



© 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 *COMPANY PROFILE* VIARSITEK SEBAGAI MEDIA PROMOSI



JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN 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 *Company Profile* Viarsitek Sebagai Media Promosi
Penulis : Dheanouva Aldian Revianza
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


Deli Silvia, M. Sc.
NIP 198408192019032012



© 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 *COMPANY PROFILE* VIARSITEK SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh:

DHEANOUVA ALDIAN REVIANZA
2106421052

Disahkan:
Depok, 17 Juli 2025

Penguji I

Drs. Ade Noor Riyadhi
NIP. 5200000000000000323

Penguji II

Saeful Imam, M.T.
NIP. 198607202010121004

Kepala 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 *Company Profile* Viarsitek Sebagai Media Promosi

adalah hasil karya saya.

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Laporan Tugas Akhir ini tidak terdapat karya orang lain yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar di suatu perguruan tinggi, dan atau sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam Laporan Tugas Akhir ini, dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Apabila pernyataan ini tidak sesuai dengan kenyataan, maka saya siap menerima sanksi akademik yang berlaku.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Depok, 17 Juli 2025



Dheanouva Aldian Revianza
2106421052



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

Perkembangan teknologi informasi mendorong seluruh sektor industri, termasuk konstruksi dan arsitektur, untuk terus berinovasi dalam strategi komunikasi dan pemasaran. Dalam menghadapi persaingan pasar yang semakin kompetitif, perusahaan tidak hanya dituntut untuk memberikan layanan terbaik, namun juga membangun citra yang profesional melalui identitas visual yang kuat. Viarsitek, sebagai perusahaan yang bergerak di bidang jasa arsitektur, desain interior, dan peredam suara, menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens baru karena belum memiliki media promosi yang merepresentasikan layanan dan keunggulan perusahaan secara profesional. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *company profile* sebagai media promosi Viarsitek yang mampu merepresentasikan identitas dan layanan perusahaan secara menyeluruh. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif, melalui proses pengumpulan data, analisis, hingga perancangan visual. Proses perancangan ini melibatkan pengumpulan data serta eksplorasi desain melalui proses *mind map*, *moodboard*, hingga tahap digitalisasi. Hasil dari perancangan ini berupa *booklet company profile* dengan tampilan modern dan profesional dengan menggunakan pendekatan visual *blueprint*, kayu serta warna hangat yaitu oranye yang merepresentasikan identitas perusahaan digunakan secara konsisten untuk memperkuat informasi perusahaan. Selain itu, prinsip-prinsip desain seperti kesatuan, keseimbangan, kontras, dan hierarki visual diterapkan guna menciptakan tampilan yang informatif, estetis, dan fungsional. Diharapkan media ini dapat menjadi media promosi Viarsitek dalam meningkatkan kredibilitas perusahaan, serta memperluas jangkauan pemasaran khususnya di segmen *Business to Business* (B2B).

Kata Kunci : *company profile*, media promosi, desain grafis, jasa konstruksi



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 development of information technology encourages all industry sectors, including construction and architecture, to continue to innovate in communication and marketing strategies. In the face of increasing market competition, companies are not only required to provide the best service, but also to build a professional image through a strong visual identity. Viarsitek, as a company engaged in architecture, interior design, and soundproofing services, faces challenges in reaching new audiences because it does not yet have promotional media that professionally represents the company's services and advantages. This research aims to design a company profile as Viarsitek's promotional media that is able to represent the company's identity and services as a whole. The method used is descriptive qualitative, through a process of data collection, analysis, and visual design. This design process involves data collection and design exploration through the mind map process, moodboard, to the digitization stage. The result of this design is a company profile booklet with a modern and professional look using a blueprint visual approach, wood and warm colors, namely orange, which represents the company's identity, are used consistently to strengthen company information. In addition, design principles such as unity, balance, contrast, and visual hierarchy are applied to create a modern and professional look.

Keywords: *company profile, promotional media, graphic design, construction services*



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

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur saya panjatkan kehadiran Allah *subhanahu wa ta'ala* atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga laporan tugas akhir yang berjudul "Perancangan *Company Profile* Viarsitek Sebagai Media Promosi" dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *company profile* dan media promosi dalam meningkatkan citra serta daya tarik Viarsitek sebagai perusahaan konstruksi di bidang jasa arsitektur, interior dan peredam suara.

Saya mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama proses penyusunan laporan ini, di antaranya:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., Direktur Politeknik Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng., Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan.
3. Ibu Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds., Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Ibu Anggi Anggarini, M. Ds., dan Ibu Deli Silvia, M. Sc., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan tugas akhir ini.
5. Bapak Juwari, S.M. selaku Direktur Viarsitek serta tim yang telah mengizinkan perusahaan nya menjadi klien dan subjek penelitian serta membantu dalam proses penyelesaian tugas akhir ini dari proses riset, perancangan hingga tahap akhir.
6. Keluarga tercinta yang selalu memberikan dukungan, doa, dan motivasi yang tiada henti.
7. Teman-teman seperjuangan yang tidak dapat disebutkan satu persatu, teman-teman sebangsa setanah air sedaerah setempat sekampus seangkatan sekelas senasib sekian yang turut berjuang bersama saling memberikan motivasi dan semangat selama proses perkuliahan hingga sampai saat ini sehingga bisa sama-sama menyelesaikan studi di kampus tercinta ini hingga akhirnya selesai dengan penuh suka cita.



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

8. Untuk kamu, sosok yang begitu berarti dalam perjalanan hidup ini, sebuah anugerah terindah dari Tuhan, yang memiliki NIM P24840422040. Terima kasih karena telah hadir, menemani, dan memberikan semangat yang begitu besar. Kehadiranmu membawa ketenangan, pengertian, dan rasa syukur yang mendalam serta menjadi salah satu alasanku bisa melalui berbagai proses perjalanan ini dengan hati yang lebih tenang dan langkah yang lebih kuat. Semoga segala niat baik, rasa saling mendukung dan menguatkan ini senantiasa dijaga sampai tujuan akhir yang indah dan membawa kebahagiaan bersama, bukan hanya untuk hari ini, tapi selamanya.
9. Kepada semua pihak yang tak dapat saya sebutkan satu per satu, namun perannya begitu besar dalam menyempurnakan langkah saya selama perkuliahan bahkan selama perjalanan hidup ini.

Saya menyadari bahwa laporan ini masih memiliki keterbatasan dalam berbagai aspek. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat saya harapkan demi penyempurnaan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi dunia akademik, khususnya di bidang desain grafis, serta menjadi referensi bagi industri konstruksi sejenis dalam mengembangkan strategi promosi bisnis melalui media promosi *company profile*.

Wassalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Depok, 30 Juni 2025

Dheanouva Aldian Revianza



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
KATA PENGANTAR.....	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.....	5
1.3 Ruang Lingkup Penelitian.....	5
1.4 Tujuan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.6 Sistematika Penulisan	6
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	8
2.1 Strategi Pemasaran	8
2.2 Promosi	9
2.3 <i>Company Profile</i>	14
2.4 <i>Layout</i>	19
2.5 Tipografi.....	31
2.6 Warna	35
2.7 <i>Mind map</i>	39
2.8 <i>Mood board</i>	40
2.9 <i>Design Thinking</i>	41
BAB III METODE PERANCANGAN	44
3.1 Metode Penelitian	44
3.2 Data dan Analisis	49
3.3 Arahan Kreatif.....	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	64



© 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

4.1 Konsep Visual	64
4.1.1 <i>Mind map</i>	65
4.1.2 <i>Mood board</i>	66
4.1.3 <i>Sketsa Imposisi</i>	67
4.1.4 <i>Sketsa Kasar</i>	68
4.1.5 <i>Sketsa Manual</i>	69
4.2 Proses Desain	75
4.2.1 Desain Komprehensif	75
4.2.2 Desain Terpilih	80
4.2.3 Penerapan Elemen dan Prinsip <i>Layout</i>	81
4.2.4 Penerapan Warna	87
4.2.5 Penerapan Tipografi	89
4.2.6 Penerapan Ilustrasi	90
4.2.7 Penerapan Fotografi	91
4.2.8 <i>Test Uji Cetak</i>	92
4.2.8 <i>Testing</i>	94
4.2.9 Desain Final	96
4.3 Media Pendukung	97
4.4 Pertimbangan Produksi	99
BAB V PENUTUP	102
5.1 Kesimpulan	102
5.2 Saran	104
DAFTAR PUSTAKA	106
LAMPIRAN	110



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 Contoh Media Promosi Cetak.....	13
Gambar 2.2 Contoh Bentuk <i>Company Profile</i> Buku.....	17
Gambar 2.3 Contoh Prinsip <i>Sequence</i>	21
Gambar 2.4 Contoh Prinsip <i>Emphasis</i>	21
Gambar 2.5 Contoh Prinsip Keseimbangan Simetris.....	22
Gambar 2.6 Contoh Prinsip Keseimbangan Asimetris.....	23
Gambar 2.7 Contoh Prinsip <i>Unity</i>	23
Gambar 2.8 Contoh Infografik.....	25
Gambar 2.9 Contoh <i>Margin</i>	27
Gambar 2.10 Contoh <i>Manuscript Grid</i>	28
Gambar 2.11 Contoh Prinsip <i>Legibility</i>	32
Gambar 2.12 Contoh Prinsip <i>Readability</i>	32
Gambar 2.13 Contoh Prinsip <i>Visibility</i>	32
Gambar 3.1 Metode Perancangan.....	44
Gambar 3.2 Logo Viarsitek.....	50
Gambar 3.3 Logo PT Profindo Karya Utama.....	53
Gambar 3.4 <i>Company Profile</i> PT Profindo Karya Utama.....	53
Gambar 3.5 Logo Emporio <i>Architect</i>	54
Gambar 3.6 Logo Dekoruma.....	55
Gambar 3.7 Logo Acourete.....	56
Gambar 4.1 <i>Mind map</i>	65



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	67
Gambar 4.3 Sketsa Imposisi.....	68
Gambar 4.4 Sketsa Kasar.....	69
Gambar 4.5 Sketsa Alternatif “ <i>Construction</i> ”.....	70
Gambar 4.6 Sketsa Alternatif “ <i>Woodframe</i> ”.....	71
Gambar 4.7 Sketsa Alternatif “ <i>Woodline</i> ”.....	72
Gambar 4.8 Sketsa Alternatif “ <i>Wood Building</i> ”.....	73
Gambar 4.9 Sketsa Alternatif “ <i>Architect Construction</i> ”.....	74
Gambar 4.10 Desain Komprehensif “ <i>Wood Building</i> ”.....	76
Gambar 4.11 Desain Komprehensif “ <i>Construction</i> ”.....	77
Gambar 4.12 Desain Komprehensif “ <i>Architect Construction</i> ”.....	78
Gambar 4.13 Desain <i>Company Profile</i> Terpilih.....	80
Gambar 4.14 Penggunaan <i>Grid System</i>	82
Gambar 4.15 Halaman <i>Cover</i> Depan Belakang.....	82
Gambar 4.16 Halaman Daftar Isi.....	84
Gambar 4.17 Halaman Tentang Kami.....	85
Gambar 4.18 Halaman Visi Misi.....	87
Gambar 4.19 Penerapan Warna Desain.....	87
Gambar 4.20 Penerapan Tipografi.....	89
Gambar 4.21 Penerapan Ilustrasi.....	90
Gambar 4.22 Penerapan Fotografi.....	91
Gambar 4.23 <i>Test Uji</i> Cetak.....	92



© 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 4.24 Desain Final <i>Company Profile</i> Viarsitek.....	96
Gambar 4.25 <i>Mockup Booklet Company Profile</i> Viarsitek.....	97
Gambar 4.26 Kartu Nama Viarsitek.....	98
Gambar 4.27 <i>X-Banner</i> Viarsitek.....	98
Gambar 4.28 <i>Slide Presentasi</i> Viarsitek.....	99





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 1 Analisis SWOT.....	59
Tabel 2 Arahkan Kreatif.....	63
Tabel 3 <i>Key Visual</i>	66
Tabel 4 <i>Feedback Capture Matrix</i>	96





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.....	110
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....	111
Lampiran 3 Survei Kuisisioner <i>Consumer Insight</i>	114
Lampiran 4 Survei Kuisisioner <i>Testing</i>	115
Lampiran 5 Hasil Tes Plagiarisme.....	116
Lampiran 6 Daftar Riwayat Hidup.....	117





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

Teknologi dan informasi terus berkembang dengan pesat seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat akan informasi yang efektif dan akurat. Perubahan ini juga berdampak pada berbagai sektor industri, termasuk sektor konstruksi yang memiliki peran strategis dalam pertumbuhan ekonomi nasional. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2024), sektor konstruksi merupakan salah satu penyumbang terbesar Produk Domestik Bruto (PDB) Indonesia, hal ini menunjukkan betapa pentingnya sektor konstruksi dalam menciptakan lapangan kerja, membangun infrastruktur, serta mendorong pertumbuhan sektor lainnya.

Pertumbuhan sektor konstruksi juga terlihat dari peningkatan jumlah perusahaan yang terus bertambah. Menurut data BPS (2023), terdapat 190.677 perusahaan konstruksi di Indonesia, meningkat sebesar 12% dalam lima tahun terakhir. Peningkatan ini menunjukkan bahwa industri konstruksi berkembang di berbagai bidang seperti seperti arsitektur, desain interior, renovasi, dan peredam suara. Namun, di tengah pertumbuhan industri konstruksi yang pesat, persaingan antarperusahaan semakin ketat. Sebuah perusahaan tidak hanya dituntut untuk menawarkan produk atau jasa berkualitas, tetapi juga harus mampu membangun identitas yang kuat agar dikenal oleh klien dan mitra bisnis. Dalam dunia bisnis, citra perusahaan merupakan faktor penting dalam menarik kepercayaan calon klien dan mitra bisnis, mengingat sebelum mengambil keputusan, mereka cenderung mencari informasi terlebih dahulu mengenai perusahaan serta produk atau jasa yang ditawarkan. Oleh karena itu, membangun identitas dan reputasi yang kuat dan profesional menjadi langkah strategis dalam menghadapi persaingan industri.

Untuk menghadapi persaingan antar perusahaan, diperlukan strategi yang jelas dan terencana. Strategi pemasaran merupakan proses penentuan tujuan pemasaran, target pasar, serta strategi yang akan digunakan untuk mencapai tujuan



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

tersebut (Kotler & Keller, 2016). Dalam konteks pemasaran, salah satu strategi yang krusial adalah promosi. Menurut Dewi & Setiawan (2024), promosi merupakan salah satu bentuk komunikasi dalam pemasaran yang bertujuan untuk memberikan informasi dan meyakinkan konsumen mengenai produk atau jasa yang ditawarkan yang dilakukan melalui berbagai metode dan memiliki peran dalam mendukung keberhasilan pemasaran suatu produk atau jasa. Pendekatan ini sangat penting untuk membangun hubungan yang baik antara perusahaan dengan klien dan mitra bisnis.

