses desain menggunakan metode *Design Thinking* dengan lima tahapan yaitu: *empathize*, *define*, *ideate*, *prototype*, dan *test*. Konsep visual yang dikembangkan bertema *Built in Balance*, terinspirasi dari prinsip *form follows function* dalam desain Bauhaus, yang menekankan keseimbangan antara struktur dan ekspresi visual. *Company profile* dirancang dalam format persegi berukuran 21 x 21 cm dengan 48 halaman, serta dilengkapi elemen interaktif seperti *paper engineering* dan *QR code* yang terhubung ke portofolio digital. Tahap akhir berupa *testing* dilakukan kepada klien, akademisi, dan target audiens untuk mengevaluasi efektivitas desain yang telah dibuat. Hasil pengujian menunjukkan bahwa desain berhasil menyampaikan informasi secara jelas, visual konsisten, serta memiliki daya tarik interaktif yang membedakannya dari *company profile* pada umumnya. Selain itu, perancangan ini juga dikembangkan ke dalam media pendukung seperti *slide presentasi*, *ID card*, *lanyard*, dan *business card*.

Kata kunci: *company profile*, media promosi, Karsa Creative, *creative agency*, *Bauhaus*



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

ABSTRACT

The creative industry is a rapidly growing sector that demands every company to have strong, representative visual communication media capable of consistently conveying brand identity. Karsa Creative is a creative agency offering 360-degree services in photography, videography, branding, and social media. To support business communication with prospective clients and partners, a company profile serves as a primary promotional tool. However, the existing version had not been updated and no longer reflected the full identity of Karsa Creative. Therefore, a redesign was carried out to present a company profile that is informative, relevant, and aligned with the company's current visual character. Data collection was conducted using a mixed method approach, combining interviews, observations, literature studies, and surveys, and analyzed using a SWOT framework. The design process followed the Design Thinking method, consisting of five stages: empathize, define, ideate, prototype, and test. The visual concept developed was themed Built in Balance, inspired by the Bauhaus design principle of form follows function, emphasizing harmony between structure and visual expression. The company profile was designed in a square format (21 x 21 cm) with 48 pages, enhanced with interactive elements such as paper engineering and QR codes linked to a digital portfolio. The final stage involved testing with clients, academics, and target audiences to evaluate the effectiveness of the design. The results showed that the design successfully delivered clear information, maintained consistent visuals, and featured interactive elements that set it apart from conventional company profiles. Additionally, the visual system was extended to supporting media, including presentation slides, ID cards, lanyards, and business cards.

Keywords: *company profile, promotional media, Karsa Creative, creative agency, Bauhaus*



Hak Cipta:

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

PRAKATA

Puji dan syukur dipanjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga tugas akhir dengan judul, “Perancangan Ulang *Company profile* Sebagai Media Promosi Karsa Creative” dapat diselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa juga untuk mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan keluarga yang selalu memberi doa serta dukungannya dalam menyelesaikan tugas akhir ini.

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

Adapun banyak pihak yang membantu dan memberi dukungan sehingga penulisan tugas akhir dari awal hingga akhir dapat terselesaikan dengan baik. Oleh karena ini, dengan segala hormat dan kerendahan hati pada kesempatan kali ini mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Syamsul Rizal, S.E., M.M. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta;
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Politeknik Negeri Jakarta;
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, M. Ds., selaku Ketua Program Studi Desain Grafis;
4. Anggi Anggarini, M.Ds., selaku Dosen Pembimbing I;
5. Dr. Anita Hidayati, selaku Dosen Pembimbing II;
6. Bapak Vallian Adam S.M, selaku Direktur Utama Karsa Creative; dan
7. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu yang telah memberi dukungan selama penyusunan tugas akhir 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

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis harap ini dapat menjadi awal yang baik dalam proses penyusunan tugas akhir.

Depok, 30 Juni 2025

Salwa Arini Panggabean





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	4
1.4 Tujuan dan Manfaat	4
1.5 Sistematika Penulisan.....	5
BAB II LANDASAN TEORI	7
2.1 Promosi	7
2.1.1 Media Promosi	7
2.1.2 Tujuan Media Promosi.....	8
2.1.3 Bentuk Media Promosi.....	8
2.2 <i>Company profile</i>	9
2.2.1 Fungsi <i>Company profile</i>	9
2.2.2 Bentuk <i>Company profile</i>	10
2.2.3 Sistematika <i>Company profile</i>	12
2.3 <i>Layout</i>	13
2.3.1 Fungsi <i>Layout</i>	13
2.3.2 Prinsip <i>Layout</i>	19
2.4 Warna	20
2.4.1 Harmoni Warna.....	21
2.5 Tipografi.....	23
2.5.1 Elemen Tipografi	23



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

2.5.2	Aturan Penggunaan Tipografi	28
2.6	Gaya Desain Bauhaus	29
2.7	<i>Design Thinking</i>	30
BAB III METODE PERANCANGAN.....		32
3.1	Metode Penelitian.....	32
3.2	Data dan Analisis	35
3.2.1	Profile Klien	35
3.2.2	<i>Product Knowledge</i>	36
3.2.3	Kompetitor	39
3.2.4	<i>Consumer Insight</i>	42
3.2.5	Analisis SWOT	44
3.3	Arahan Kreatif.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		51
4.1	Konsep Visual	51
4.1.1	<i>Mind map</i>	51
4.1.2	<i>Moodboard</i>	52
4.2	Proses Desain	53
4.2.1	Sketsa Imposisi.....	53
4.2.2	Sketsa Manual	54
4.2.3	Desain Komprehensif.....	60
4.2.4	Desain Terpilih.....	63
4.2.4.1	Warna	65
4.2.4.2	Tipografi.....	66
4.2.4.3	Elemen Visual	66
4.2.4.4	<i>Layout</i>	68
4.2.5	<i>Testing</i>	69
4.2.6	Desain Akhir	71
4.2.7	Media Turunan	73
4.3	Kalkulasi Biaya Produksi	76
BAB V PENUTUP		77
5.1	Kesimpulan	77
5.2	Saran.....	78
DAFTAR REFERENSI		80
LAMPIRAN.....		84



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 2 Interactive company profile	11
Gambar 2. 3 Company profile cetak	12
Gambar 2. 4 Company profile video.....	12
Gambar 2. 5 Foto.....	15
Gambar 2. 6 Artwork	15
Gambar 2. 7 Line.....	16
Gambar 2. 8 Kotak	16
Gambar 2. 9 Manuscript grid	17
Gambar 2. 10 Column grid.....	18
Gambar 2. 11 Modular grid.....	18
Gambar 2. 12 Hierarchical grid.....	19
Gambar 2. 13 Warna komplementer	21
Gambar 2. 14 Warna analogus	22
Gambar 2. 15 Warna triadic	22
Gambar 2. 16 Warna split komplementer	23
Gambar 2. 17 Warna tetradic	23
Gambar 2. 18 Body text	24
Gambar 2. 19 Heading	24
Gambar 2. 20 Typeface	25
Gambar 2. 21 Font size	25
Gambar 2. 22 Warna huruf.....	25
Gambar 2. 23 Whitespace	26
Gambar 2. 24 Kerning.....	26
Gambar 2. 25 Tracking	27
Gambar 2. 26 Leading.....	27
Gambar 2. 27 Hierarki.....	28
Gambar 2. 28 Alignment.....	28
Gambar 2. 29 Design thinking	30



© 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. 1 Bagan alur metode penelitian.....	34
Gambar 3. 2 Company profile Karsa Creative.....	39
Gambar 3. 3 Company profile competitor	40
Gambar 3. 4 Company profile competitor	40
Gambar 3. 5 Company profile kompetitor	41
Gambar 3. 6 Company profile kompetitor	42
Gambar 4. 1 Mindmap	52
Gambar 4. 2 Mood board	53
Gambar 4. 3 Sketsa imposisi.....	54
Gambar 4. 4 Sketsa thumbnail	55
Gambar 4. 5 Sketsa Alternatif Bold Precision	55
Gambar 4. 6 Sketsa alternatif Built in Balance	56
Gambar 4. 7 Sketsa alternatif Karsa's Spotlight.....	57
Gambar 4. 8 Sketsa alternatif Grid Harmony.....	58
Gambar 4. 9 Sketsa alternatif Creative Clash	59
Gambar 4. 10 Sketsa Partitur Layout	59
Gambar 4. 11 Desain Komprehensif Alternatif Built in Balance	60
Gambar 4. 12 Desain Komprehensif Alternatif Grid Harmony.....	61
Gambar 4. 13 Desain Komprehensif Alternatif Creative Clash Pribadi	62
Gambar 4. 14 Desain terpilih	63
Gambar 4. 15 Desain cover	64
Gambar 4. 16 Warna	65
Gambar 4. 17 Tipografi.....	66
Gambar 4. 18 Elemen visual	67
Gambar 4. 19 Layout.....	68
Gambar 4. 20 Mockup Cetak	70
Gambar 4. 21 Mockup Digital	70
Gambar 4. 22 Desain Akhir	72
Gambar 4. 23 Desain Akhir Cover.....	73
Gambar 4. 24 Template deck atau slide presentasi	73



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4. 25 Business card.....	74
Gambar 4. 26 ID card.....	75
Gambar 4. 27 Lanyard.....	75





Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Matriks Analisis SWOT.....	44
Tabel 3. 2 Arahkan kreatif	47
Tabel 4. 1 Key visual mindmap	52
Tabel 4. 2 Feedback Capture Matrix.....	70





Hak Cipta :

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir.....	84
Lampiran 2 : Dokumentasi Observasi.....	86
Lampiran 3 : Transkrip Wawancara dengan Klien	87
Lampiran 4 : Hasil Survey Kuesioner.....	93
Lampiran 5 : Hasil Testing.....	101
Lampiran 6 : Hasil Cek Plagiarisme	103
Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup.....	104



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam industri kreatif yang terus berkembang, promosi menjadi elemen krusial bagi perusahaan dalam membangun visibilitas dan daya saing. Persaingan bisnis yang semakin ketat menuntut perusahaan untuk terus meningkatkan daya saing dan beradaptasi dengan cepat terhadap kebutuhan pasar. Menurut (Setyorini & Ratno, 2020), kekuatan pemasaran seperti penggunaan media promosi menjadi faktor penting dalam membantu perusahaan menghadapi persaingan dan mempertahankan eksistensinya. Namun, semakin ketatnya kompetisi antar agensi kreatif juga menuntut strategi pemasaran yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual agar tetap relevan di pasar. Di sisi lain, perubahan perilaku konsumen dan mitra bisnis yang semakin selektif dalam mencari informasi sebelum bekerja sama menjadi tantangan tersendiri. Perusahaan yang gagal menyajikan citra profesional dan komunikatif berisiko kehilangan peluang bisnis. Oleh karena itu, strategi promosi yang digunakan harus mampu menarik perhatian, memberikan nilai lebih, serta mengajak target pasar untuk mengambil tindakan. Promosi sendiri berperan sebagai alat komunikasi yang tidak hanya memperkenalkan produk atau jasa, tetapi juga mempengaruhi keputusan pembelian (Ningsih & Oemar, 2021).

