



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI DESAIN**

**PERANCANGAN *BRAND PROFILE*
UNTUK *BRAND HOMLIV* SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



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

**NEGERI
JAKARTA**
Oleh:

**WAHYU ARDIANSYAH
2106422005**

**PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA
DEPOK
2025**



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

LEMBAR PERSETUJUAN LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir: PERANCANGAN BRAND PROFILE UNTUK BRAND
HOMLIV SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Penulis : Wahyu Ardiansyah
Jurusan : Teknik Grafika Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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

Depok, 30 Juni 2025

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Drs. Ade Noor Riyadhi

NIP. 520000000000000323

Menyetujui,
Dosen Pembimbing II

Saeful Imam, MT.

NIP. 198607202010121004



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 *BRAND PROFILE*
UNTUK *BRAND HOMLIV* SEBAGAI MEDIA PROMOSI**

Oleh:

WAHYU ARDIANSYAH
2106422005

Disahkan:
Depok, 11, Juli, 2025

Penguji I

Andriyanto, S.E., M.Kom.
NIP. 23272015100119730629

Penguji II

Iqbal Yamin, M.T.
NIP. 198909292022031005

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 *BRAND PROFILE*
UNTUK BRAND HOMLIV 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, 30 Juni, 2025
Yang menyatakan,



Wahyu Ardiansyah
2106422005



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

Melihat perkembangan peminat dan pangsa pasar alat masak berbahan dasar kayu di Indonesia dan luar negeri yang semakin meningkat, serta banyaknya permintaan produk *eco friendly* dan berkelanjutan, mulai banyak industri peralatan masak berbahan dasar kayu yang mengedepankan inovasi serta kualitas produk yang mengikuti selera pasar. *Homliv* sebagai salah satu *brand* yang berfokus pada industri pengembangan alat masak kayu yang berkelanjutan dan sangat memperhatikan kondisi lingkungan, membutuhkan *brand profile book* sebagai salah satu strategi promosi visual cetak. Dengan pengembangan alat masak kayu yang mengedepankan inovasi serta kualitas produknya, *Homliv* memiliki keterbatasan media promosi berupa *brand profile* yang dapat mempengaruhi ekspansi pasarnya dan hubungan kerja sama antara investor dan mitra bisnis. Hal ini tentunya sangat berdampak pada *brand Homliv* terhadap perkembangan bisnisnya yang menjangkau pasar domestik maupun internasional. Penelitian ini menggunakan pendekatan dengan metode kualitatif, yang digunakan untuk menghimpun data dan juga memahami lebih dalam mengenai proses perancangan desain melalui beberapa tahap rangkaian seperti studi literatur, wawancara, dan juga observasi. Hasil dari proses perancangan desain *Brand Profile Book* ini akan berupa media cetak yang akan digunakan sebagai alat pemasaran dan komunikasi yang dapat menunjang kebutuhan bisnis dan berbagai kegiatan promosi *brand Homliv* lainnya yang lebih luas. Terdapat beberapa desain lainnya berupa *bussines card*, *ID card*, dan *thankyou card*. Proyek penelitian ini memiliki keunikan yang dikemas secara naratif dan kontekstual dengan menyelaraskan strategi bisnis, karakter, dan juga produk dari bisnis alat masak kayu yang memiliki keterbatasan dalam hal media promosi. Hasil perancangan ini diharapkan mampu memperkuat merek dan juga meningkatkan hubungan kerja sama bisnis pada investor, mitra bisnis, serta menunjang media promosi yang lebih profesional.

Kata kunci: Alat Masak Kayu, Homliv, Media Promosi, Profil merek.



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

Seeing the development of enthusiasts and the increasing market share of wood-based cookware in Indonesia and abroad, as well as the many demands for eco-friendly and sustainable products, many wood-based cookware industries have begun to prioritize innovation and product quality that follows market tastes. Homliv as one of the brands that focuses on the sustainable wood cookware development industry and is very concerned about environmental conditions, needs a Brand Profile Book as one of the visual print promotion strategies. With the development of wooden cookware that prioritizes innovation and product quality, Homliv has limited promotional media in the form of Brand Profile which can affect its market expansion and cooperation between investors and business partners. This is certainly very impactful on the Homliv brand towards the development of its business which reaches both domestic and international markets. This research uses a qualitative method approach, which is used to collect data and also understand more deeply about the design process through several stages of a series such as literature studies, interviews, and observations. The result of the Brand Profile Book design process will be in the form of printed media that will be used as a marketing and communication tool that can support business needs and various other wider Homliv brand promotion activities. There are several other designs such as business card, ID card, and thankyou card. This research project has a uniqueness that is packaged narratively and contextually by harmonizing business strategies, characters, and also products from a wood cookware business that has limitations in terms of promotional media. The results of this design are expected to strengthen the brand and also improve business cooperation relationships with investors, business partners, and support more professional promotional media.

Keywords: Brand Profile, Homliv, Promotion Media, Wood Cookware



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 kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik selama 4 bulan. Penelitian ini merupakan salah satu bentuk kontribusi saya dalam dunia akademik, dan diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan penerapannya di masyarakat.