Salah satu media yang dapat digunakan sebagai alat promosi untuk memperkenalkan identitas dan memperkuat reputasi perusahaan adalah *company profile*. *Company profile* adalah gambaran menyeluruh tentang sebuah perusahaan dan produk yang ditawarkan, disajikan secara verbal maupun visual. Di dalamnya tercermin nilai perusahaan (*corporate value*), nilai produk, serta keunggulan di bidangnya. Secara umum, *company profile* berfungsi untuk menunjukkan identitas dan kelebihan perusahaan, agar menarik perhatian serta minat konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Selain itu, citra profesional yang ditampilkan juga merepresentasikan visi, misi, dan apa yang ingin disampaikan perusahaan kepada konsumennya (Rahajeng, 2017). *Company profile* menyajikan informasi perusahaan secara ringkas dan terstruktur, sehingga klien dan mitra bisnis dapat memahami gambaran perusahaan tanpa perlu bertanya secara mendetail. Selain itu, *company profile* membantu perusahaan dalam menjalin proyek dan kerja sama (*business to business*), sehingga dapat memperluas jaringan serta membangun hubungan yang lebih kuat dengan klien dan perusahaan lain (Liem et al, 2019). Dalam pertemuan bisnis, *company profile* juga menjadi pelengkap untuk menjelaskan perusahaan secara sistematis dan mudah dipahami.

Agar *company profile* efektif sebagai media promosi diperlukan desain yang menarik dan profesional. Desain yang baik membantu menyampaikan informasi secara jelas dan meningkatkan daya tarik visual melalui tata letak yang sesuai, pemilihan warna yang konsisten dengan identitas perusahaan, serta penggunaan elemen visual yang memperjelas informasi yang disampaikan. Pendekatan 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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

menciptakan kesan profesional dan meningkatkan kredibilitas perusahaan di mata calon klien dan mitra bisnis (Nugraha, 2022). Sebaliknya, desain yang kurang menarik dapat membuat *company profile* sulit dipahami dan gagal menarik perhatian, sehingga mengurangi efektivitasnya dalam membangun *brand awareness* serta membedakan perusahaan dari pesaing di industri konstruksi.

Viarsitek, sebagai salah satu *brand* dari PT Persada Sapta Gemilang, merupakan perusahaan di bidang jasa konstruksi yang berfokus pada jasa arsitektur, desain interior dan peredam suara. Sejak didirikan pada tahun 2011, Viarsitek telah menyelesaikan berbagai proyek di sektor infrastruktur, perumahan, komersial, industri, dan fasilitas publik. Proyek-proyek yang telah ditangani mencakup pembuatan studio musik, studio rekaman, studio karaoke, studio *podcast*, *home theater*, ruang *meeting*, auditorium, dan rumah ibadah, serta layanan interior seperti pembuatan dan pemasangan *furniture*, *kitchen set*, *bedroom set*, jendela, pintu, lemari, panel akustik, dan partisi aluminium kaca.

Meskipun memiliki rekam jejak yang panjang, Viarsitek masih menghadapi tantangan dalam memperluas hubungan dengan calon klien dan mitra bisnis, karena selama ini perusahaan mengandalkan rekomendasi dari klien lama dan pencarian di internet untuk mendapatkan proyek dan tender. Metode ini memang cukup membantu, tetapi masih terbatas dan kurang efektif, terutama dalam menarik klien dari kalangan antarperusahaan. Selain itu, kendala lain yang dihadapi Viarsitek adalah masih bergantung pada promosi melalui internet dan media digital seperti website, media sosial, bahkan hingga memanfaatkan iklan berbayar yang belum optimal menjadi satu-satunya alat promosi utama. Strategi ini, meskipun cukup relevan di era digital, belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau target pasar yang lebih luas dan berdampak pada menurunnya jumlah klien atau proyek yang masuk pada perusahaan.

Menurut Erwin et al. (2024), potensi pemasaran melalui media digital sangat besar karena memungkinkan perusahaan untuk memantau konversi, perilaku pengunjung, dan performa kampanye secara *real-time*. Informasi ini dapat digunakan untuk menyesuaikan strategi pemasaran secara lebih tepat sasaran,



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

sehingga meningkatkan efektivitas kampanye, keterlibatan konsumen, kesadaran merek, dan pada akhirnya mendorong peningkatan penjualan. Inovasi dan kreativitas dalam penerapan strategi digital juga membuka peluang kesuksesan yang berkelanjutan di era digital saat ini.

Namun demikian, selain memanfaatkan media digital secara maksimal, Viarsitek juga memerlukan media promosi tambahan berupa *company profile* dalam bentuk tercetak (*booklet*) yang fungsinya tetap belum dapat tergantikan. Media ini sangat penting terutama dalam pertemuan bisnis seperti proses *pitching* atau *tender*, di mana dokumen fisik seringkali lebih meyakinkan dan membantu memperkuat presentasi perusahaan di hadapan calon klien, khususnya antar perusahaan (B2B). Dengan tidak adanya *company profile* dalam bentuk cetak hingga saat ini, Viarsitek belum memiliki media yang representatif untuk menunjukkan identitas, layanan, dan keunggulan perusahaan secara profesional. Dengan demikian kebutuhan akan *company profile* tercetak menjadi sangat penting untuk mendukung promosi Viarsitek.

Berdasarkan tinjauan literatur yang telah dilakukan, belum ada penelitian khusus mengenai perancangan *company profile* untuk Viarsitek. Namun, studi sebelumnya mengindikasikan bahwa *company profile* dapat mendukung promosi perusahaan konstruksi. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Ningsih dan Omar (2021) dalam perancangan *company profile* perusahaan konstruksi PT Wiradecon Multi Berkah, serta penelitian oleh Akbar dan Maulana (2022) yang melakukan perancangan *company profile* untuk Arh Construction Group. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa *company profile* dapat menyajikan informasi secara jelas dan profesional dalam bentuk buku cetak, buku digital, serta diterapkan dalam media lainnya sebagai *brand identity*, seperti flayer, *desk calendar*, *x-banner*, *id card*, dan sebagainya. Berdasarkan hasil penelitian tersebut, pemilihan *company profile* dianggap sesuai untuk Viarsitek, meskipun hingga saat ini, perancangan *company profile* sebagai media promosi Viarsitek belum pernah dilakukan.

Dengan adanya *company profile*, diharapkan informasi mengenai identitas dan keunggulan perusahaan dapat tersaji secara jelas dan profesional, sehingga



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

mampu meningkatkan kepercayaan dan memperluas jaringan bisnis, sehingga sangat tepat untuk diterapkan oleh Viarsitek. Berdasarkan tantangan yang dihadapi dan berbagai kajian yang ada, maka perancangan *company profile* menjadi sangat penting bagi Viarsitek sebagai media promosi. Hal itulah yang melatarbelakangi penelitian tugas akhir dengan judul "PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* VIARSITEK SEBAGAI MEDIA PROMOSI". Dengan perancangan *company profile* ini diharapkan mampu menjawab tantangan Viarsitek dalam strategi pemasaran dan menjadi solusi untuk perusahaan agar bisa lebih dikenal, menarik lebih banyak klien, serta memperkuat posisi perusahaan agar bisnisnya dapat berkembang dan bersaing di industri konstruksi.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana proses perancangan *company profile* yang dapat mendukung promosi Viarsitek?

1.3 Ruang Lingkup Penelitian

1. Proses perancangan *company profile* dan media promosi Viarsitek, mulai dari riset awal, identifikasi kebutuhan klien, hingga pengembangan desain final.
2. Penerapan teori-teori promosi dan *company profile*, teori *layout* dan desain grafis untuk menghasilkan materi promosi yang menarik dan konsisten.
3. Pengaplikasian desain yang telah dibuat ke dalam berbagai media pendukung guna memperkuat strategi pemasaran dan meningkatkan pengenalan Viarsitek sebagai jasa konstruksi.