Salah satu media promosi yang dapat membantu perusahaan dalam membangun citra profesional dan kredibel adalah *company profile*. Dokumen ini tidak hanya menjadi representasi bisnis, tetapi juga berfungsi sebagai alat komunikasi yang menyampaikan identitas perusahaan secara menyeluruh, mencakup sejarah, visi dan misi, struktur organisasi, serta produk atau jasa yang ditawarkan. Menurut (Akbar & Maulana, 2022), *company profile* membantu mempercepat proses pengenalan perusahaan kepada calon pelanggan serta membangun kepercayaan di pasar. Desain visual yang baik



© 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

turut memperkuat peran tersebut. Secara garis besar, desain yang efektif didukung oleh tata letak yang rapi, tipografi yang mudah dibaca, visual yang relevan, serta elemen invisible seperti *margin* dan *grid* (Anggarini, 2019). *Company profile* yang menampilkan portofolio, pencapaian, dan layanan secara sistematis serta selaras dengan identitas perusahaan akan memberikan kesan profesional dan meningkatkan kepercayaan audiens.

Namun, jika perusahaan tetap menggunakan desain *company profile* yang cenderung konvensional dan kurang menggambarkan kekuatan identitas visualnya, maka akan sulit bersaing dengan agensi-agensi lain yang mampu menampilkan jasanya secara lebih menarik dan komunikatif. *Company profile* yang tidak menarik berisiko menurunkan kepercayaan, terutama dalam konteks perusahaan penyedia jasa kreatif (Liem & Sutanto, 2016). Maka dari itu, solusi yang dibutuhkan adalah media *company profile* yang mampu mempromosikan perusahaan sekaligus menarik *awareness* dari target audiens melalui pendekatan visual yang kuat dan relevan.

Sebagai agensi yang bergerak di bidang fotografi, videografi, *branding*, manajemen media sosial, dan berbagai kebutuhan kreatif lainnya, Karsa Creative telah menangani berbagai proyek dari skala mikro hingga makro sejak berdiri pada tahun 2019. Saat ini, Karsa menggunakan *company profile digital* sebanyak 18 halaman yang terakhir diperbarui pada tahun 2023. Berdasarkan wawancara internal, media ini masih memiliki beberapa kekurangan, seperti struktur informasi yang kurang lengkap sehingga lebih menyerupai portofolio daripada *company profile* yang utuh. Konten portofolio belum diperbarui, dan desain visualnya belum mencerminkan identitas atau citra perusahaan secara konsisten sesuai *brand guideline*. Selain itu, tata letak yang digunakan belum dirancang untuk versi cetak, sehingga membatasi fleksibilitas penggunaannya. Tidak adanya elemen inovatif atau fitur interaktif juga menjadikan *company profile* ini belum mampu menunjukkan karakter Karsa Creative sebagai agensi kreatif yang adaptif dan dinamis.



© 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

Melihat pentingnya *company profile* sebagai alat komunikasi dan promosi, diperlukan perancangan ulang yang lebih efektif, baik dari segi isi maupun desain. *Company profile* tidak hanya berperan menyampaikan informasi dasar perusahaan, tetapi juga merepresentasikan profesionalitas dan kualitas *brand* di mata calon klien. Sebagai media promosi visual, *company profile* yang baik harus mampu memadukan elemen teks dan elemen visual yang dapat memperkuat daya tarik dan menciptakan kesan positif. Untuk itu, kehadiran desain yang lebih interaktif dan informatif menjadi penting agar audiens dapat mengeksplorasi informasi secara bebas dan lebih personal. Dengan kondisi *company profile* saat ini yang belum mencerminkan identitas visual Karsa secara optimal, maka perancangan ulang diperlukan untuk menghadirkan media komunikasi yang tidak hanya relevan secara isi, tetapi juga menarik secara visual dan adaptif terhadap kebutuhan bisnis saat ini.

Agar lebih responsif terhadap kebutuhan pengguna, *company profile* juga perlu dirancang dalam format fleksibel baik digital maupun cetak dengan pendekatan visual yang kreatif dan inovatif. Berdasarkan permasalahan yang telah diidentifikasi, penelitian ini bertujuan untuk merancang ulang *company profile* Karsa Creative dengan pendekatan desain yang lebih informatif, interaktif, dan sesuai dengan perkembangan identitas perusahaan. Oleh karena itu, penelitian ini dituangkan dalam Tugas Akhir dengan judul “Perancangan Ulang *Company profile* sebagai Media Promosi Karsa Creative.”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dirumuskan sebuah permasalahan yaitu, “Bagaimana merancang ulang *company profile* yang inovatif dan mewakili citra *brand* kreatif sebagai media promosi Karsa Creative?”



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

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini digunakan pembatasan masalah agar tidak lebih luas dari pokok permasalahan, oleh karena itu ruang lingkup pembahasan yaitu sebagai berikut:

- a) Proses perancangan *company profile* yang interaktif dan mewakili citra kreatif untuk Karsa Creative
- b) Penerapan prinsip, elemen dan teori desain grafis seperti yang digunakan dalam mendukung perancangan *company profile*
- c) Pengaplikasian desain ke dalam media pendukung seperti *template deck*, *business card*, *id card* dan *lanyard*.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah dan ruang lingkup pembahasan yang telah diuraikan, tujuan dan manfaat yang ingin dicapai dalam proses perancangan *company profile* Karsa Creative, yaitu sebagai berikut:

a) Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan Tugas Akhir ini sebagai berikut:

1. Melakukan proses perancangan *company profile* Karsa Creative
2. Menerapkan teori desain grafis dalam perancangan *company profile* Karsa Creative
3. Mengaplikasikan desain pada media pendukung seperti *template deck*, *business card*, *id card* dan *lanyard*.

b) Manfaat

Adapun manfaat praktis dan teoritis dalam penelitian pada Tugas Akhir ini antara lain:

1. Manfaat bagi Karsa Creative

Perancangan ulang *company profile* Karsa Creative diharapkan dapat memberikan informasi yang *up to date* dan terpercaya mengenai perusahaan, sehingga dapat menambah nilai jual perusahaan yang diminati oleh klien, mitra bisnis dan *stakeholder*



Hak Cipta :

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

untuk menjalin kerja sama sekaligus dapat menjadi sarana promosi bagi perusahaan kepada calon kliennya

2. Manfaat bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan sumber informasi yang membantu dalam menyelesaikan permasalahan terkait perancangan *company profile* guna membangun atau meningkatkan citra serta kesadaran suatu perusahaan.

Selain itu, penelitian ini juga bertujuan sebagai sarana bagi mahasiswa untuk memperluas wawasan mengenai proses perancangan *company profile*, khususnya dalam bisnis agensi kreatif, agar lebih efektif dan profesional.

3. Manfaat di bidang desain grafis

Perancangan *company profile* untuk perusahaan agensi kreatif, Karsa Creative bertujuan sebagai referensi atau media pembelajaran mengenai desain visual, baik bagi mahasiswa di bidang terkait maupun desainer grafis lainnya, dalam proses pengembangan karya atau produk yang profesional.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan Tugas Akhir ini diperlukan sistematika penulisan yang baik agar mudah dipahami, informasi dapat tersampaikan dengan benar, terstruktur, dan terarah. Untuk itu sistematika penulisan terdapat 3 (lima) bagian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Ruang Lingkup Pembahasan, Tujuan dan Manfaat, serta Sistematika Penulisan terkait penulisan Tugas Akhir ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Bab ini menjelaskan tentang berbagai teori yang digunakan dalam perancangan ulang *company profile* Karsa Creative dalam penyusunan tugas akhir. Landasan teori dijelaskan



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

dengan membahas studi desain grafis secara umum mengenai Promosi, Media Promosi, *Company profile*, *Layout*, Tipografi, Warna, serta Metode Riset Desain.

BAB III

METODE PERANCANGAN

Pada bab ini membahas tentang metode pengumpulan data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat guna melengkapi dan menyempurnakan penulisan dalam penyusunan tugas akhir. Dalam bab ini menggunakan teori *design thinking* yang menjelaskan tentang profil perusahaan, hasil riset, analisis data, dan arahan kreatif.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini membahas proses visualisasi konsep dalam perancangan ulang *company profile* Karsa Creative, dimulai dari tahap pengumpulan data dan analisis, penyusunan konsep visual melalui *mindmap* dan *mood board*, hingga pengembangan sketsa, pembuatan alternatif desain, dan penentuan desain akhir. Selanjutnya, dijelaskan pula pengaplikasian desain pada media pendukung serta pertimbangan teknis dalam proses produksi agar hasil akhir sesuai dengan kebutuhan dan karakter perusahaan.