Dalam proses penyusunan penelitian ini, saya menyadari bahwa keberhasilan ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Syamsurizal, S.E., M.M., selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dr. Zulkarnain, S.T., M.Eng selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika Penerbitan.
3. Dwi Agnes Natalia Bangun, S.Ds., M.Ds selaku Kepala Program Studi Desain Grafis.
4. Drs. Ade Noor Riyadhi selaku dosen pembimbing materi yang telah memberikan bimbingan, pengarahan, saran dan dorongan kepada penulis dalam penyusunan laporan.
5. Saeful Imam, MT. selaku dosen pembimbing teknis yang telah memberikan bimbingan dan pengarahan penyusunan penulisan laporan.
6. Orangtua dan teman-teman yang senantiasa selalu memberikan dorongan semangat dan doa, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan penelitian ilmiah tepat waktu.

Saya menyadari bahwa penelitian ini masih memiliki kekurangan yang memerlukan penyempurnaan lebih lanjut. Oleh karena itu, saya terbuka terhadap kritik dan saran yang konstruktif demi peningkatan kualitas karya ini di masa depan.



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

Akhir kata, saya berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat, baik secara teoretis maupun praktis, serta menjadi referensi yang berguna bagi penelitian-penelitian berikutnya.

Jakarta, 11 April 2025

Penulis
Wahyu Ardiansyah





Hak Cipta :

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

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan	4
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II LANDASAN PERANCANGAN	7
2.1 Teori <i>Branding</i>	7
2.2 Identitas Visual	7
2.3 Media Promosi Cetak	9
2.4 <i>Brand Profile</i>	10
2.5 Teori Desain Grafis	15
2.6 Metode Penelitian	34
2.7 Metode Perancangan Desain	35
BAB III METODE PENELITIAN	37
3.1 Metode Penelitian	37
3.2 Data dan Analisis	39
3.3 Arahkan Kreatif	48
BAB IV HASIL DA PEMBAHASAN DESAIN	51
4.1 Konsep Visual	51
4.2 Proses Desain	54
4.3 Media Pendukung	66
4.4 Pertimbangan Produksi	68
BAB V PENUTUP	69
5.1 Kesimpulan	69
5.2 Saran	71
DAFTAR PUSTAKA	72
LAMPIRAN	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 GAMBAR

Gambar 2.1 <i>Margin</i>	15
Gambar 2.2 <i>Manuscript Grid</i>	15
Gambar 2.3 <i>Column Grid</i>	16
Gambar 2.4 <i>Modular Grid</i>	17
Gambar 2.5 <i>Hierarchical Grid</i>	17
Gambar 2.6 <i>Compound Grid</i>	18
Gambar 2.7 <i>Anatomy Grid</i>	19
Gambar 2.8 <i>Sequence</i>	20
Gambar 2.9 <i>Emphasize</i>	21
Gambar 2.10 <i>Balance</i>	21
Gambar 2.11 <i>Unity</i>	22
Gambar 2.12 <i>Legibility</i>	23
Gambar 2.13 <i>Readability</i>	23
Gambar 2.14 <i>Visibility</i>	24
Gambar 2.15 <i>Clarity</i>	24
Gambar 2.16 <i>Tracking</i>	25
Gambar 2.17 <i>Kerning</i>	25
Gambar 2.18 Efek Pada Huruf	28
Gambar 2.19 Efek Pada Huruf	28
Gambar 2.20 Lingkaran Warna	29
Gambar 2.21 Metode Perancangan desain	35
Gambar 3.1 Logo Homliv	39
Gambar 3.2 Logo DADALALA	41
Gambar 3.3 Akun Instagram DADALALA	41
Gambar 3.4 Logo DEKAYU	42
Gambar 3.5 Akun Instagram DEKAYU	42
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	52
Gambar 4.2 <i>Moodboard</i>	53
Gambar 4.3 Alternatif Sketsa Manual 1	54
Gambar 4.4 Alternatif Sketsa Manual 2	55
Gambar 4.5 Alternatif Sketsa Manual 3	55
Gambar 4.5 Sketsa Komperhensi 1	56
Gambar 4.6 Sketsa Komperhensif 2	57
Gambar 4.7 Sketsa Komperhensif 3	58
Gambar 4.8 Desain Terpilih	59
Gambar 4.9 Ornamen	60
Gambar 4.10 Palet warna	60
Gambar 4.11 Fotografi	61
Gambar 4.12 <i>Testing Cetak</i>	62
Gambar 4.13 <i>Final Artwork</i>	65
Gambar 4.14 <i>Business Card</i>	66
Gambar 4.15 <i>Id Card</i>	67
Gambar 4.16 <i>Thankyou Card</i>	67



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

Table 3.1 <i>Matrix SWOT</i>	44
Table 3.2 <i>Creative Brief</i>	48





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 Dosen Pembimbing 1	74
Lampiran 2 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing 2	75
Lampiran 3 Transkrip Wawancara	76
Lampiran 4 Dokumentasi Toko Alat Masak dan Pencarian Narasumber	84
Lampiran 5 Dokumentasi Testing	85
Lampiran 6. Hasil Toeic	85
Lampiran 7. Hasil Turnitin	86
Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup	87
Lampiran 9 <i>Mindmap</i>	88





Hak Cipta :