1.4 Tujuan Penelitian

1. Melakukan proses perancangan *company profile* dan media promosi yang mampu menginformasikan dan mendukung strategi promosi Viarsitek.



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. Menerapkan teori-teori promosi, *company profile*, *layout* dan desain grafis secara tepat untuk menghasilkan media promosi yang konsisten, profesional, dan menarik.
3. Mengaplikasikan desain yang dikembangkan ke dalam media pendukung guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kredibilitas perusahaan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Menyediakan media promosi Viarsitek yang efektif untuk menyampaikan identitas, keunggulan perusahaan, dan portofolio proyek, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan dan daya tarik calon klien.
2. Menjadi referensi dalam pengembangan konsep desain grafis dan media promosi di sektor jasa konstruksi, yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian atau pengembangan selanjutnya.
3. Memberikan panduan praktis bagi perusahaan sejenis untuk merancang dan menerapkan *company profile* sebagai media promosi yang profesional dalam rangka memperkuat citra perusahaan dan memenangkan persaingan.
4. Mengembangkan wawasan dan keterampilan penulis dalam menerapkan teori desain grafis ke dalam praktik nyata melalui proses riset, perancangan visual, dan kolaborasi dengan klien secara langsung.

1.6 Sistematika Penulisan

Bab I: Pendahuluan

Menyajikan latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan dan manfaat, serta sistematika penulisan.

Bab II: Landasan Perancangan

Menguraikan konsep dan teori dasar yang mendasari perancangan *company profile* sebagai media promosi, termasuk teori desain grafis, teori *layout* dan teori *design thinking*.



Hak Cipta :

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

Bab III: Metode Perancangan

Menjelaskan metode yang digunakan dalam proses perancangan, teknik pengumpulan data, serta pendekatan analisis untuk mengembangkan solusi desain.

Bab IV: Hasil dan Pembahasan

Menyajikan hasil perancangan *company profile* dan media promosi serta pembahasan mengenai implementasi desain yang telah dikembangkan.

Bab V: Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan hasil penelitian dan memberikan rekomendasi untuk pengembangan lebih lanjut dalam bidang desain grafis dan media promosi di sektor jasa konstruksi.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Melalui proses perancangan *company profile* Viarsitek, berikut adalah beberapa kesimpulan utama yang dapat diambil:

1. Perancangan *company profile* Viarsitek menerapkan metode *design thinking* sebagai pendekatan strategis dan sistematis dalam menyusun solusi desain yang berbasis kebutuhan riil perusahaan. Proses diawali dari tahap *empathize* yang dilakukan melalui wawancara langsung dengan direktur utama Viarsitek serta survei kepada 48 responden yang mewakili calon konsumen di wilayah Jabodetabek. Studi literatur dan observasi terhadap kompetitor juga dijalankan untuk memperkuat landasan teoretis dan praktik perancangan. Data yang terkumpul dianalisis dalam tahap *define* melalui metode SWOT dan STP. SWOT mengidentifikasi kekuatan utama Viarsitek pada jumlah portofolio yang besar dan layanan terpadu dari desain hingga instalasi, sementara kelemahan terletak pada keterbatasan dokumentasi visual. STP kemudian memperjelas target pasar Viarsitek pada segmen korporat dan residensial premium yang membutuhkan solusi arsitektur, interior, dan peredam suara.
2. Pengembangan konsep visual dan produksi desain dilakukan melalui eksplorasi mendalam hingga menghasilkan desain akhir yang merepresentasikan identitas Viarsitek secara kuat dan konsisten. Proses *ideate* melahirkan kata kunci “modern” dan “profesional” yang menjadi dasar dalam menyusun *mind map* dan *moodboard* visual. Objek utama yang dipilih sebagai *key visual* adalah hangat, *blueprint* dan kayu, yang masing-masing merepresentasikan dari jasa konstruksi yang ditawarkan Viarsitek. Lima alternatif tema dikembangkan secara manual hingga akhirnya dipilih pendekatan visual “*Architect Construction*” yang menggabungkan elemen garis konstruksi, struktur grid, dan motif kayu dalam palet warna dominan coklat-oranye. *Font* Montserrat digunakan untuk menjaga keterbacaan



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

sekaligus memperkuat karakter profesional desain. Hasil akhir dituangkan dalam bentuk booklet A4 dengan 34 halaman yang didesain menggunakan sistem *grid* empat kolom serta *margin* simetris untuk menjaga konsistensi visual antar halaman. Uji coba cetak dan pengujian kepada target audiens, teknisi, desainer, dan pihak internal Viarsitek menghasilkan sejumlah penyempurnaan, seperti penambahan *barcode* konsultasi, perbaikan kesalahan desain dan isi konten, dan evaluasi *finishing* agar *booklet* tampil lebih profesional saat dicetak. Selain itu, penggunaan *artificial intelligence* sangat membantu dalam proses kreatif dan desain perancangan *company profile*, khususnya dalam membuat visual foto sebagai pelengkap *company profile* karena keterbatasan foto dokumentasi perusahaan.

3. Dari hasil penelitian dan perancangan, *company profile* ini sudah menampilkan identitas visual yang menyatu dengan karakter perusahaan, profesional, hangat, dan modern serta mampu menjawab kebutuhan Viarsitek dalam menyampaikan profil bisnis secara meyakinkan. Desain yang dikembangkan tidak hanya berhenti pada media utama *booklet company profile*, tetapi juga diterapkan secara konsisten pada media pendukung untuk mendukung strategi promosi yang lebih luas. Adaptasi visual dilakukan pada kartu nama berukuran standar $9 \times 5,5$ cm dengan laminasi *doff*, X-banner berukuran 60×160 cm berbahan albatros, dan template *slide* presentasi berukuran *landscape*. Seluruh media tersebut menggunakan elemen visual khas seperti motif kayu, garis konstruksi, dan palet warna senada dengan *booklet company profile*. Pendekatan ini bertujuan untuk memperkuat konsistensi identitas visual Viarsitek di berbagai titik kontak dengan calon klien maupun mitra bisnis. Secara keseluruhan, hasil akhir perancangan ini bukan hanya menghasilkan media promosi visual yang menarik, namun juga menjadi representasi yang memperkuat posisi Viarsitek sebagai penyedia jasa arsitektur, desain interior, peredam suara dan *furniture* yang unggul dan terpercaya di industri konstruksi. Diharapkan *company profile* ini dapat dijadikan media promosi yang mampu menginformasikan serta mendukung strategi promosi

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

Viarsitek guna memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kredibilitas perusahaan khususnya pada segmen business to business.