BAB V

PENUTUP

Memuat simpulan dari hasil perancangan ulang *company profile* Karsa Creative serta saran yang berkaitan dengan proses perancangan yang telah dilakukan. Selain itu, bab ini juga memberikan masukan bagi pengembangan dan penelitian selanjutnya agar proses perancangan media promosi serupa dapat menghasilkan *output* yang lebih maksimal dan relevan dengan perkembangan kebutuhan komunikasi visual perusahaan.

Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah melalui proses perancangan ulang *company profile* Karsa Creative, ditemukan beberapa hal yang dapat disimpulkan sebagai berikut:

- 1) *Company profile* merupakan media promosi visual yang berfungsi menyampaikan informasi penting mengenai perusahaan kepada klien atau mitra potensial guna membangun citra profesional dan kredibel. Dalam proses perancangan ulang *company profile* Karsa Creative, digunakan metode *Design Thinking* yang dimulai dari tahap *empathize*, yaitu pengumpulan data melalui wawancara dengan pihak internal Karsa, pengisian survei oleh target audiens, serta observasi dan studi literatur terhadap referensi *company profile* sejenis. Tahap *define* dilakukan dengan analisis SWOT untuk merumuskan strategi visual yang sesuai dengan kebutuhan klien. Informasi yang diperoleh kemudian dituangkan ke dalam *creative brief* untuk menentukan *key message, tone and manner*, tujuan, serta media yang akan dikembangkan.
- 2) Berdasarkan hasil analisis dan eksplorasi ide, dirumuskan lima alternatif konsep yaitu *Bold Precision, Built in Balance, Karsa's Spotlight, Grid Harmony*, dan *Creative Clash*. Setelah melalui proses desain komprehensif, konsep *Built in Balance* dipilih sebagai desain utama karena dianggap paling representatif dalam menggambarkan karakter Karsa Creative yang profesional, terarah, dan kreatif. Konsep ini mengadaptasi prinsip *form follows function* dari Bauhaus dengan menggabungkan struktur *grid modular*, komposisi simetris, dan supergrafis dinamis sebagai bentuk ekspresi visual yang tetap fungsional. Format buku dibuat dalam bentuk persegi 21 x 21 cm, terdiri dari 48 halaman, dengan penambahan fitur interaktif berupa *paper engineering* serta QR code yang mengarahkan ke portofolio digital.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta:

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

- 3) Tipografi dan warna yang digunakan disesuaikan dengan pedoman identitas visual Karsa Creative, yaitu kombinasi High Cruiser untuk headline dan Helvetica Neue untuk isi teks, serta palet warna harmonis berbasis skema *tetradic* dengan aksent *split complementary*. Semua elemen visual, baik layout, warna, maupun bentuk grafis, diterapkan secara konsisten untuk menciptakan tampilan yang kohesif dan profesional.
- 4) Dari desain utama tersebut, dikembangkan pula media pendukung berupa slide presentasi, *business card*, *ID card* dan *lanyard*. Seluruh media pendukung didesain dengan mempertahankan prinsip visual yang telah ditetapkan agar tetap selaras secara *brand identity*. Media pendukung ini membantu memperkuat kesan visual perusahaan dalam berbagai kebutuhan. Proses pengujian dilakukan dengan *mockup* cetak dan *digital flipbook* kepada 10 responden yang terdiri dari klien, akademisi, dan target audiens. Hasilnya menunjukkan respons positif terhadap aspek keterbacaan, interaktivitas, dan keunikan visual, serta beberapa masukan untuk pengembangan konten, *margin*, dan struktur halaman.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil perancangan dan pengujian yang dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat diberikan:

- 1) Bagi Karsa Creative, disarankan untuk terus menjaga konsistensi desain dalam seluruh media komunikasi visual, baik dari aspek warna, tipografi, maupun elemen visual, agar citra profesional dan kreatif perusahaan tetap terjaga.
- 2) Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya memperhatikan secara detail proses uji coba cetak, baik pada media utama maupun media pendukung, guna memastikan kualitas desain sesuai dengan harapan dan tidak menimbulkan kendala teknis saat proses produksi. Dalam proses perancangan *company profile* di masa mendatang, penting untuk melakukan pemahaman menyeluruh terhadap karakter dan kebutuhan



© 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

klien, agar hasil desain benar-benar mampu merepresentasikan nilai dan arah strategis perusahaan secara utuh.

- 3) Untuk pengembangan ilmu, hasil penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai bahan referensi bagi penelitian sejenis di bidang desain komunikasi visual, khususnya dalam konteks perancangan media promosi dalam bentuk *company profile* dengan desain yang terstruktur dan eksplorasi interaktif.





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 REFERENSI

- Abdulhafizh, L. G., & Djatiprambudi, D. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE JURUSAN DESAIN UNIVERSITAS NEGERI SURABAYA. *Jurnal Barik Universitas Negeri Surabaya*, 1(1), Article 1. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/35645>
- Akbar, M. R., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company Profile Arh Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Ambrose, G., & Harris, P. (2021). *Grids for Graphic Designers* (Illustrated, Vol. 2nd). Bloomsbury Visual Arts. https://books.google.co.id/books/about/Grids_for_Graphic_Designers.html?id=I7EyEAAAQBAJ&redir_esc=y
- Amudy, S. A. U. A., & Fauzi, A. (2024). PEMBUATAN KATALOG DIGITAL DENGAN APLIKASI CANVA SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA OUTLET BABA KEBAB & BURGER MALANG. *Indonesian Journal of Innovation Multidisipliner Research, Insitute of Advande Knowledge and Science*, 2 No. 1. <https://doi.org/10.31004/ijim.v2i1.67>
- Anggarini, A. (2019). *Desain Layout* (1st ed). PNJ Press. <https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/8/>
- Edy Siswanto, Robby Andika Kusumajaya, & Nining Fitriani. (2021). PEMBUATAN MULTIMEDIA COMPANY PROFILE CV. SARANA



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

WIJAYA SEBAGAI MEDIA INFORMASI. *MANAJEMEN*, 1(1), Article

1. <https://doi.org/10.51903/imk.v1i1.56>

Fitriah, M. (2018). *Komunikasi Pemasaran melalui Desain Visual*. Deepublish.

<https://bintangpusnas.perpusnas.go.id/konten/BK11764/komunikasi-pemasaran-melalui-desain-visual>

Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2019). Perancangan Ulang

Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan Promosi. *DKV*

UK PETRA, 10 No. 2.

<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/11238>

Guntoro, A., Dektisa, A., & Asthararianty. (2019). PERANCANGAN MEDIA

PROMOSI BROTHERWOOD. *DKV UK PETRA*, 8 No.1.

<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/8020>

James, N. (2024). *ANALISIS PRINSIP-PRINSIP DESAIN PADA KARYA*

TERNAMA BAUHAUS (No. 02). 02(02), Article 02.

<http://ejournal.lapad.id/index.php/visart/article/view/775>

Katarasa. (2021). *Jenis-jenis Company Profile dan Cara Membuatnya*.

<https://katarsa.id/jenis-company-profile/>

Lestari, N., Zaid Romegar Mair, & Afrizal, A. S. (2021). Company Profile Pada

Kantor Desa Lumpatan 1 Berbasis Web. *Jurnal Nasional Ilmu Komputer*, 2

No.3. <https://journal.jis-institute.org/index.php/jnik/article/view/531>

Liem, R., & Sutanto, R. P. (2016). Perancangan Buku Company Profile Sebagai

Media Promosi Vegas Conceptual Show. *DKV UNIVESTIAS KRISTEN*



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

PETRA,

5

No.1.

<https://publication.petra.ac.id/index.php/dkv/article/view/4018>

Meilani. (2015). TEORI WARNA: Penerapan Lingkaran Warna dalam Berbusana.

Jurusan Desain Komunikasi Visual, School of Design, BINUS University,

4. No. 1 Humaniora.

<https://journal.binus.ac.id/index.php/humaniora/article/view/3443>

Muhammad, A. M., Prawiradiredja, S., & Fitriyah, I. (2018). Corporate Value:

Persona pada Company Profile PT. Kereta Api Indonesia. *Jurnal*

Komunikasi Profesional, 2(1). <https://doi.org/10.25139/jkp.v2i1.843>

Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). PERANCANGAN COMPANY

PROFILEPT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA

PROMOSI. *Jurnal Barik Universitas Negeri Surabaya*, 2(3).

<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/article/view/42273>

Primakara. (2024). *Apa itu tipografi?* [https://primakara.ac.id/blog/tips-kuliah/apa-](https://primakara.ac.id/blog/tips-kuliah/apa-itu-tipografi)

[itu-tipografi](https://primakara.ac.id/blog/tips-kuliah/apa-itu-tipografi)

Ratnawati, M. (2020). Analisis Layout Desain Poster Solo International Performing

Arts (SIPA) Tahun 2009-2018. *Institut Seni Indonesia Surakarta.*

<http://repository.isi->

[ska.ac.id/4658/1/SKRIPSI%20MARTNA%20RATNAWATI.pdf](http://repository.isi-ska.ac.id/4658/1/SKRIPSI%20MARTNA%20RATNAWATI.pdf)

Rustan, S. (2018). *Layout Dasar dan Penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.

<https://www.google.co.id/books/edition/Layout/A1hjDwAAQBAJ?hl=en>

[&gbpv=1&dq=Layout+Dasar+dan+Penerapannya&pg=PP3&printsec=fro](https://www.google.co.id/books/edition/Layout/A1hjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Layout+Dasar+dan+Penerapannya&pg=PP3&printsec=fro)

[ntcover](https://www.google.co.id/books/edition/Layout/A1hjDwAAQBAJ?hl=en&gbpv=1&dq=Layout+Dasar+dan+Penerapannya&pg=PP3&printsec=fro)



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

S., L. A., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Dasar-Dasar Panduan*

Untuk Pemula. Nuansa Cendekia.