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

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Industri alat masak kayu di Indonesia semakin kompetitif seiring meningkatnya permintaan produk *eco friendly* dan berkelanjutan. Untuk bersaing, pelaku usaha harus mengutamakan inovasi, kualitas, dan strategi pemasaran yang efektif. Selain bahan baku unggul, desain fungsional serta produksi berkelanjutan menjadi kunci keberhasilan. Melihat pasar dan peminat alat masak berbahan dasar kayu semakin berkembang di Indonesia, banyak masyarakat yang mulai sadar dalam menjaga lingkungan dan kesehatannya. Dengan pendekatan yang tepat, industri ini tidak hanya berkembang di dalam negeri, tetapi juga berpeluang menembus pasar global. Melansir data laporan Kementerian Perdagangan Republik Indonesia (KEMENDAGRI), pada tahun 2023 Indonesia masuk ke dalam peringkat ke-19 sebagai pemasok furnitur dan kerajinan kayu pada pasar dunia dengan nilai mencapai USD2,46 miliar. Sejak tahun 2019-2023, tren pertumbuhan tahunan dalam sektor ini telah mencatatkan angka sebesar 2,62 persen. Periode tahun selanjutnya yaitu Januari-November 2024, angka nilai ekspor yang diraih oleh Indonesia dalam produk furnitur maupun kerajinan kayu mencapai USD2,22 miliar. Terdapat 5 negara yang menjadi tujuan utama ekspor furnitur dan kerajinan kayu Indonesia, yaitu Amerika Serikat dengan persentase pangsa pasar sebesar 53,20 persen, Jepang 6,04 persen, Belanda 4,48 persen, Jerman 3,73 persen, dan Belgia 2,87 persen (Dian, 2025).

Melihat dari data tersebut, kebutuhan akan sumber daya kayu yang berasal dari Indonesia mulai semakin diminati dalam skala global, dan hal ini menjadi dorongan pada industri alat masak kayu untuk memiliki metode *branding* yang sesuai. Serta melakukan promosi dengan konsisten dan tepat, merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi luasnya jangkauan pasar yang dapat dijangkau oleh merek suatu usaha tersebut. Melalui promosi yang efektif, bisnis dapat meningkatkan kesadaran merek, menarik minat pelanggan, serta membangun kepercayaan



© 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

terhadap produk atau layanan yang ditawarkan. Pada akhirnya, promosi berperan besar dalam mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian, meningkatkan penjualan, dan memperluas jangkauan pasar, sehingga mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis (Azahra & Hadita, 2023). Selain daripada teknik promosi, teknik *branding* juga sangat diperlukan guna meningkatkan kesadaran merek pada ingatan masyarakat dalam beberapa kurun waktu tertentu (Rifianita et al., 2022).

Secara garis besar, *brand profile* pada umumnya memiliki isi yang mencakup mengenai informasi tentang sebuah usaha maupun perusahaan secara mendasar, seperti latar belakang, visi – misi dan struktur organisasi. *Brand Profile* juga merupakan sebuah aset yang dikelola dan dimiliki bagi sebuah perusahaan yang berfungsi serta berperan penting sebagai metode promosi yang dapat menjalin kerjasama suatu perusahaan yang menciptakan citra positif (Oscar Ade Gunawan & Masnuna, 2023). *Brand profile* selalu memiliki peranan penting selain sebagai penunjang citra perusahaan, tetapi juga memiliki fungsi sebagai alat *branding* dan juga media promosi yang memberikan gambaran setiap perusahaan kepada mitra (Adieb, 2022).

Brand profile yang interaktif merupakan salah satu media untuk mempromosikan perusahaan maupun *brand* dengan cara yang praktis, karena memuat informasi seperti citra dan identitas perusahaan maupun *brand* serta dapat berinteraksi dengan pengguna sesuai yang dikehendaki (Nugroho & Wijayanto, 2021). Homliv adalah *brand* ataupun usaha industri alat masak yang berbahan dasar kayu yang telah berdiri sejak tahun 2020, berfokus pada produk berkualitas tinggi dengan desain fungsional dan estetis. Mengutamakan bahan baku alami dan proses produksi yang ramah lingkungan, Homliv telah berhasil memasuki pasar *modern* dan terus berkembang untuk menjangkau seluruh Indonesia serta pasar ekspor. Dengan komitmen terhadap kualitas dan keberlanjutan, Homliv hadir sebagai pilihan utama bagi konsumen yang mencari peralatan dapur berkualitas dengan sentuhan alami. Dengan hal ini Homliv sangat membutuhkan alat promosi dan juga metode *branding* dengan menggunakan *brand profile* sebagai media yang profesional guna menunjang proses ekspansi pasar yang lebih luas secara nasional maupun internasional ataupun ekspor.



© 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

Dalam setiap pembuatan *brand profile*, setiap aspek yang menyangkut dengan karakteristik dan kebutuhan perusahaan harus diperhatikan dan disesuaikan dengan keperluannya. Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Budiman & William, 2024) perancangan *brand profile* ini bertujuan mengembangkan dan mengoptimalkan profil digital UMKM Sukses Sejahtera di Batam untuk menarik peminat furnitur secara digital agar lebih profesional dan menarik, menampilkan sejarah, produk, dan misi sesuai *branding*, serta memsarkannya hingga ke luar negeri. Lalu juga penelitian yang dilakukan oleh (Goeinawan et al., 2023) dalam perancangan ulang *brand profile* JawaPos.com, ia menyesuaikan aspek-aspek yang terdapat didalamnya seperti penggunaan warna dan *font* yang menegaskan karakteristik perusahaan, dan juga menambahkan infografis guna memberikan tampilan yang lebih informatif serta *background* yang disajikan lebih cerah guna menambahkan kenyamanan saat dibaca.