5.2 Saran

Berdasarkan proses perancangan *company profile* Viarsitek yang telah dilakukan, berikut beberapa saran yang dapat dijadikan acuan:

1. Viarsitek disarankan untuk mempertahankan dan memperluas penggunaan elemen visual khas seperti *blueprint* dan pola kayu pada semua media komunikasi, termasuk proposal proyek, papan nama kantor, dan dokumen pemasaran. Konsistensi ini penting untuk membangun *brand recall* yang kuat di benak klien dan mitra. Pembaruan konten *company profile* perlu dilakukan secara berkala, terutama pada bagian portofolio dan testimoni klien.
2. Penambahan proyek terbaru serta kutipan dari klien B2B dapat meningkatkan kredibilitas dan kepercayaan calon pelanggan terhadap reputasi Viarsitek.
3. Untuk memperkuat presentasi proyek ke calon klien, disarankan menyediakan dua versi *booklet*: versi eksklusif dengan jilid sempurna untuk presentasi formal dan versi ringan dengan jilid staples untuk distribusi umum. Perbedaan ini bisa disesuaikan dengan kebutuhan dan segmen audiens.
4. Bagi desainer dan peneliti selanjutnya yang ingin mengembangkan media serupa, sangat disarankan melakukan uji coba cetak secara bertahap sebelum produksi akhir, termasuk pengecekan warna, urutan halaman, serta bleed cetak. Pendekatan ini terbukti efektif mencegah kesalahan teknis yang bisa memengaruhi hasil akhir.
5. Terakhir, untuk siapa pun yang ingin merancang *company profile* di bidang konstruksi, penting untuk memahami dengan mendalam diferensiasi



© 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

layanan perusahaan. Dalam kasus Viarsitek, spesialisasi di bidang desain interior dan peredam suara menjadi nilai jual utama yang perlu diangkat secara visual dan naratif agar tidak hanya estetis, tetapi juga strategis. Kolaborasi erat antara tim desain dan tim internal perusahaan sepanjang proses perancangan akan menjamin hasil akhir yang selaras dengan visi dan misi bisnis jangka panjang.





Hak Cipta :

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

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). Banyaknya Perusahaan Konstruksi. Tabel Statistik Badan Pusat Statistik Indonesia. Badan Pusat Statistik. https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MjE2IzI=/banyaknya_perusahaan-konstruksi.html Diakses pada tanggal 2 Maret 2025
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016). Marketing Management, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Erwin. Cindrakasih, R. Sari, Afrina. Hita. Boari, Yoseb. Judijanto, Loso. Tadampali, A.C.T. (2024). PEMASARAN DIGITAL (Teori dan Implementasi).
- Dewi, A. N. Setiawan, D. (2024). ANALISIS STRATEGI BAURAN PEMASARAN PADA BISNIS KULINER (Studi Kasus CV. Gehu Extra Pedas Chili Hot), GREAT : Jurnal Manajemen dan Bisnis Islam. 1(1), 5-23. DOI : <https://doi.org/10.62108/great.v1i1.477>
- Rahajeng, A.A.S. (2017). Perancangan Company Profile Pt Pjb Investasi (Pembangkitan Jawa Bali) Kerja Praktik Program Studi S1 Desain Komunikasi Visual. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Liem, R., Erandaru, & Sutanto, R. P. (2019). Perancangan Buku *Company Profile* Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. Jurnal DKV Adiwarna
- Nugraha, P. (2022). Peran Desain Visual dalam Penyusunan Company Profile. Jurnal Teknologi Dan Informasi Bisnis, 19(1), 89–104
- Ningsih, Y. A., & Oemar, E. A. B. (2021). Perancangan Company Profile PT Wiradecon Multi Berkah Sebagai Media Promosi. BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual, 2(3), 97–110.
- Akbar, M. R., & Maulana, A. (2022). Perancangan company profile Arh Construction Group. Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif, 4, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>



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

Albert. (2022). Analisa Strategi Promosi Paket Hemat Tengah Bulan dalam Meningkatkan Penjualan Ini Burger Cabang Sumagung.

<http://eprints.kwikkiangie.ac.id/id/eprint/4559>

Utama, Andyan Pradipta. (2023). Manajemen Pemasaran Konsep Dasar dan Ruang Lingkup. Indramayu : Penerbit Adab

Fakhrudin, Arif. (2022). BAURAN PEMASARAN. Yogyakarta. CV. Budi Utama

Panguriseng, A.A dan Nur I. 2022. “Analisis Strategi Promosi dan Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen” dalam Jurnal Ilmiah Multidisiplin Amsir Vol.1 No.1.

Fitriana Sitorus, Onny and Utami, Novelia. (2017). Strategi Promosi Penjualan. FKIP UHAMKA

Ardhi, Yudha. (2013). Merancang Media Promosi Unik dan Menarik. Yogyakarta. TAKA Publisher

LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss. (2018). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Humanika.

Siswanto, et al. (2017). Pengantar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.

Musi, Suryani, dkk. (2022). Penulisan Kreatif Public Relations. Makassar: Nas Media Pustaka

Prasetio, M. D. (2022). Perancangan Visual Company Profile sebagai Media Promosi PT Global Lans Akasa. Jurnal Desain-Kajian Penelitian Bidang Desain, 2(2), 215- 233.

Pribadi, J. D. & Novitasari, D.A (2017). Pembuatan Booklet Company profile Dengan Menggunakan Aplikasi Coreldraw Sebagai Media Promosi Pada De Lala Guest House Malang. Jurnal Aplikasi Bisnis, 3(2), 397-402

Anggarini, Anggi. (2021). Desain Layout. Jakarta: PNJ Press.
<https://press.pnj.ac.id/book/Anggi-Anggarini-Desain-Layout/102/>



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

Darmawan, Andreas James. Adi Dharma, Leonardo. 2021. Pengantar Desain Publikasi, Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset dan Teknologi.

Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. Jurnal Desain Komunikasi Visual Nirmana, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>

Ratnawati, M. (2020). Analisis layout desain poster solo international performing arts (SIPA) tahun 2009-2018. Institut Seni Indonesia Surakarta.

Triadi, Dendi dan Addy Sukma Bharata. 2010. Ayo Bikin Iklan!: Memahami Teori dan Praktek Iklan Media Lini Bawah. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Sunarto, Wagiono. (2012). RUPA KATA : Buku Kumpulan Tulisan Seni Rupa. Fakultas Seni Rupa Institut Kesenian Jakarta. Jakarta.

Ambarwati, Maylinda & Kuswahyuni, Dwi Kurnia., 2022. Dasar – Dasar Desain Komunikasi Visual untuk SMK/MAK Kelas X Semester 2. Jakarta Selatan: Kementrian Pendidikan, Kebudayaan, Riset & Teknologi.

Wahyuningsih, Sri, 2015, Desain Komunikasi Visual, UTM Press, Madura

Listya, Ariefika. (2018). Konsep dan Penggunaan Warna dalam Infografis. Jurnal Desain. 6. 10. 10.30998/jurnal desain.v6i01.2837.

Fadiah, S. N., & Satriadi. (2024). PERAN WARNA DALAM MENINGKATKAN DAYA TARIK VISUAL LOGO Syafiqah Nur Fadiah dan Satriadi. PARATIWI: Jurnal Seni Rupa Dan Desain, 3(2), 126–134.

Kahfi, A. Y. (2021). Teori Warna; Pengenalan Warna dan Penerapan Warna dalam Dunia fashion. Jakarta: Universitas Negeri Jakarta.

Djamaris, A. R. (2023). Design Thinking: Menyelesaikan Masalah dengan Kreativita

Tamu'u, Gacia Grace, Syallom, Jennifer. Nugraha, Ahmad Ade. Yuwono, Andra Rizky. (2023).PENERAPAN MOTIF GEOMETRIS PADA DESAIN SCARF SEBAGAI UPAYA PEMBELAJARAN KOMPOSISI DESAIN STUDI KASUS MAHASISWA PSDKU DKV UC SURABAYA DI MAKASSAR. Folio, 4(2), 1-7.



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

Fauzi, Muhammad. (2019). PENGGUNAAN TEKNIK BLUEPRINT PADA PEMODELAN OBJEK 3D. Jurnal Teknik Informatika Kaputama (JTIK), 3(1), 35-41.

Ferdiansyah, M. Rafli. Marin, Dina. Natalia Bangun, Dwi Agnes. (2023). Jurnal Katamata, 01(02), 17-26.

Setyohadi, RM Bambang. (2010). Pengaruh Warna Terhadap Kamar Tidur Anak. Jurnal Teknik Sipil & Perencanaan, 1(12), 79-90.