<https://books.google.co.id/books?id=GauIEAAQBAJ&printsec=copyright&hl=id#v=onepage&q&f=false>

Sari, I. P., Kartina, A. H., Pratiwi, A. M., Oktariana, F., Nasrulloh, M. F., & Zain,

S. A. (2020). Implementasi Metode Pendekatan Design Thinking dalam

Pembuatan Aplikasi Happy Class Di Kampus UPI Cibiru. *Edsence: Jurnal*

Pendidikan Multimedia, 2(1), Article 1.

<https://doi.org/10.17509/edsence.v2i1.25131>

Sari, P. P., & Wiyoso, A. (2021). Manifestasi Konten Sejarah dan Gagasan Bauhaus

pada Interior Ruang Pamer Bauhaus-Archiv di Berlin, Jerman. *SRIMDI,*

Jurnal Interior Untar, 1 No. 2.

<https://journal.untar.ac.id/index.php/SRIMDI/article/view/33616>

Setyorini, A. P., & Ratno, F. A. (2020). Pengaruh Promotional Mix Terhadap

Keputusan Nasabah Menabung Di Bank Syariah. *Jurnal Studi Manajemen*

Dan Bisnis. <https://journal.trunojoyo.ac.id/jsmb/article/view/9045/0>

Uluwiyah, A. N. (2022). *STRATEGI BAURAN PROMOSI (PROMOTIONAL MIX)*

dalam Meningkatkan Kepercayaan Masyarakat (Vol. 1). CV Multi Pustaka

Utama.

Widyastuti, P. A., Yusuff, A. A., & Imanto, T. (2023). *Penerapan Metode*

Eksplorasi Produk Dalam Pemetaan Karakteristik Visual Gaya Desain. 05.

<https://jurnal-desain-indonesia.com/index.php/jdi/article/view/261>



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

Lampiran 1: Lembar Bimbingan Tugas Akhir

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Salwa Arini Panggabean	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggarini, M.Ds	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Company Profile Sebagai Media Promosi Karsa Creative	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	27 Februari 2025	Dalam BAB 1 khususnya latar belakang. Perbaiki fenomena agensi kreatif yang lebih relevan dan pertajam masalah yang ingin dirumuskan. Tambahkan peran design dalam company profile. Poin rumusan masalah hingga sistematika penulisan sudah aman.	Memperbaiki BAB 1 agar lebih jelas dan runtut lagi. Mulai membreakdown kerangka teori untuk BAB 2
2	6 Maret 2025	Masih ada hal yang harus diperbaiki dalam latar belakang, menjelaskan bahwa Karsa Creative membutuhkan perancangan company profile yang lebih menarik, kreatif dan interaktif. Untuk kerangka teori, juga ada beberapa hal yang harus di breakdown seperti turunan elemen desain grafis pada warna dan tipografi	Memperbaiki salah satu paragraf di latar belakang. Mulai mencari teori-teori untuk BAB 2 berdasarkan kerangka teori yang telah dibuat
3	13 Maret 2025	Bab 1 telah ACC. Lanjut ke BAB 2 dan menyusun kebutuhan data seperti wawancara dan pertanyaan kuesioner untuk survey	Mulai mewawancarai kembali pihak klien yaitu Karsa Creative dan beberapa narasumber lainnya seiring berjalannya waktu. Adapun penyusunan pertanyaan-pertanyaan kuesioner yang akan disebar
4	22 Maret 2025	Pada kuesioner, tambahkan jenis bidang usaha dari konsumen/audiens. Dan buang salah satu pertanyaan pada poin kebutuhan menjadi jenis company profile apa yang lebih relate dengan konsumen?	Memperbaiki list pertanyaan kuesioner, dan melanjutkan draft BAB 2 hingga BAB 3
5	10 April 2025	Perbaiki SWOT dan menambahkan product knowledge Karsa Creative lebih detail pada BAB III	Telah memperbaiki SWOT dan product knowledge Karsa.
6	24 April 2025	Lanjutkan ke tahap brainstorming visual dengan mindmap, karena minor revisi dari Semprom hanya penulisan	Melakukan brainstorming terhadap Karsa Creative dan menuangkannya dalam bentuk mindmap
7	8 Mei 2025	Pertajam cabang Bauhaus menjadi turunan furniture serta kamera sebagai representatif Karsa pada mindmap	Mempertajam mindmap lalu menurunkan dalam bentuk moodboard
8	15 Mei 2025	Bisa dilanjutkan ke tahap sketsa thumbnail	Menurunkan bentuk-bentuk pada moodboard menjadi sketsa thumbnail
9	22 Mei 2025	Melanjutkan ke tahap sketsa manual layout lima alternatif	Melakukan perancangan sketsa manual dan menurunkan menjadi draft desain komprehensif. Pada minggu ini juga, perancangan konsep visual dilakukan sembari present concept kepada klien
10	8 Juni 2025	Lanjutkan ke tahap digitalisasi all page desain dengan menggabungkan konsep utama built in Balance dengan sedikit aksentuasi Creative Clash	Melanjutkan digitalisasi desain dan merencanakan banner untuk Seminar Nasional Tetamekraf
11	16 Juni 2025	Perbaiki wordy element pada banner tetamekraf	Memperbaiki banner lalu melanjutkan desain company profile hingga siap untuk testing
12	25 Juni 2025	Perbaiki grid pada company profile, tambahkan fitur selipan untuk businesscard, tambah dua halaman lagi agar menjadi genap 48 halaman, perbaiki typo pada content	Memperbaiki content company profile dan penambahan fitur pada cover
13	30 Juni 2025	Tambahkan saran untuk pengembangan ilmu pada BAB V	Menambahkan poin pengembangan ilmu pada BAB V
			*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya



Hak Cipta :

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

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun

tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
NAMA MAHASISWA		Salwa Arini Panggabean	
NAMA PEMBIMBING		Dr. Anita Hidayat	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Ulang Company Profile Sebagai Media Promosi Karsa Creative	
KETERANGAN:			
1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
1	5 Maret 2025	Perbaiki paragraf pada latar belakang yang menyatakan kekurangan dari company profile Karsa Creative itu diambil melalui apa? Jika wawancara dituliskan	Menambahkan sumber informasi kekurangan dari company profile Karsa Creative dan melanjutkan kerangka teori
2	10 April 2025	Tambahkan teori Gaya Desain Bauhaus pada landasan teori BAB II	Telah menambahkan gaya desain bauhaus pada landasan teori bab ii
3	19 Juni 2025	Tambahkan alasan mengapa pada bagian desain komprehensif terpilih dari 5 alternatif	Menambahkan alasan pemilihan pada bagian desain komprehensif hingga digitalisasi akhir. Submit artikel semnas. melaporkan progress akhir laporan minggu depan
4	26 Juni 2025	Lengkapi bagian abstrak, daftar isi dan lampiran	Melengkapi bagian yang kurang dan belum diisi, dan melaporkan langsung progress akhir laporan pada 29 Juni
5	29 Juni 2025	Hilangkan whitespace pada bagian bawah laporan dan atur jarak antar baris tabel daftar gambar, daftar lampiran	Merapihkan paragraph style khususnya jarak antar halaman yang masih terdapat white space terlalu besar.
6			
7			
8			
			*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

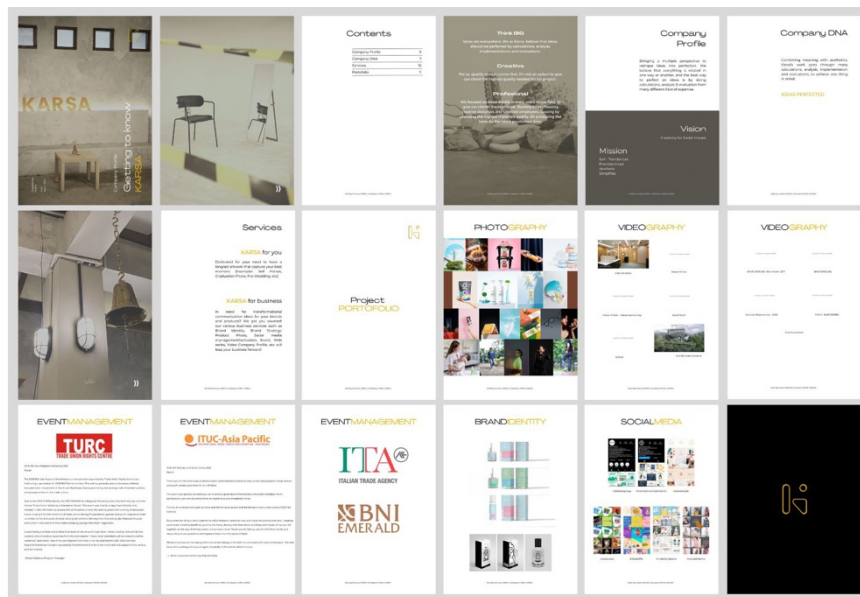
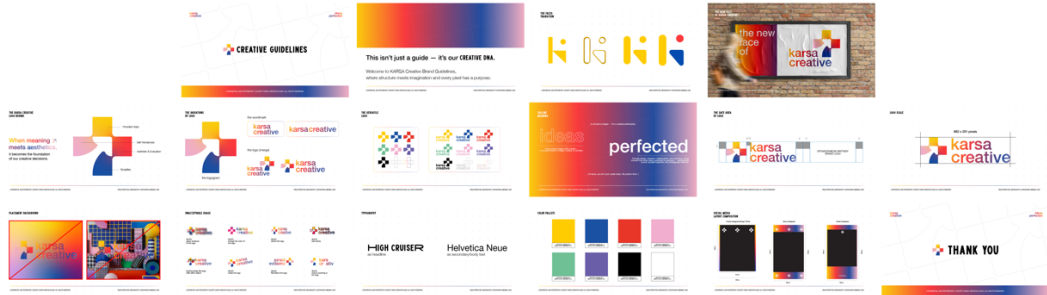


© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Lampiran 2 : Dokumentasi Observasi





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 3 : Transkrip Wawancara dengan Klien



Nama Narasumber : Vallian Adam
Hari/Tanggal : 19 Maret 2025
Lokasi : Tebet, Jakarta Selatan
Topik Wawancara : Mengetahui data dan informasi terkait profil Karsa Creative

Transkrip Wawancara	
Pertanyaan	Jawaban
Boleh ceritain nggak kak sedikit tentang awal mula berdirinya Karsa Creative?	Awalnya banget, Karsa itu berdiri dari aku dan 4 temanku dulu. Waktu itu sekitar 2019 aku lagi ngurus <i>brand</i> baju aku sendiri, namanya Nice Naisu. Dari situ aku sadar banget, ternyata visual—terutama foto produk—itu ngaruh besar banget ke cara orang lihat dan beli suatu produk. Karena belum punya tim dan budget terbatas, yaudah aku coba foto produk sendiri. Lama-lama malah jadi suka, terus mulai buka obrolan sama temen-temen yang punya bisnis kecil, nawarin buat fotoin produk mereka juga. Ternyata banyak yang butuh. Dari situ aku mulai jalanin project satu-satu, sampai akhirnya ngajak beberapa teman buat bareng-bareng bangun tim. Nah, dari situlah lahir Karsa Creative di tahun



© 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

	2019—berangkat dari kebutuhan, tapi dibentuk dari semangat buat bantu <i>brand</i> berkembang lewat visual yang impactful.
Nah, ekspansi service kreatifnya sampai kemana aja kak sejauh ini?	Kalau Karsa sekarang bener-bener 360 creative needs sih. Tapi biasanya kubagi jadi dua: Koridor Kreatif, yang fokus di produksi visual kayak foto, video, desain grafis, 3D, motion graphics, <i>branding</i> , kemasan, sampai buku tahunan. Teras Digital, yang lebih ke arah strategi: social media management, digital marketing, KOL dan event management. Nah, visual dari koridor kreatif jadi ‘bahan bakar’ untuk kebutuhan digital ini.
Karsa ada value atau visi gitu ga kak?	Kita pegang visi Creativity for Social Impact. Artinya, setiap karya yang kita buat harus ada makna dan dampaknya. Misinya sendiri terbagi jadi empat: Self-Trendences – jadi pencipta tren, Provides Hope – menyampaikan pesan positif, Aesthetic – mempertahankan kualitas visual, Simplifies – menyederhanakan pesan kompleks jadi visual yang mudah dimengerti.
Sejauh ini, Karsa udah goal proyek berapa banyak kak?	Banyak banget! Kayaknya lebih dari ratusan <i>brand</i> ada wa. Nanti akan aku kasih yaa list kliennya. Tapi so far yang aku selalu inget itu kita pernah handle proyek dari <i>brand-brand</i> besar kayak BNI Emerald, Laurier, Pharmaton, Paseo Minion, sampai ASTRatech. Tapi kita juga sayang banget sama klien UMKM karena mereka tuh semangatnya luar biasa. Jadi skala klien kita tuh fleksibel, dari mikro sampe korporasi besar.
Ternyata kliennya udah banyak banget ya kak, berarti itu kerjanya kolaborasi	Kita sering kerja bareng fotografer dan videografer freelance, desainer,



© 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

sama vendor atau partner eksternal ya kak? Kalau ada siapa aja kak?	bahkan rumah produksi lokal. Tapi, kalau partner sendiri kita ada massive, kasih paham, morph, lunar, masih banyak lagi sih.
Kalau kompetitor sendiri yang ranahnya sama gitu layanannya, sampe sengit banget itu ada siapa aja kak?	Secara gaya dan layanan, Rupa Creative dan Dozens Studio cukup kuat. Rupa keren di <i>visual storytelling</i> , Dozens solid di digital <i>branding</i> . Tapi kekuatan kita ada di pendekatan 360°, IP internal, dan koneksi antar sektor industri. Jadi kita nggak cuma jual jasa, tapi juga bawa sistem kerja yang adaptif dan holistik.
Kalau target karsa itu berarti lebih ke semua kah?	Iyaa, karena kebutuhan kreatif pasti akan terus nyebar ke semua orang semua umur. Kita menyasar perusahaan, UMKM, institusi pendidikan, dan komunitas yang butuh solusi visual yang nggak cuma keren tapi juga tepat sasaran. Target demografis kita mayoritas usia 18–45 tahun, pekerja kreatif, pemilik usaha dan lainnya.
Oiya kak, karsa itu kan ada Karsync yaa? Itu salah satu program kah? Revenue streamnya ada dari situ untuk operasional atau cuma untuk seru-seruan karya aja ?	Nah, Karsync ini menarik banget. Jadi, secara garis besar iya, Karsync itu salah satu program berbasis IP dari Karsa. Tapi kalau ditanya fungsinya, kita ngeliatnya nggak melulu soal revenue. Lebih ke medium untuk berekspresi, eksplorasi, sekaligus <i>branding</i> internal. Karsync jadi cara kita nunjukin budaya kerja di studio— gimana tim kita berproses, kerja, sambil ditemani musik dan visual yang engaging. Meskipun belum jadi revenue stream utama, Karsync punya potensi besar ke depannya—bisa jadi kanal promosi, bisa jadi wadah kolaborasi, bahkan bisa aja nanti dilirik brand untuk sponsorship. Tapi sekarang kita



© 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

	jalaninnya masih murni buat seru-seruan berkarya dan narik perhatian orang ke culture kita. Nah selain Karsync, Karsa juga punya beberapa program lain yang kita kelola sendiri dan jadi bagian dari ekosistem IP internal, seperti: Karya Karsa, yang fokus bantu UMKM lewat konten digital, dari foto, video sampai ads. Karsa Books, buat produksi buku tahunan sekolah, mulai dari ide sampai event kelulusan. Kisah Karsa, program photoshoot untuk kebutuhan personal kayak couple, keluarga, atau grup. Karsa+, layanan desain cepat berbasis AI, cocok buat UMKM yang butuh visual bagus dalam waktu singkat. Semua program ini sebenarnya kita bangun buat menjawab kebutuhan pasar yang makin beragam, tapi juga sebagai cara Karsa buat tetap relevan dan punya jangkauan lebih luas dari sekadar jasa agensi biasa.
Tantangan terbesar yang Karsa hadapi sampai sekarang?	Menjaga konsistensi branding di tengah kompetitor yang tinggi. Terus, <i>company profile</i> kita sebelumnya belum maksimal dalam nunjukin siapa kita sebenarnya. Jadi banyak banget peluang promosi yang belum kena sasaran.
Ngomong-ngomong, sekarang di tahun 2025 ini Karsa lagi ngerjain project apa aja?	Lumayan seru nih! Sejauh ini kita lagi megang brand besar di sektor FMCG yaitu INACO buat social media management mereka. Project-nya jalan sepanjang tahun ini—satu tahun penuh kita bantu kelola konten, strategi, dan



© 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

	performa medsos mereka. Terus, baru-baru ini kita juga dapet project 3D lagi, setelah hampir setahun nggak ada project 3D masuk. Jadi cukup bikin tim kita semangat karena 3D tuh salah satu bidang yang kita suka banget. Kalau dilihat dari rekap sejak 2024, emang kebutuhannya klien itu banyak banget ke arah social media management. Tahun lalu aja kita pegang lebih dari 5 brand buat sosmed mereka—dan beberapa di antaranya performanya bahkan berpengaruh langsung ke peningkatan penjualan. Jadi fokus kita sekarang tuh bukan cuma produksi konten, tapi juga bantu klien deliver hasil yang bisa diukur.
Desain Karsa sendiri punya ciri khas nggak?	Ada dong! Desain kita tuh bisa dibidang rapih tapi playful. Kita suka main sama bentuk-bentuk geometris—kotak, lingkaran, garis, pokoknya shape-shape yang dinamis gitu. Terinspirasi dari gaya Bauhaus, jadi visualnya clean, tapi tetap bold dan berani. Warnanya juga nggak yang terlalu kalem, kita suka warna yang strong tapi tetap pas dipadu-padanin. Layout-nya juga kita usahain tetap fungsional biar info tetap kebaca jelas, tapi nggak kaku. Jadi antara estetika sama informasi bisa jalan bareng gitu. Desain yang fun, tapi tetap punya struktur.
Terakhir kak, nantinya <i>company profile</i> ini buat apa ajaa? Terus ada request sendiri ga dari kakak mau media apa aja?	Nanti niatnya buat data utama sih wa, untuk promosi, presentasi, sama kemarin aku udah request ke kamu juga kan dijadiin satu aja untuk proposal investor gitu. Kalau request, media turunannya itu aku request kartu nama dong yang ada



© 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

NFCnya. sama kalau bisa yang compro digitalnya itu kita buat landing page kali yaa? Biar ga terlalu gimana gitu kalau hyperlink PDF aja.