Penelitian yang juga dilakukan oleh (Fatimah, 2020) dalam perancangan *brand profile* CV. BAROTEK, dengan menggunakan dua bentuk dasar, yaitu lingkaran dan persegi panjang berukuran sama. Teks dan ilustrasi ditempatkan di dalam masing-masing bentuk dengan ukuran yang disesuaikan, agar tetap rapi, mudah dibaca, dan menarik secara visual. Berbeda dari beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dalam proses perancangan *brand profile* untuk perusahaan maupun industri yang tentunya telah menyesuaikan bermacam-macam kebutuhannya, dengan menggunakan format digital, dan juga menggunakan penyusunan elemen-elemen yang terdapat didalamnya guna menarik perhatian konsumen, investor, dan juga memperkuat citra merek atau *branding*. Belum ada penelitian maupun jurnal yang mengangkat topik mengenai kebutuhan *brand profile book* dari *brand* Homliv sebagai industri alat masak yang berbahan dasar kayu, yang mengacu pada penguatan *branding*, pemasaran, dan juga keunggulan produk secara profesional dan *modern* dengan menerapkan elemen visual yang mendukung kebutuhan *branding* dan pemasaran. Penelitian ini bertujuan mengembangkan dan mengoptimalkan citra merek dan juga mendukung proses pemasaran domestik dan kebutuhan ekspor. Dengan perancangan *brand profile* ini



© 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

dapat mendorong aktifitas kerjasama antara Homliv dengan mitra, serta membangun citra mengenai identitas perusahaan yang profesional secara lebih luas.

1.2 Rumusan Masalah

Pada penelitian ini, mengacu pada latar belakang yang telah dijelaskan, dan tercipta rumusan masalahnya yaitu “bagaimana perancangan *brand profile book* untuk merek Homliv yang tepat guna memperkuat pemasaran dalam negeri maupun luar negeri dan untuk membangun citra merek yang profesional?”.

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Ruang lingkup pembahasan yang terkandung dalam Tugas Akhir ini mencakup tentang:

1. Proses perancangan *brand profile* untuk *brand Homliv*
2. Penerapan teori-teori dan elemen desain grafis yang sesuai pada perancangan desain *brand profile Homliv*
3. Proses penerapan desain media pendukung yang diperlukan

1.4 Tujuan Dan Manfaat penelitian

1.4.1 Tujuan

Secara sistematis isi dari tujuan penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Menganalisis bagaimana prinsip dan elemen desain grafis dapat diterapkan dalam perancangan *brand profile Homliv*
2. Merancang desain *brand profile* utama yang mencerminkan identitas dan membangun citra profesionalisme *Homliv*
3. Mengembangkan media pendukung seperti *business card*, *thankyou card*, dan *id card* yang selaras dengan *brand profile* utama.



Hak Cipta :

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

1.4.2 Manfaat

Secara sistematis isi dari tujuan penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Manfaat akademis
 Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa, peneliti, dan desainer lainnya dalam memahami penerapan prinsip dan elemen-elemen desain dalam konteks *brand profile*, terutama dalam konteks perancangan *brand profile* alat masak. Melalui penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu dan berkontribusi di bidang akademis.
2. Manfaat praktis
 Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi *Homliv*, terutama dalam perancangan *brand profile*, serta pedoman untuk mengembangkan *branding* merek dan promosi, baik secara visual maupun komunikasi.

1.5 Sistematika Penulisan

Penelitian ini dibuat berdasarkan susunan yang terdiri dari 4 bab, antara lain:

Bab 1 Pendahuluan

Pada tahapan ini membahas mengenai latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup pembahasan, tujuan penelitian dan sistematika penyusunan penelitian ilmiah.

Bab 2 Landasan Perancangan

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang dipakai dan menjadi sebuah acuan yang kuat dalam proses perancangan *brand profile* Homliv serta menegaskan mengenai teori yang relevan dan diambil dari berbagai jurnal, artikel, maupun buku yang konkrit. Sehingga menjadikan penulisan karya tulis ilmiah atau penelitian ini lebih kuat dan berdasarkan data yang valid.

Bab 3 Metode Perancangan

Pada bab ini menjelaskan mengenai metode pengumpulan data ataupun pengolahan data yang terstruktur seperti mengenali pasar, *storytelling*, desain visual yang konsisten, serta digitalisasi, dan menyusun profil yang informatif dan menarik. Selain itu, pembaruan berkala memastikan profil



© 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

tetap relevan dengan perkembangan bisnis dan tren pasar. Sehingga hal ini menjadikan acuan guna menciptakan *brand profile* yang profesional dan efektif.

Bab 4 Hasil Perancangan

Dalam bab ini menjelaskan hasil dari perancangan yang telah dilakukan dengan detail mengenai setiap tahapan ataupun prosesnya, dan juga pengaplikasian dan pemilihan desain yang digunakan serta penerapannya pada media pendukung.

Bab 5 Penutup

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran dari hasil perancangan desain *brand profile* Homliv yang telah dilakukan.