Muhaemin, M. (2023). Analisis Pemanfaatan Artificial Intelligence (AI) sebagai Referensi dalam Desain Komunikasi Visual (Vol. 5, Issue 1). <https://doi.org/10.30812/sasak.v5i1.2966>

Al Mujahid, M. Hamzah. (2023). PROSES PERANCANGAN KONTEN INSTAGRAM BERTEMA ARSITEKTUR DAN KONSTRUKSI DI PT. SWEVEL UNIVERSAL MEDIA YOGYAKARTA.

**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:
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta
4. 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

1. Lembar Bimbingan Materi (Pembimbing 1)

NAMA MAHASISWA		Dheanouva Aldian Revianza	
NAMA PEMBIMBING		Anggi Anggraini, M.Ds.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi dan Branding	
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	Permasalahan perusahaan harus diperjelas dan mendalam. kenapa mereka butuh desain untuk company profile dan dengan adanya company profile apa dampaknya untuk mereka	Permasalahan perusahaan akan diperjelas dengan menguraikan kendala utama Viasitek yang belum memiliki media promosi visual yang
2	6 Maret 2025	Penjelasan mengenai fenomena perusahaan yang tidak memiliki tim untuk mempromosikan perusahaan dan jasa tidak perlu dimasukkan, lalu untuk susunan nya itu menjelaskan dari fenomena umum dahulu terkait industri konstruksi lalu urgensi nya. promosi dan branding untuk mengenalkan perusahaan dan jasa, kemudian penjelasan company profile dan hubungannya dengan desain dan ketentuan company	Struktur pembahasan pada bab pendahuluan akan dirombak agar mengikuti alur yang lebih sistematis, dimulai dari fenomena umum dalam industri konstruksi dan desain interior, lalu mengarah pada pentingnya
3	13 Maret 2025	Sudah baik penjelasannya sudah lengkap namun untuk penjelasan mengenai branding seharusnya diletakkan di awal sebelum pemasaran dan promosi	Urutan teori dalam landasan teori akan disusun ulang. teori branding akan ditempatkan sebagai subbab pertama
4	10 April 2025	Dalam sebuah company profile sebagai media promosi itu juga bisa digunakan sebagai branding sehingga pada judul tidak perlu ada kata branding. lalu untuk teori booklet itu seharusnya posisinya sebelum	Judul tugas akhir akan disederhanakan menjadi "Perancangan Company Profile Viasitek sebagai Media
5	11 April 2025	Buat tabel bab 3 metode perancangan, tambahkan penjelasan poin kuisioner pada metode define, teori metode riset desain ditambahkan lagi penjelasannya. buat kesimpulan dari analisis swot	Bab III akan dilengkapi dengan tabel metode perancangan yang menjelaskan setiap tahap desain
6	16 Juni 2025	Pemilihan desain terpilih dari sketsa yang telah dibuat, untuk desain yang dipilih adalah yang unik dan bisa mewakili dari jasa perusahaan, jadi yang dipilih itu bisa sketsa yang terakhir, kemudian untuk	Membuat desain final company profile terpilih, kemudian membuat desain poster sampul
7	27 Juni 2025	Desain company profile sudah bisa dilanjutkan untuk ke tahap testing, kemudian testing bisa dilakukan untuk menguji hasil desain kepada target audiens dan pihak terkait. bisa secara offline dan online	Melakukan test cetak hasil desain company profile dan melakukan testing dengan metode offline kepada
8	30 Juni 2025	Perlu diperhatikan lagi untuk desain company profile nya diperbaiki lagi dari ketentuan-ketentuan penggunaan ukuran huruf nya seperti nomor halaman itu jangan terlalu besar, kemudian untuk penulisan laporan	Perbaiki desain company profile final, perbaiki penulisan laporan mengenai testing media pendukung dan
*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

2. Lembar Bimbingan Teknis (Pembimbing 2)

NAMA MAHASISWA		Dheanouva Aldian Revianza	
NAMA PEMBIMBING		Ibu Deli Silvia, M.Sc.	
JUDUL TUGAS AKHIR		Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi dan Branding Viasitek	
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	latar belakang sebaiknya lebih runtut alurnya. Artinya, penulisan harus dimulai dari gambaran umum industri	permasalahan utama Viasitek akan diperjelas dengan menunjukkan dampak nyata seperti sulitnya
2	11 April 2025	agar seluruh penjelasan ditata kembali supaya lebih rapi dan mudah dibaca. Beberapa istilah perlu disesuaikan.	Untuk perbaikannya, bagian teori dan landasan pustaka akan dirapikan, mulai dari pemilihan istilah, alur
3	30 Juni 2025	Perlu diperhatikan lagi semua istilah-istilah asing dimiringkan hurufnya, kemudian jangan lupa	Memperbaiki kesalahan penulisan, penggunaan kata-kata yang perlu diganti, menambahkan keterangan
4			
5			
6			
7			
8			

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

Lampiran 2 Transkrip Wawancara

Transkrip Wawancara Kepada Direktur Viarsitek

Narasumber : Juwari, S.M.

Jabatan : Direktur

Waktu : 12 Februari 2025

Metode : Online

a. Selamat pagi Pak, perkenalkan saya Dheanouva Aldian, mahasiswa dari Politeknik Negeri Jakarta. Sebelumnya, boleh saya tahu nama lengkap dan jabatan Bapak di Viarsitek?

Selamat malam juga. Saya Juwari, S.M., menjabat sebagai Direktur di Viarsitek.

b. Sejak kapan Viarsitek didirikan, Pak?

Viarsitek berdiri sejak tahun 2011, dan merupakan salah satu brand dari PT Persada Sapta Gemilang. Kami bergerak di bidang jasa konstruksi, dengan fokus pada desain interior dan sistem peredam suara.

c. Apa visi dan misi dari Viarsitek sendiri?

Visi kami adalah menjadi kontraktor terkemuka di Indonesia yang unggul dalam kualitas dan keberlanjutan.

Sedangkan misinya antara lain:

1. Memberikan layanan jasa arsitek dan desain interior yang nyaman, fungsional, dan sesuai kebutuhan klien.
2. Menyediakan solusi peredam suara untuk ruang privat maupun fasilitas publik.
3. Mengembangkan layanan berbasis inovasi yang mengikuti standar industri.
4. Berkomitmen terhadap pembangunan yang ramah lingkungan.
5. Menjamin hasil kerja yang berkualitas dan tepat waktu.
6. Membangun lingkungan kerja yang mendukung tim kami berkembang.
7. Menjalinkan kemitraan yang berkelanjutan dengan para pelanggan dan mitra.

d. Selama ini Viarsitek sudah pernah bekerja sama dengan siapa saja, Pak?

Alhamdulillah sudah cukup banyak, beberapa di antaranya adalah Bank Mandiri, PT PLN Engineering, Ruangguru, Gojek, Pertamina, South Pole Indonesia, dan PT



© 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

Tetra Konstruksindo. Selain itu, kami juga melayani banyak proyek dari klien individu dan perusahaan lainnya dari berbagai sektor.

e. Kalau boleh tahu, siapa saja kompetitor Viarsitek di bidang ini? Kalau kita bicara kompetitor, cukup banyak, ya. Tapi yang membedakan Viarsitek adalah spesialisasi kami pada peredam suara dan interior. Tidak semua kontraktor atau arsitek bisa meng-handle proyek-proyek seperti studio musik, ruang podcast, home theater, dan sebagainya. Jadi, itu yang jadi keunggulan kami.

f. Apakah Viarsitek sudah memiliki media promosi seperti website atau media sosial, Pak?