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

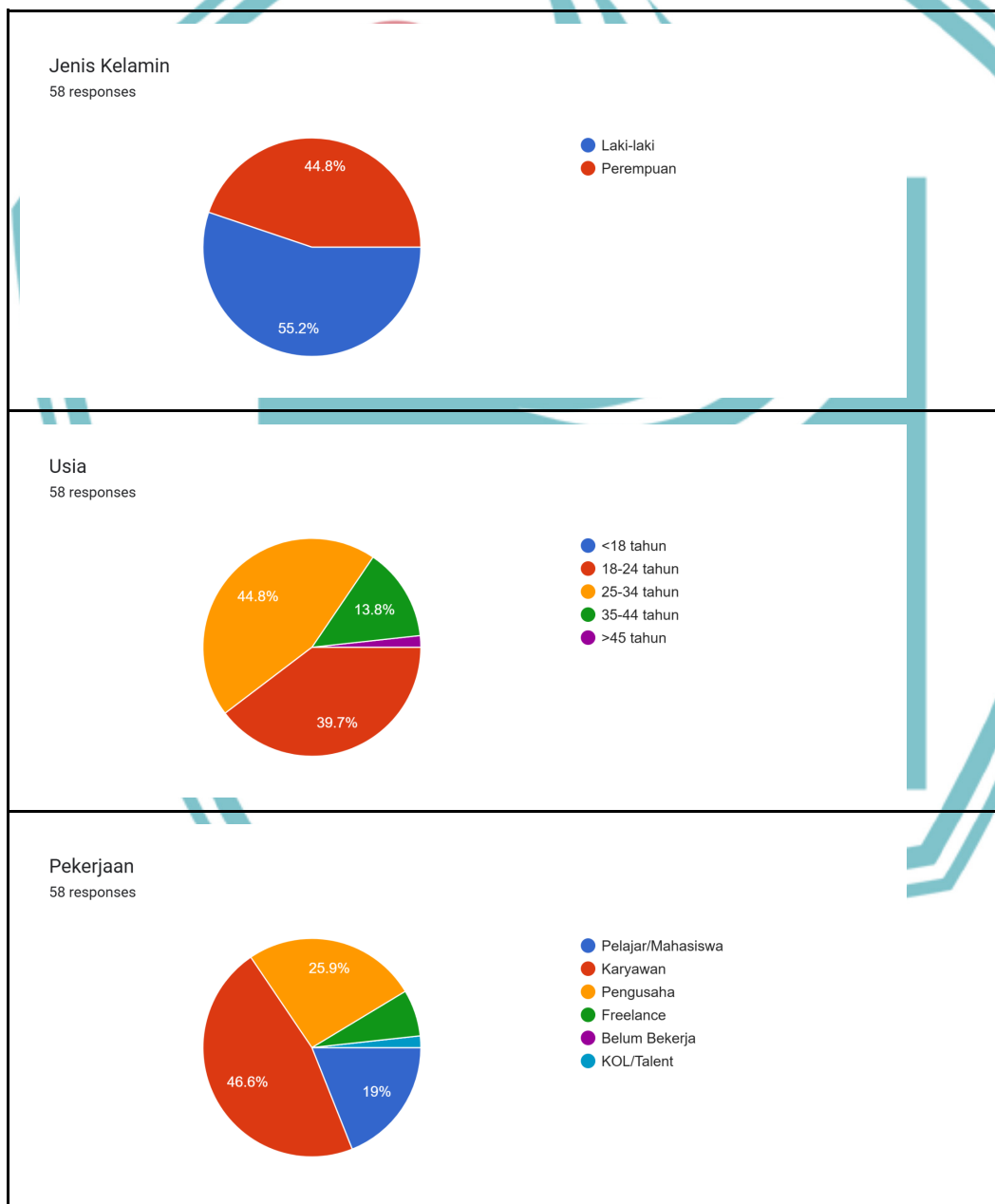
Lampiran 4 : Hasil Survey Kuesioner

Judul Kuesioner : Survey Preferensi dan Persepsi terhadap *Company profile* Agensi Kreatif

Periode : 1-7 April 2025

Tempat Survey : Google Form

Topik Survey : Mendapatkan preferensi dan persepsi (consumer insight) dari target audiens Karsa Creative





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

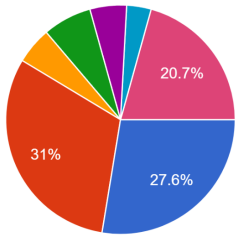
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

Jika kamu bekerja/memiliki usaha, di bidang usaha apa?

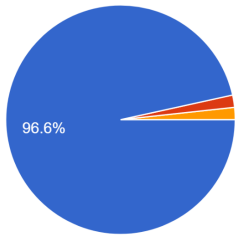
58 responses



Produk (Retail, E-commerce, Fashion, F&B, Beauty and Health)
Jasa (Konsultan, Pendidikan, Kesehatan, Kreatif)
Teknologi & Startup
Media & Hiburan
Properti & Konstruksi
UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah)
Tidak bekerja

Domisili (Silakan tulis domisili anda, jika anda di LUAR JABODETABEK)

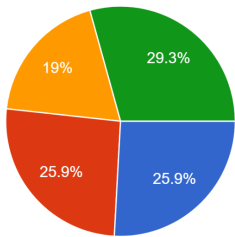
58 responses



Jabodetabek
Medan
Banjarmasin

Seberapa sering Anda menggunakan jasa agensi kreatif? (Fotografi, videografi, social media management, dll.)

58 responses



Sering kali (sebulan sekali atau lebih)
Cukup sering (setiap 2-3 bulan sekali)
Kadang-kadang (setiap 4-6 bulan sekali)
Jarang (setahun sekali atau kurang)
Tidak pernah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

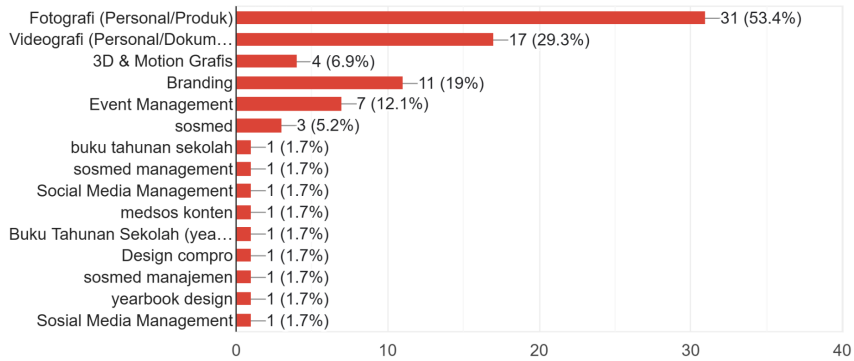
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

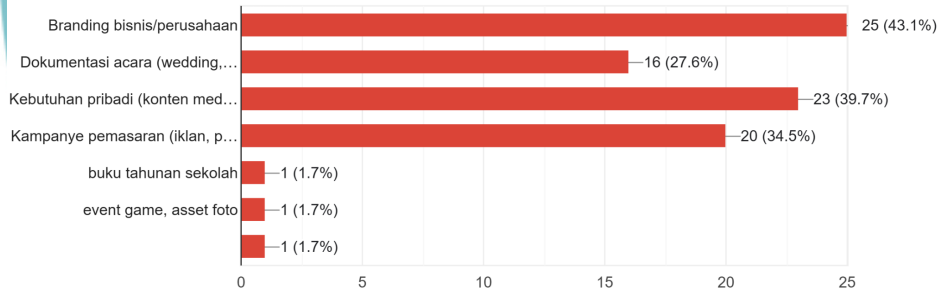
Layanan kreatif apa yang paling pernah atau sering Anda gunakan? (Bisa pilih lebih dari satu)

58 responses



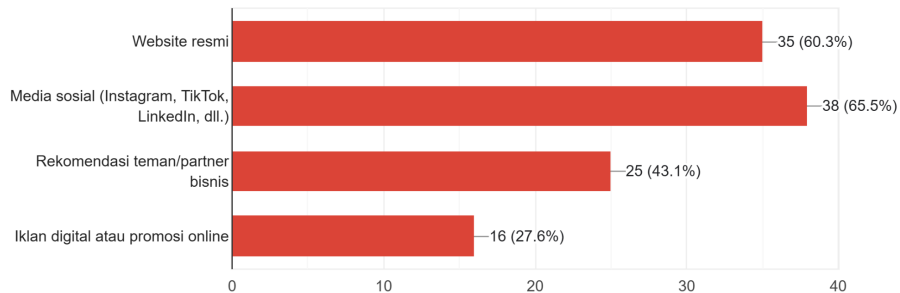
Dalam situasi apa Anda biasanya membutuhkan layanan agensi kreatif? (Bisa pilih lebih dari satu)

58 responses



Dari mana Anda biasanya mencari informasi tentang layanan agensi kreatif? (Bisa pilih lebih dari satu)

58 responses





© 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

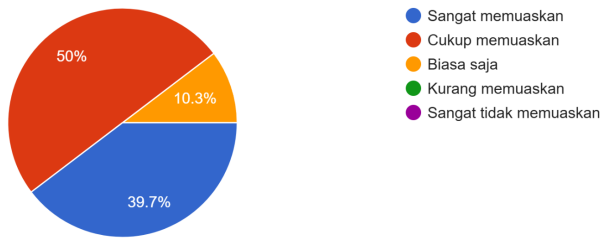
Pernakah Anda mendengar agensi kreatif atau menggunakan layanan dari agensi-agensi kreatif sebelumnya?

58 responses



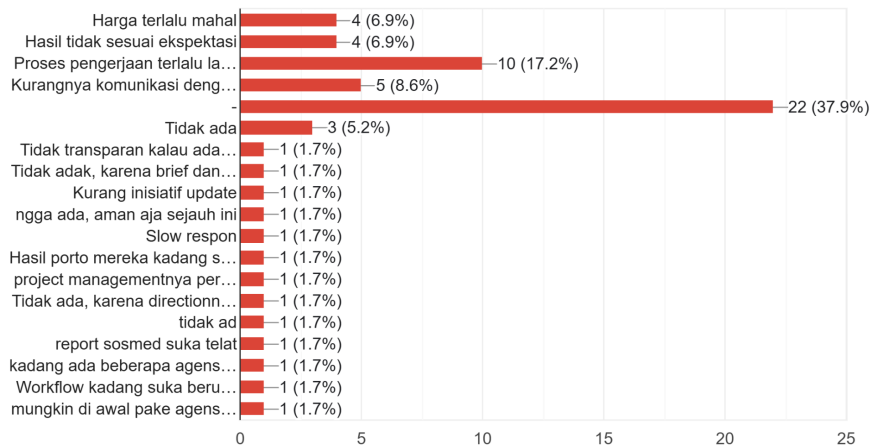
Jika pernah, bagaimana pengalaman Anda dalam menggunakan layanan tersebut?