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

Seluruh tahapan dan proses perancangan *brand profile Homliv* dari awal hingga akhir dirangkum menjadi beberapa point sebagai berikut berdasarkan tujuan dan temuan dari penelitian terkait perancangan *brand profile* untuk *brand Homliv* sebagai media promosi:

1. Perancangan desain dilakukan sebagai bentuk strategi untuk membangun citra profesional *Homliv* di mata pihak-pihak terkait seperti investor, mitra usaha, serta untuk keperluan kegiatan promosi kepada calon konsumen. Proses dimulai dengan menggunakan teknik *design thinking* dengan empat tahapan. Tahap pertama yaitu melakukan *empathize* dengan pengumpulan informasi melalui wawancara, observasi langsung, serta kajian literatur. Dari hasil data yang didapatkan dan mengembangkan preferensi yang disukai secara umum dikalangan *consumer insight* maupun *target audience* yaitu memiliki tampilan minimalis, estetik, dan selaras dengan nilai natural dalam konteks produk alat masak kayu. Data yang terkumpul kemudian disusun menjadi *creative brief* dan analisis SWOT yang merupakan tahapan *define*, yang selanjutnya masuk pada tahapan *ideate* untuk dijadikan dasar pedoman yaitu sesi brainstorming guna menyusun *mindmap*. Dari *mindmap* tersebut, muncul beberapa elemen visual utama *key visual* yang meliputi gaya *white space*, serat kayu, *handcrafted*, dan pengembangan moodboard untuk mengembangkan tampilan layout yang konsisten, ornamen yang akan terdapat dalam buku, dan gaya *layout* yang akan diterapkan. Setelah konsep visual terarah, tahap selanjutnya merupakan tahapan prototipe dengan dilakukannya pembuatan sketsa awal berupa lima alternatif desain, dilanjutkan dengan tiga sketsa komprehensif untuk memperdalam eksplorasi tampilan. Dari keseluruhan tahapan tersebut, akhirnya dipilih satu desain final yang paling sesuai dengan karakter *brand* dan tujuan komunikasi visual yang ingin dicapai. Selanjutnya masuk pada tahapan *testing*, yang dimana hasil cetak diuji coba melalui target *market* seperti



© 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

investor, mitra bisnis, dan beberapa konsumen. Hasil dari *testing* memiliki pengaruh penting dalam perancangan *brand profile* tersebut, karena pada akhirnya buku *brand profile* memiliki perubahan yang cukup signifikan, seperti penataan *layout*, penambahan ornamen, penggunaan foto alat masak maupun foto lainnya, dan komposisi tampilan, serta ukuran *font*. Setelah itu masuk dalam tahapan *Final artwork* yang merupakan hasil *feedback* dari tahapan *testing* yang dimana buku *brand profile* ini dapat digunakan sebagai media promosi untuk menunjang kebutuhan *Homliv* dalam mengembangkan sayap bisnisnya ke pasar luar negeri atau ekspor dan memperkuat citra merek dimata investor, maupun mitra bisnis.

2. Sebagai pelengkap elemen visual, ornamen serat kayu dirancang menyerupai tekstur pohon yang selaras dengan produk alat masak kayu milik *Homliv*, agar tercipta keselarasan antara tampilan desain dan karakter produk. Skema warna yang digunakan menggabungkan nuansa putih dengan warna *earth tone*, warna *earthy* tampil lebih dominan dalam keseluruhan desain. Untuk sistem tata letaknya, perancangan visual ini menerapkan penggunaan *multicolumn grid* dengan tiga column guna menjaga keteraturan elemen dan memperkuat struktur *layout* yang rapi dan seimbang.
3. Sebagai bagian dari kelengkapan desain, beberapa media pendukung turut dirancang untuk mendukung kebutuhan komunikasi visual *Homliv* sekaligus mempermudah operasional bisnis ke depannya. Media pendukung tersebut meliputi *ID card*, *business card*, dan *thankyou card*, yang seluruhnya disusun dengan tampilan visual yang selaras dengan *brand profile*, baik dari segi warna, elemen grafis, maupun nuansa desain, sehingga menciptakan identitas visual yang konsisten dan profesional di berbagai lini media.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

5.2 Saran

Berikut merupakan beberapa saran yang dapat penulis sampaikan dalam proses perancangan *brand profile* ini, sebagai masukan bagi pihak-pihak yang berkaitan:

1. Untuk desainer Homliv

Sebagai upaya agar Homliv tetap relevan dengan perkembangan tren desain ke depannya, direkomendasikan untuk melakukan evaluasi dan pembaruan visual secara berkala, baik pada buku profil maupun media pendukung lainnya.

2. Untuk perancangan berikutnya

Disarankan agar pengembangan desain selanjutnya dapat lebih mengeksplorasi berbagai media visual yang berpotensi dimanfaatkan secara optimal, guna mendukung strategi komunikasi Homliv di masa mendatang.