Saat ini kami baru punya media promosi melalui website hanya saja belum terlalu optimal, dan kami belum memiliki company profile dalam bentuk tercetak. Promosi selama ini masih dari mulut ke mulut, atau klien lama yang merekomendasikan ke calon klien lain. Kami juga sering dapat proyek dari orang yang menemukan kami lewat website. Tapi belum ada media yang benar-benar profesional untuk mengenalkan Viarsitek secara menyeluruh seperti media buku company profile.

g. Bagaimana Viarsitek biasanya mempromosikan jasanya, Pak? Seperti yang tadi saya sampaikan, lebih banyak lewat rekomendasi klien lama. Ada juga yang mencari lewat internet, kemudian menghubungi kami. Tapi kami menyadari, metode ini belum cukup untuk menjangkau pasar yang lebih luas, apalagi kalau ingin masuk ke ranah perusahaan atau instansi besar. Jadi, company profile ini akan sangat membantu sekali.

h. Untuk desain company profile yang akan dibuat, Bapak mengharapkan tampilannya seperti apa?

Saya berharap desainnya bisa menggambarkan karakter Viarsitek, sebagai perusahaan yang profesional dan spesialis. Desainnya harus profesional, elegan, dan tetap modern. Juga harus menonjolkan sisi teknis dan hasil kerja kami, supaya calon klien langsung percaya dengan kualitas kami. Selain itu, company profile ini juga perlu menunjukkan bahwa Viarsitek berbeda dari perusahaan induknya. Jadi, perlu ada identitas visual yang kuat.

i. Citra seperti apa yang ingin Bapak tampilkan kepada calon klien melalui company profile ini?

Kami ingin dikenal sebagai perusahaan yang bisa dipercaya, profesional, dan punya spesialisasi yang tidak dimiliki banyak pesaing. Kami juga ingin menampilkan keunggulan teknis kami, seperti kualitas peredam suara yang sesuai standar internasional dan produksi furnitur custom. Pokoknya, company profile ini harus bisa meyakinkan bahwa kami bisa menyelesaikan proyek tepat waktu, dengan kualitas terbaik, dan harga yang kompetitif.



© 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

j. Target pasar Viarsitek sendiri, lebih ke arah siapa saja, Pak?

Kami menargetkan dua segmen utama. Pertama, perusahaan dan instansi yang butuh jasa arsitektur, interior, dan peredam suara, baik untuk ruang kerja, studio, ataupun fasilitas publik. Kedua, klien individu seperti pemilik rumah yang ingin membangun atau merenovasi ruangan privat, misalnya home theater atau kamar tidur. Jadi, kombinasi B2B dan B2C.

k. Untuk format dan ukuran company profile, ada permintaan khusus, Pak? Ukuran cukup standar saja, A4. Dicitak dalam bentuk hardcover supaya lebih eksklusif dan profesional. Tapi sebaiknya juga disiapkan versi digitalnya, agar mudah dikirim via email atau ditampilkan saat presentasi.

l. Untuk warna utama dan nuansa desain, Bapak ingin seperti apa? Kami fleksibel, tapi yang pasti harus sesuai dengan karakter Viarsitek bisa juga dikombinasikan dengan warna yang menunjukkan profesionalisme dan elegansi. Silakan nanti ditentukan desainer sesuai kebutuhan, asalkan tetap menggambarkan kualitas dan identitas kami.





Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 3 Survei Kuisioner Consumer Insight

docs.google.com/forms/d/1eUEaWd5Ab3WWL8MPH42slw5Z8xbY8T_9hOB0KmtaA4/edit

Kuisiener Perancangan Company Profile Varsitek Sebagai Media Promosi dan Branding

Perkenalkan, saya Dheenuva Aidan, mahasiswa Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta. Saat ini saya sedang menyusun Tugas Akhir sebagai bagian dari syarat kelulusan, dengan judul penelitian :
"Perancangan Company Profile Varsitek Sebagai Media Promosi dan Branding".

Melalui penelitian ini, saya ingin menggali pendapat dan tanggapan dari masyarakat tentang media promosi perusahaan, khususnya dalam bentuk buku company profile. Saya sangat mengharapkan partisipasi teman-teman untuk mengisi kuisiener ini. Cara Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuisiener ini, yang terpenting adalah kejujuran dan kesediaan teman-teman untuk membantu proses penelitian ini.

Silapa saja yang bisa mengisi kuisiener ini?

1. Bagi yang pernah melihat atau mengetahui perusahaan di bidang jasa konstruksi seperti arsitektur, interior, atau peredam suara (soundproofing).
2. Bagi yang pernah membaca atau melihat company profile sebuah perusahaan terutama media buku.

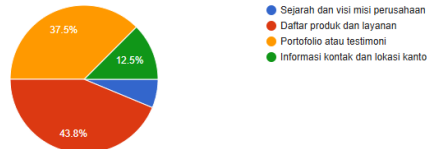
Sebagai bentuk apresiasi, akan di pilih 5 orang responden beruntung yang akan mendapatkan saldo E-Money (Gopay/Dana/Shopeepay) dengan total hadiah Rp100.000.

Jika ada pertanyaan mengenai kuisiener ini, silakan hubungi saya melalui:
☎ 089810077125 / Instagram @dheenuva29

Teman-teman bisa melihat media publikasi Varsitek di website atau media sosialnya :
Website : www.varsitek.com / LinkedIn : Tikiok / YouTube : Varsitek

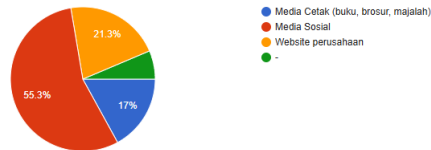
Bagian mana yang menurut Anda harus mendapatkan penonjolan khusus dalam company profile Varsitek? [Copy chart](#)

48 responses



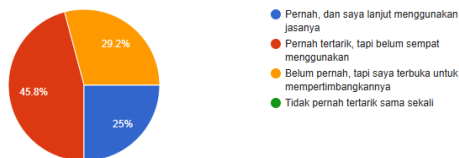
Jika pernah melihat company profile Varsitek, melalui media apa Anda biasanya mengakses nya? [Copy chart](#)

47 responses



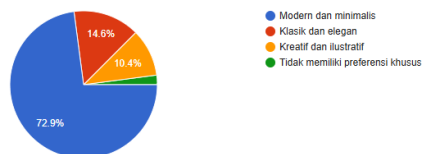
Apakah Anda pernah tertarik menggunakan jasa arsitektur, interior, atau peredam suara setelah melihat materi promosi atau company profile mereka? [Copy chart](#)

48 responses



Gaya desain apa yang Anda anggap paling tepat untuk company profile sebuah perusahaan konstruksi? [Copy chart](#)