58 responses



Apa kendala yang pernah Anda alami saat menggunakan layanan agensi kreatif? (Bisa pilih lebih dari satu)

58 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

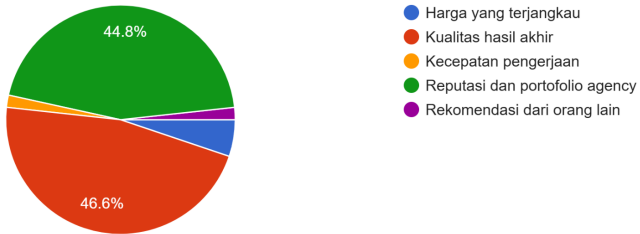
Hak Cipta :

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - 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

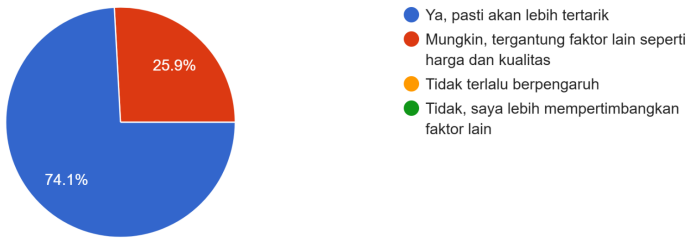
Apa faktor utama yang Anda pertimbangkan saat memilih agensi kreatif?

58 responses



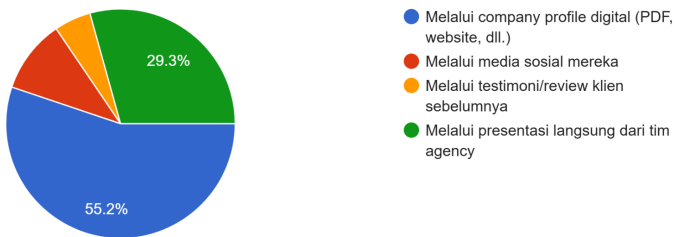
Jika sebuah agensi kreatif memiliki company profile yang menarik, apakah itu akan meningkatkan kemungkinan Anda untuk bekerja sama dengan mereka?

58 responses



Bagaimana cara terbaik bagi Anda untuk mengenal sebuah agensi kreatif?

58 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

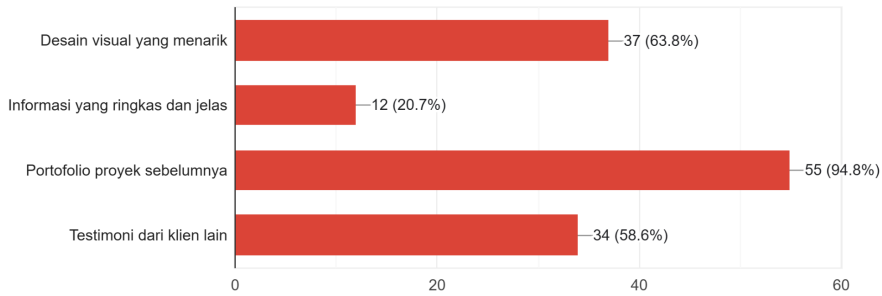
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

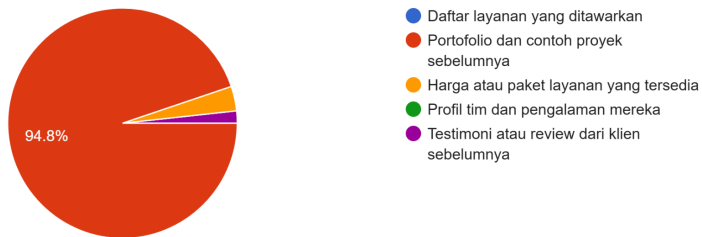
Apa elemen yang paling menarik bagi Anda dalam sebuah company profile? (Bisa pilih lebih dari satu)

58 responses



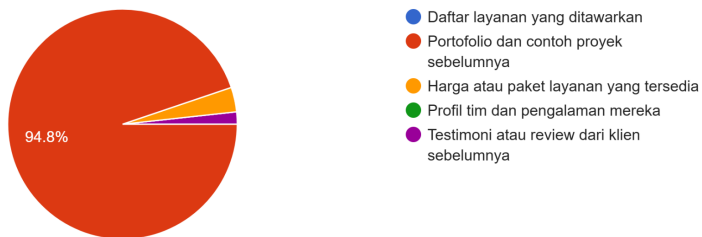
Apa informasi yang paling anda butuhkan dalam company profile agensi kreatif sebelum memutuskan untuk bekerja sama?

58 responses



Apa informasi yang paling anda butuhkan dalam company profile agensi kreatif sebelum memutuskan untuk bekerja sama?

58 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

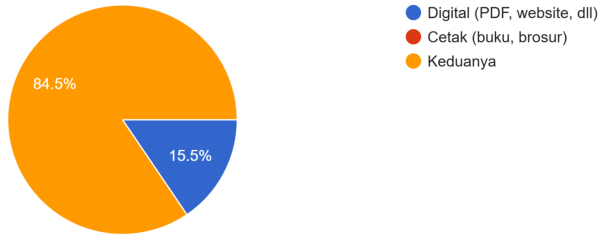
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

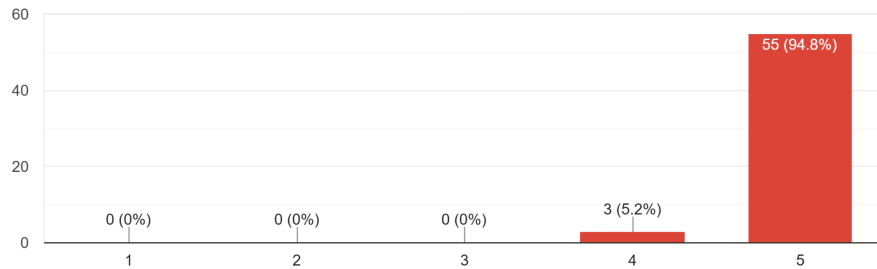
Bagaimana format company profile yang menurut Anda efektif sebagai kebutuhan promosi?

58 responses



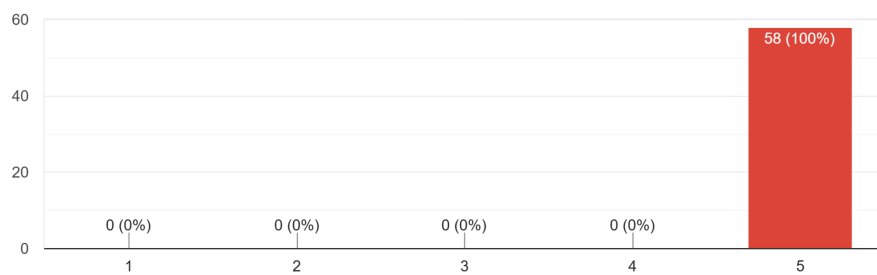
Seberapa besar pengaruh company profile yang informatif dan kreatif dalam keputusan Anda memilih agensi kreatif?

58 responses



Seberapa penting reputasi dan testimoni klien sebelumnya dalam mempertimbangkan agensi kreatif?

58 responses





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

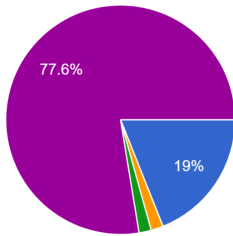
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

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

Apa elemen visual yang paling menarik bagi Anda dalam sebuah company profile?

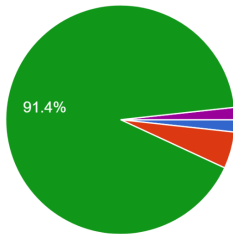
58 responses



- Desain yang selaras dengan branding agensinya
- Penggunaan warna cerah dan mencolok
- Storytelling yang kuat dan narasi visual menarik
- Infografis dan ilustrasi yang informatif
- Kombinasi foto dan video yang mendukung isi company profile

Apa media yang Anda sukai untuk mengakses informasi tentang sebuah agensi kreatif?