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 PUSTAKA

- Abubakar, R. (2021). *PENGANTAR METODOLOGI PENELITIAN*. SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga.
- Adieb, M. (2022). *Company Profile: Definisi, Manfaat, dan Apa Saja yang Harus Ada*. <https://glints.com/id/lowongan/company-profile-adalah/>
- Agustina, I. A. (2022). METODE DESIGN THINKING PADA PERANCANGAN INTERIOR. *Interior Design*. <https://binus.ac.id/malang/interior/2022/09/02/metode-design-thinking-pada-perancangan-interior/>
- amanda. (2024, October 19). Profil Perusahaan: Elemen Penting yang Tidak Boleh Terlewatkan dalam Bisnis. *Artikel Dan Tips Keuangan*. <https://blog.bankmega.com/profil-perusahaan-elemen-penting/>
- Anggraini, L., & Nathalia, K. (2018). *Desain Komunikasi Visual: Panduan untuk Pemula*. Nuansa Cendekia.
- Aparaschivei, L. (2022, February 16). *12 Illustration Styles Every Illustrator Should Know*. <https://www.linearity.io/blog/illustration-styles/>
- Azahra, F., & Hadita, H. (2023). PENGARUH PROMOSI DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI VARIABEL INTERVENING MINAT BELI KFC GOLDEN CITY BEKASI DI SOSIAL MEDIA INSTAGRAM. *JURNAL ECONOMINA*, 2(2), 678–691. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i2.351>
- Budiman, J., & William, W. (2024). Optimalisasi dan Pengembangan Company Profile Digital pada UMKM Sukses Sejahtera untuk Menarik Peminat Furniture. *Journal Of Human And Education (JAHE)*, 4(6), 1305–1309. <https://doi.org/10.31004/jh.v4i6.2047>
- Chandra, O. (2024). Pengenalan Fotografi. *BINUS DKV MALANG*. <https://binus.ac.id/malang/dkv/2024/09/06/pengenalan-fotografi/>
- Cholilawati. (2021). *Teori Warna—Penerapan Dalam Fashion*. Pantera Publishing.
- Dian. (2025). *Mendag Dorong Ekspor Furnitur melalui Promosi yang Baik*. <https://www.kemendag.go.id/berita/pojok-media/mendag-dorong-ekspor-furnitur-melalui-promosi-yang-baik>
- Fahmi, M. F. Z. (2022). Efektivitas Company Profil Sebagai Sarana Promosi di Sosial Media Instagram (Studi Kasus LKP Indo Jaya Kebumen). *Jurnal Riset Teknologi Informasi Dan Komputer (Juristik)*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.53863/juristik.v2i2.514>
- Fajar Paksi, D. N. (2021). Warna Dalam Dunia Visual. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 12(2), 90–97. <https://doi.org/10.52290/i.v12i2.49>
- Fatimah, K. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK. *IKONIK : Jurnal Seni dan Desain*, 2(1), 13. <https://doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.607>
- Fauzi, U. I. (2021). *Pengaruh Branding Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pemilihan Wedding Organizer Syariah*. 2(1).
- Goeinawan, V. T., Natadjaja, L., & Salamoon, D. K. (2023). *Perancangan Ulang Company Profile JawaPos.com sebagai Media Informasi dan 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Gondo, N. C., & Djoko, C. (2020). *PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL BRAND PERMAINAN EDUKATIF (STUDI KASUS: THE MENTHILIS PROJECT)*.
- Hesniati, H., & Ellen, E. (2024). Pembuatan Company Profile pada PT Win Keramindo Jaya. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat Nusantara*, 5(1), 1414–1425. <https://doi.org/10.55338/jpkmn.v5i1.2353>
- Hidayah. (2023, March 16). Pengertian, 5 elemen desain layout, manfaat. *Biro Perencanaan Mutu Pendidikan dan Pembelajaran Terbaik di Sumatera Utara*. <https://bpmppt.uma.ac.id/2023/03/16/pengertian-5-elemen-desain-layout-manfaat-dan-prinsip-pembuatannya/>
- Isnawati, S. I., Budiyo, A. E., & Jayanti, F. D. (2022). PELATIHAN FOTOGRAFI PRODUK UNTUK PEMASARAN DIGITAL MENGGUNAKAN TEKNIK LIFESTYLE PHOTOGRAPHY. *Jurnal Bakti Humaniora*, 2(1), Article 1. <https://doi.org/10.35473/jbh.v2i1.1740>
- Iswanto, R. (2023). Perancangan Buku Ajar Tipografi. *Nirmana*, 23(2), 123–129. <https://doi.org/10.9744/nirmana.23.2.123-129>
- Kembaren, Y. A., Kartono, G., & Mesra, M. (2020). ANALISIS KARYA POSTER BERDASARKAN UNITY, LAYOUT, TIPOGRAFI, DAN WARNA. *Gorga : Jurnal Seni Rupa*, 9(1), 121. <https://doi.org/10.24114/gr.v9i1.18187>
- Kusumandoyo, T. C. (2023). *PERANCANGAN IDENTITAS VISUAL TIRAI PSIKOLOGI DI BLANKSPACE CREATIVE*. 4(2).
- Lestari, N. P. E. B., Santosa, N. A., & Suharno, A. R. (2022). PERAN ILUSTRASI BERTEMA INDONESIA PADA PRODUK MINUMAN TERHADAP RESPON EMOSI KONSUMEN DALAM MEMBELI DAN MEMAHAMI PRODUK. *Jurnal Bahasa Rupa*, 6(1), Article 1. <https://doi.org/10.31598/bahasarupa.v6i1.972>
- Nugroho, S. A., & Wijayanto, A. C. (2021). PERANCANGAN COMPANY PROFILE INTERAKTIF BERBASIS VIDEO CLIP STUDI KASUS DI STUDIO ATLANTIS SEMARANG. *Pixel : Jurnal Ilmiah Komputer Grafis*, 14(2), 196–215. <https://doi.org/10.51903/pixel.v14i2.574>
- Neumeier, Marty. 2013. *The Dictionary of Brand*. USA: Almaden Press.
- Oscar Ade Gunawan & Masnuna. (2023). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi PT Bhineka Advertising. *Student Research Journal*, 1(6), 62–69. <https://doi.org/10.55606/srjyappi.v1i6.785>
- Peropa, A., Maulana, H. F., & Putra, M. R. A. (2025). *ANALISIS VISUAL MARKETING FOTO PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN PADA AKUN INSTAGRAM @RANAHKACAVISUAL*.
- Putra, Y., Santoso, P. Y., & Adhypoetro, R. R. (2021). Branding Produk Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Cyber PR*, 1(1), 11–21. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v1i1.1415>
- Ramdan, A. M., Siwiyanti, L., Komariah, K., & Saribanon, E. (2023). *MANAJEMEN PEMASARAN*. Penerbit Widina.
- Rifianita, V., Falah, R. M., Pangestu, S., & Metasari, A. (2022). *PELATIHAN BRANDING PRODUK UMKM DAN DIGITAL BRANDING KERUPUK KULIT “RAMBAKKU”*.
- Rio, M., & Maulana, A. (2022). Perancangan Company Profile Arh Construction Group. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 51–56. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i2.56>
- Safitri, D. (2022). *Penulisan Naskah Kehumasan*. Prenada Media.