48 responses



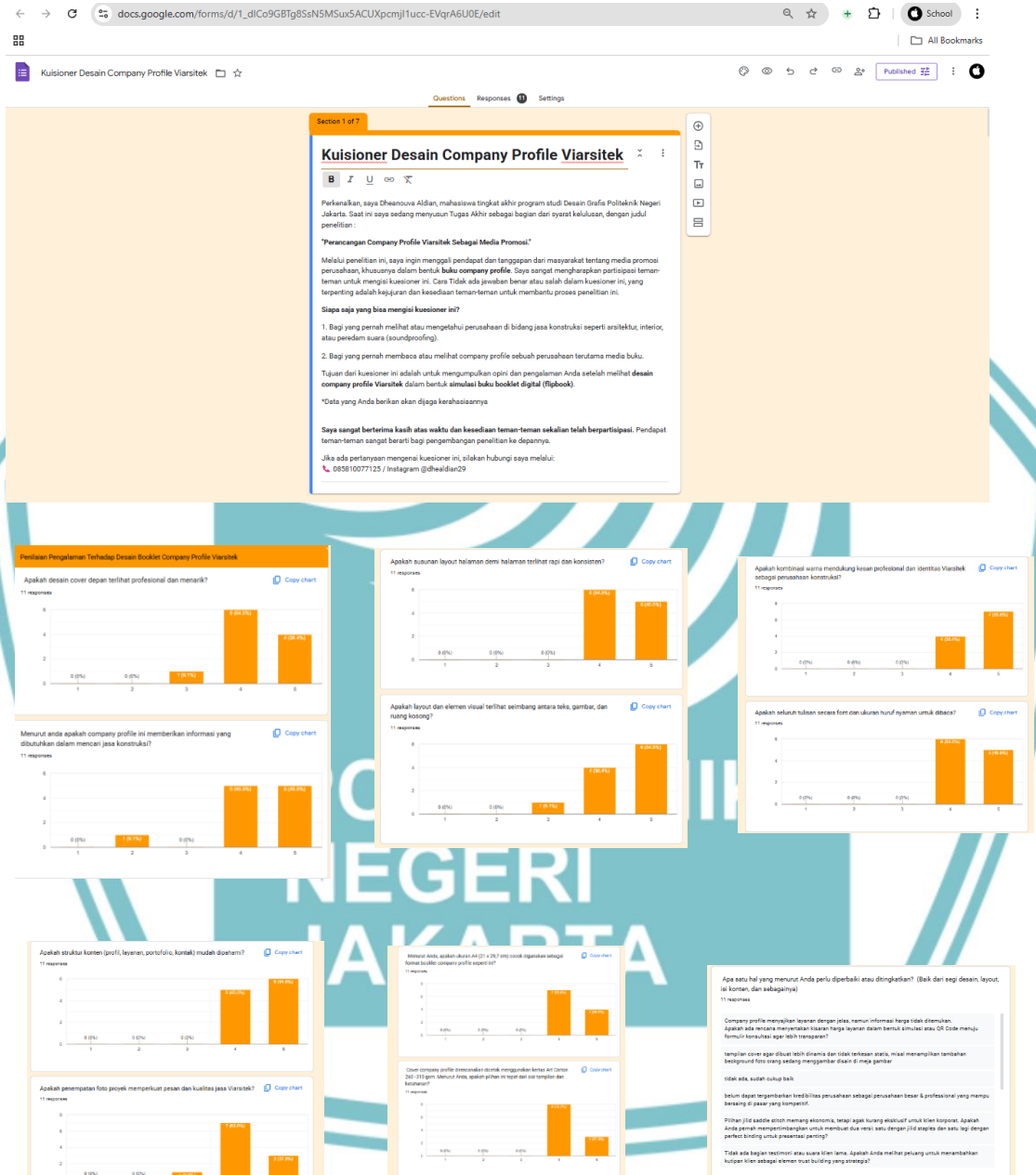


Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

Lampiran 4 Survei Kuisioner Testing Visual





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Lampiran 5 Hasil Tes Plagiarisme

 **iThenticate®**

Similarity Report ID: oid:3618:103088882

PAPER NAME	AUTHOR
DG8B_Dheanouva Aldian Revianza_Perngangan Company Profile Vlersitek Sebagai Media Promosi.pdf	Dheanouva Aldian Revianza
WORD COUNT	CHARACTER COUNT
20301 Words	131800 Characters
PAGE COUNT	FILE SIZE
104 Pages	1.7MB
SUBMISSION DATE	REPORT DATE
Jul 1, 2025 9:36 AM GMT+7	Jul 1, 2025 9:39 AM GMT+7

● **6% Overall Similarity**

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

- 6% Internet database
- 1% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 0% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material

JAKARTA



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 5 Daftar Riwayat Hidup

DHEANOUVA ALDIAN REVIANZA

Depok, ID | Lk : +62 85810077125 | dhealdian29@gmail.com | linkedin.com/in/dheanouva-aldian-6689b52a3

Mahasiswa Semester 7 Jurusan Desain Grafis Politeknik Negeri Jakarta. Memiliki ketertarikan pada bidang kreatif dan keinginan yang kuat untuk belajar dan menerapkan pengetahuan yang sudah didapat di dalam lingkungan kerja nyata. Memahami teori dan konsep desain dan estetika, dan menguasai beberapa perangkat lunak untuk desain seperti Adobe Illustrator, Photoshop, dan Premiere Pro, Canva, Capcut.

PENDIDIKAN

SMA NEGERI 5 DEPOK MIPA	2018 - 2021
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA D4 Desain Grafis	2021 — sekarang

PENGALAMAN

PROYEK - PROJECT BASED LEARNING

Designer Grafis

2021 - 2023

- Membuat konsep, desain, dan rebranding logo, kemasan label, poster dari produk Gajeng
- Melakukan riset, membuat konsep hingga membuat desain kalender Politeknik Negeri Jakarta
- Membuat desain branding kemasan box makanan kantin Politeknik Negeri Jakarta
- Melakukan riset client - marketing STP, merancang konsep dan desain Company Profile Unit Bisnis PNU
- Merancang desain branding produk Se.jus berupa identitas brand logo, warna, elemen visual, kemasan label, brosur, poster hingga media promosi sosial media

VOLUNTEER - BIG BAKTI SOSIAL 2022 (BIGBOSS)

Staff Desain & Dokumentasi

Junji 2022

- Merancang konsep visual dan desain untuk semua kegiatan dan promosi terkait acara BIGBOSS
- Membuat desain kreatif berupa poster, pamflet, spanduk, merchandise, dan konten media sosial
- Berkolaborasi dengan divisi-divisi lain yang andil dalam kegiatan ini untuk memahami kebutuhan desain

VOLUNTEER - VIARSITEK

Desain & Content Creator

October 2023

- Membuat desain, konten dan tulisan untuk media sosial, website, dan media lainnya untuk memperkuat brand dan menarik minat klien
- Membuat dan mengedit video proyek untuk memperlihatkan portofolio perusahaan

PART TIME - CAHAYA INDONESIA FOUNDATION

Staff Desain, Content Creator, Editor

Februari 2023 — Maret 2024

- Membuat desain untuk konten media sosial termasuk Instagram, Youtube dan Tiktok
- Menghasilkan dokumentasi foto dan video program kegiatan lembaga untuk dibuat konten
- Mengolah atau mengedit foto dan video untuk kebutuhan konten sosial media
- Berkolaborasi dengan divisi lain utamanya marketing dalam merancang konten sesuai target

Internship - PT Sinar Mas Multifinance

Social Media Specialist

Maret 2024 — September 2024

- Mengelola akun media sosial, mulai dari perencanaan konten, pembuatan materi konten, copywriting, pembuatan desain grafis, editing video, pembuatan caption, hingga publikasi dan evaluasi konten
- Mencari trend dan konten terbaru yang relevan dengan memastikan metrik sosial media termasuk reach, engagement, followers dapat terpenuhi sesuai target perusahaan
- Melakukan dokumentasi fotografi dan videografi program kegiatan perusahaan
- Berkolaborasi dengan divisi lain utamanya marketing dalam merancang konten sesuai brand guidelines perusahaan

KEMAMPUAN & KETERAMPILAN

Hard Skill :

- Desain Grafis
- Fotografi
- Video Editing

Software Skill :

- Adobe Photoshop
- Adobe Illustrator
- Adobe Premiere
- Canva & Capcut

Soft Skill :

- Team work
- Problem Solving
- Memahami teknologi & estetika

Bahasa :

- Indonesia
- Inggris (basic)
- Arab (basic)