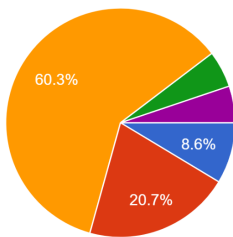
58 responses



- Website resmi
- Media sosial (Instagram, LinkedIn, TikTok, dll.)
- Brosur atau katalog digital (PDF, e-book, dll.)
- Company profile (Digital maupun cetak)
- Brosur atau company profile dalam bentuk cetak

Menurut Anda, bagaimana company profile yang menarik dan efektif? (Bisa pilih dari satu)

58 responses



- Ringkas, informatif, dan langsung ke poin utama
- Menggunakan desain yang menarik dengan elemen visual yang kuat
- Menampilkan portfolio ter-update
- Memuat testimoni klien dan daftar kerja sama yang pernah dilakukan
- Memiliki storytelling yang membangun brand identity perusahaan



Lampiran 5 : Hasil Testing

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



Responden	Visual	Layout & Readability	Warna & Tipografi	Desain & Konten	Keunikan & Paper Engineering
Vallian Adam (CEO Karsa Creative)	Menarik dan sesuai <i>brand guideline</i> Karsa juga	Fontnya jelas, ukurannya gabikin sakit mata, mungkin margin dalam bisa ditambah soalnya jadi ke dalam banget.	Warnanya bagus, kontras yaa warna-warna Karsa dan konsisten, tipografi nyaman dibaca.	Tambahkan konten akustik di Karsync, ganti visual Soule Bag, tampilkan Megan, revisi typo TURC jadi ITUC.	Paper engineering unik & sleeve cover bikin tampil beda.
Daffa (Photographer)	Rapih dan konsisten, seleksi foto-fotonya juga bagus up-to-date dengan porto-porto Karsa yang baru	Layout rapi, keterbacaan oke banget	Warnanya colorful, tipografinya jelas	Ganti thumbnail ASTON jadi kelihatan hotelnya, tambahin halaman project lain.	Suka banget sama paper engineering, bikin beda dan interaktif.
Tenny (Assistant Photographer)	Menarik dan representatif Karsa banget.	Informasi tertata, mudah dipahami.	Tipografi readable, layout nyaman.	Perlu penambahan portofolio klien agar lebih menarik.	Sleeve-nya menarik, beda dari yang lain.
Kak Lutfi (Investor Karsa)	Visual profesional dan rapi.	Layout aman buat presentasi.	Warna dan teks konsisten.	Udah cukup representatif buat bawa ke mitra bisnis.	Paper engineering-nya menarik buat stakeholder.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - 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

Kak Gibedh (Klien Karsa)	Layout nyaman, visual nggak ngebosenin.	Keterbacaan oke, layout bersih.	Warna cerah tetap stand out.	Pemilihan testimoni dan project-nya udah oke.	Covernya bagus <i>brand impression</i> .
Kak Rian (General Manager WLC)	Format square jadi daya tarik tersendiri.	Font jelas dan nyaman dibaca.	Visualnya konsisten dari awal sampai akhir.	Layout nyaman, bisa lebih engaging di digital.	Format buku dan fitur bukaannya bikin company profile ini beda dari yang lain.
Bu Anggi (Akademisi)	Kesan awal profesional dan niat.	Margin dalam perlu diperlebar biar lebih aman saat cetak.	Warna sudah representatif, bisa lebih bold di Digital Terrace.	Tambah 2 halaman biar genap 48, dan sertakan tampilan YouTube untuk Karsync.	Paper engineering dan sleeve unik, jadi nilai tambah di versi cetaknya.
Kak Radit (Web Developer)	Desainnya rapi, profesional tapi tetap kreatif.	Readability tinggi, margin dalam bisa sedikit ditambah.	Warna konsisten, tone profesional tetap terasa fun.	Saran nambah “Why Choose Us” page biar lebih meyakinkan, bagian klien bisa ditaruh di awal.	Paper engineering & sleeve bikin first impression kuat, beda dari company profile biasa.
Kak Arrik (Ex-Art Director FCN)	Visual udah representatif untuk creative agency.	Layout menarik dan nyaman buat dilihat dan dibaca	Tipografi konsisten, tapi shading di teks "Karya Karsa" perlu disamakan kayak yang lain biar konsisten.	Secara keseluruhan sudah kuat, tinggal konsistensi kecil di elemen desain aja.	Paper engineering oke, nggak ribet tapi tetap beda dari yang biasanya.
Denisa (Graphic Designer Selly Hampers)	Layoutnya oke, ga terlalu berat. Visualnya juga udah informatif untuk menyampaikan portofolio-portofolionya	Keterbacaan aman, ga terlalu kegedean ataupun kekecilan.	Warnanya bagus, representative Karsa juga ya.	Udah oke, cukup	Bagus, unik dan bikin experience audiens berkesan aja



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

Lampiran 6 : Hasil Cek Plagiarisme



iThenticate®

Similarity Report ID: oid:3618:102986890

PAPER NAME

DG8A_SALWA ARINI PANGGABEAN_PER
ANCANGAN ULANG COMPANY PROFILE
SEBAGAI MEDIA PROMOSI KARSA CRE
ATIVE -

AUTHOR

SALWA ARINI PANGGABEAN

WORD COUNT

12815 Words

CHARACTER COUNT

83548 Characters

PAGE COUNT

76 Pages

FILE SIZE

1.7MB

SUBMISSION DATE

Jun 30, 2025 11:08 AM GMT+7

REPORT DATE

Jun 30, 2025 11:09 AM GMT+7

● 8% Overall Similarity

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

- 8% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Quoted material



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

Lampiran 7 : Daftar Riwayat Hidup

SALWA ARINI PANGGABEAN

+6289699148882 | tsalwaarn@gmail.com | www.linkedin.com/in/salwaarinipanggabea
www.behance.net/bytsall | Jakarta Timur, DKI Jakarta

Summary

A student of the Graphic Design study program who has great enthusiasm for exploring the world of graphic design from various perspectives to produce work that has value. Apart from that, the principle he adheres to in his work is that he believes that a process can bring progress that results in success in his work, one of which is a member of ASTRA and Makani Cookware.

Interested : Graphic Design, Motion Design, Social Media Design, Photography, Branding, Directing

Education

Politeknik Negeri Jakarta

2021 - Present

Bachelor of Applied Science in Graphic Design

Course : Digital Illustration, Digital Imaging, 3D Digital, Layouting, Motion Graphics

- Create a packaging label "KRILA". Layouting and digital imaging as a Graphic Designer
- Directs team as an art director and participates in the design process of create Calendars, Food & Snack Packaging, and Merchandise for the Politeknik Negeri Jakarta 2023
- Create a company profile and media promotions of RTPU PNJ as their marketing medium
- Create a brand called "Kala" as a Founder, Graphic Designer and Photographer to making surface packaging, structure packaging and promotional media.

Internship

Karsa Creative

February - June 2024

Graphic Designer, Work From Office

- Learn and be responsible for managing content planning and design, such as carousels, stories, and reels for social media.
- Carry out digital imaging processes for companies and brands such as Laurier, Gunnebo, and Mowilex.
- Be responsible for creating multiple company profiles for different companies.
- Handle video animation projects as a promotional medium for the agency.
- Specialize in the production of product, service, and portrait photography, and learn the process of videography production for specific events.

Experience

Content Creator of PKKP Politeknik Negeri Jakarta

August - September 2021

Art Conceptor, Social Media Planning, Graphic Designer

- Made visual concepts to be applied to design media such as social media, motion graphic, ZOOM meetings background, presentation slides, design print, and others
- Manage content plan for one month to be post on Instagram PKKP PNJ
- Designing social media content such as carousels, feeds, and stories on Instagram PKKP PNJ for one month.

Calendar, Packaging and Mercandise for Politeknik Negeri Jakarta

December 2022

Graphic Designer, Art Director

- Concepting visual to be applied in Calendar, Packaging and Merchandise for PNJ structured
- Direct team as an art director and participates to make 12 different illustration that applied on Calendar, surface and structure for the packaging and layouting the assets of illustration for Merchandise.

Video Profile Teknik Grafika dan Penerbitan PNJ

January - February 2023

Assistant of Director, Videographer

- Being an assistant of director to direct talents and videographer for taking videos that are in line with the concept created
- Shoot several scenes that are part of the promotion for the Teknik Grafika dan Penerbitan PNJ with camera and stabilizer.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - 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

Company Profile UPA-RTPU PNJ, Balkosa Coffee, SJN Properties, PT. Budiman Kencana Lestari

May 2023 - Jun 2025

Graphic Designer

- Designing and layouting 4 company profiles (UPA-RTPU Politeknik Negeri Jakarta, Balkosa Coffee, SJN Properties, PT. Budiman Kencana Lestari) with different style design at one time as their identity and market-

Research of Jagad Sambel Packaging

August - November 2023

Art Conceptor, Graphic Designer, Illustrator

- Conducted research and brainstorming with Graphic Design lecturer at Politeknik Negeri Jakarta, Teknik Grafika dan Penerbitan with the aim of creating packaging labels for Jagad Sambel
- Carry out concept design that will be built on the visual design of Jagad Sambel
- Carried out packaging label designs with five different types of illustrations and variants.

39th Graduation of Politeknik Negeri Jakarta

September - October 2023

Art Conceptor, Graphic Designer, Documentary

- Made a visual concept to be applied in media design such as invitation, social media, motion graphic, presentation slides, banner, ID card and merchandise
- Creat and design invitation, social media, presentation slides, banner as event needed
- Document the entire graduation event in the form of photos and videos.

ASTRAtech (member of ASTRA)

August - November 2023

Graphic Designer, Video Editor

- Create social media designs consisting of single post, carousels, reels, stories for ASTRAtech (member of ASTRA) as an application for educational, promotional and branding content
- Create digital posters as promotional media for special events on the ASTRAtech website
- Editing several video content on ASTRAtech social media.

Makani Cookware

April - May 2024

Graphic Designer, Photographer, Campers

- Created a new concept and content plan for Makani Cookware's social media
- Producing assets for Makani Cookware's social media design needs
- Create static designs and dynamic designs (animations) starting from single posts. carousels, reels, stories for Instagram Makani Cookware.

Freelancer

2020 - Presents

Graphic Designer, Photographer, Campers, Director

- Created several designs in the form of digital imaging and digital illustrations for the Google Advertisement, E-Commerce and Social Media domains for several companies
- Carrying out photo shoots with several relations for events and other needs
- Working as a camper for school graduation events, especially in Bekasi, Indonesia.
- Become a director in a video company, one of which is Bocorocco Entrepreneur

Volunteer

Komunitas Bagi Kucing

October 2021

Social Media Designer

- Design on social media such as Instagram and Twitter @bagikucing such as single posts, carousels, stories, reels.

Skills

- Hard skills: Graphic Design, Digital Imaging, Digital Illustration, 3D Digital, Motion Graphic, Video Editing, Photography
- Soft skills: Public Speaking, Planning, Leadership
- Technical skills: Adobe Photoshop, Adobe Illustration, Adobe After Effects, Adobe Premiere Pro, Adobe InDesign, Figma
- Industry Knowledge: Team Management, Social Media Planning