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

- Setiawan, A. A., Johan. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*.
- SULAIMAN, A. M. (2023). *TIPOGRAFI: DASAR DAN PENERAPANYA*. MITRA CENDEKIA.
- Tsironis, G., Daglis, T., & Tsagarakis, K. P. (2024). The 21 most practiced RE-s of circular economy from LinkedIn company *profiles* on a global scale. *Resources, Conservation & Recycling Advances*, 21, 200202. <https://doi.org/10.1016/j.rcradv.2024.200202>
- Walandouw, J. A., Worang, F. G., & Wenas, R. (2022). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA PROMOSI PARIWISATA PADA RUMAH ALAM MANADO ADVENTURE PARK*. 10(1).
- Yasa, I. W. A. P., Putra, R. W., Kurniawan, H., Ruslan, A., Muhdaliha, B., Suryani, R. I., Dwitasari, P., Jayanegara, I. N., Mustikadara, I. S., Asia, S. N., Prasetyo, D., Alamin, R. Y., Negoro, A. T., Anggasta, B., Lesmana, P. S. W., Sutarwiyasa, I. K., Ramadhani, N., & Judijanto, L. (2024). *Desain Komunikasi Visual: Teori dan Perkembangannya*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.



**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



LAMPIRAN

Lampiran 1 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing 1

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	LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
2	PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
3	JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
4	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
5				
6		NAMA MAHASISWA	Wahyu Ardiansyah	
7		NAMA PEMBIMBING	Ade Noor Riyadhi	
8		JUDUL TUGAS AKHIR	PERANCANGAN BRAND PROFILE UNTUK BRAND HOMLIV	
9				
10	KETERANGAN:			
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
14				
15				
16				
17	BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
18	1	27-02-2025	Memberikan saran untuk mengganti klien dan memeberi masukan mengenai karakteristik dan kriteria klien serta project yang tepat untuk diangkat sebagai tugas akhir	Membuat Outline baru yang merepresentasikan klien
19	2	13-03-2025	memberikan arahan dalam pembuatan bab 1, dan juga memberikan revisi dalam latarbelakang pada bab 1 terutama pada bagian awal pembukaan harus lebih menyinggung soal kerajinan kayu, sehingga lebih merepresentasikan bidang usaha atau industri terkait	menyelesaikan bab 1 dengan menyesuaikan arahan dosen pembimbing dalam menjelaskan latarbelakang yang lebih mengangkat bidang industri yaitu kerajinan kayu.
20	3	20-02-2025	Memberikan masukan terkait latarbelakang yang terdapat di dalam bab 1	Melakukan revisi pada bab 1
21	4	27-02-2025	Memberikan penjelasan mengenai latar belakang yang harus menggunakan data sesuai dengan topik yang diangkat	Melakukan perbaikan pada bab 1 dengan menambahkan data yang menyangkut topik
22	5	13-03-2025	memberikan saran dan masukan terkait teori-teori yang akan digunakan dalam bab 2	Mencari sumber dan teori-teori yang diperlukan dalam penulisan bab 2
23	6	20-03-2025	Memberikan penjabaran terkait penggunaan teori-teori yang ada dan menyarankan merevisi beberapa penjelasan yang lebih sesuai	melakukan revisi beberapa penjelasan dalam teori yang digunakan dalam bab 2
24	7	03-04-2025	memberikan masukan dan memantau progres laporan tugas akhir	mengerjakan bab 2 hingga selesai hingga masuk bab 3
25	8	09-04-2025	bimbingan pada bab 3 dan meriview apa saja yang terdapat dalam bab 3	Menyelesaikan bab 3 hingga pada tahap akhir dan melakukan persiapan seminar proposal
26	9	23-05-2025	Bimbingan proses desain brand profile	Mengerjakan dan menyelesaikan setiap proses desain visual brand profile
27	10	02-06-2025	Asistensti hasil karya desain	Melakukan revisi minor pada ukuran font dan tata letak



Lampiran 2 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing 2

	A	B	C	D
1	LEMBAR BIMBINGAN TUGAS AKHIR			
2	PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS			
3	JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN			
4	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA			
5				
6	NAMA MAHASISWA		Wahyu Ardiansyah	
7	NAMA PEMBIMBING		Saeful Imam	
8	JUDUL TUGAS AKHIR		PERANCANGAN BRAND PROFILE UNTUK BRAND HOMLIV	
9				
10	KETERANGAN:			
11	1. Lembar bimbingan ini digunakan untuk mencatat aktivitas bimbingan mahasiswa			
12	2. Lembar bimbingan ini ditulis oleh mahasiswa dan diketahui oleh pembimbing			
13	3. Harap lampirkan lembar bimbingan ini pada laporan Tugas Akhir sebelum sidang			
14				
15				
16				
17	BIMBINGAN KE-	TANGGAL BIMBINGAN	KOMENTAR PEMBIMBING	RENCANA PROGRESS/REVISI*
18	1	24 maret 2025	Materi pembukaan membicarakan penulisan tugas akhir yang baik dan benar	Mencatat poin-poin penting yang akan digunakan dalam penulisan
19	2	10 April 2025	Revisi penulisan sumber data, tabel, eyd	Merevisi sesuai arahan dosen pembimbing
20	3	26 juli 2025	pengecekan seluruh penulisan laporan	melakukan revisi pada bagian kata asing
21	4	30 juli 2025	melakukan asistensi laporan	Melengkapi hal-hal yang masih kurang
22	5	2 juli 2025	Mengajukan asistensi laporan kedua	memperbaiki halaman
23	6			
24	7			
25	8			
26	*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya			

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 Transkrip Wawancara

Hari/Tanggal: 29 Maret 2025

Pukul: 08:15

Tempat: Google Meet

Narasumber: Yudiana Lyn

Jabatan: Owner Homliv

Pen: Halo selamat pagi ibu.

Narsum: Iya halo selamat pagi.

Penulis: Iya ibu, ibu mohon maaf sebelumnya saya meminta waktunya untuk melakukan meet seperti ini untuk keperluan wawancara terkait tugas akhir saya yaitu membuat *brand profile* untuk Homliv ya bu.

Narsum: Oh iya baik gapapa.

Pen: Baik ibu saya langsung masuk ke pertanyaan pertama ya bu.... Menurut ibu, kira-kira kebutuhan dan kondisi yang seperti apa penggunaan *brand profile* dibutuhkan oleh ibu?

Narsum: Ketika ingin memperkenalkan perusahaan kita, mungkin kepada orang yang belum tau tentang sama sekali tentang kita, dan mungkin kita akan menjajaki kerjasama dan itu akan berfungsi sih.

Pen: baik ibu, lalu dalam menggunakan *brand profile* format apa yang ibu sukai, digital atau cetak?

Narsum: Tergantung sih, tapi sebenarnya lebih simple digital ya bisa dilihat kapan aja.

Pen: Baik ibu, lalu tampilan warna yang seperti apa yang menurut ibu mencerminkan *brand profile* yang profesional? Mencolok atau soft?

Narsum: Hmmmmm, sebenarnya kalo dari logo Homliv sih warnanya warna solid ya yang lebih industrial, profesional, tapi secara penekanan karena kita kan produknya *eco friendly* jadi kita juga tidak mau menggunakan warna yang mencolok sih. bisa jadi warna turnunan tapi lebih ke earth tone karena masih terdapat unsur *eco friendly*.

Pen: Oh begitu ya bu, baik ibu, untuk pertanyaan selanjutnya dari sisi mana menurut ibu dalam melihat isi *brand profile* apakah Desain atau fotonya?

Narsum: Ya pastinya sih semuanya ya, dari desain dan fotonya dan juga kontennya ya.

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Pen: Baik ibu, lalu menurut ibu informasi apa yang paling penting dan seahsunya terdapat di dalam *Brand Profile* ya bu?

Narsum: Pasti ya informasi tentang *brand*, tentang apa yang membedakan dan paling menonjol yang membedakan *brand* sendiri dengan yang lainnya.

Pen: Oke baik ibu, lalu apakah informasi mengenai sebuah kerjasama dengan mitra dan menjelaskan tentang pencapaian sebuah *brand* atau sertifikasi itu penting didalam *brand profile* bu?

Narsum: Iya sudah pasti itu kan nilai tambahnya.

Pen: Baik ibu, lalu apakah menampilkan respon pelanggan atau testimoni termasuk informasi penting didalam *brand profile*?

Narsum: Bisa aja cuman ga suatu keharusan, karena kebutuhan *brand profile* kan untuk korporasi ya, kebutuhan perusahaan, B2B, jadi mungkin lebih ke logo-logo partner aja.

Pen: Baik ibu, lalu selanjutnya apakah di dalam *brand profile* apakah penting menampilkan struktur team atau organisasi?

Narsum: Tidak perlu.

Pen: lalu menurut ibu, jika *brand profile* dibuat dalam format cetak ukuran yang seperti apa yang cocok untuk *brand profile*? Besar, kecil, atau sedang?

Narsum: Hmmmm sedang.

Pen: Oke ibu, lalu menurut ibu lebih suka melihat gaya tampilan potrait atau landscape untuk *brand profile*?

Narsum: Kalo untuk *brand profile* landscape juga masih oke sih, karena di katalog juga sudah potrait.

Pen: lalu dalam pembuatan *brand profile* untuk alat masak, lebih baik dominan foto atau informasi berupa teks bu?

Narsum: Foto.... dan teksnya itu sebagai caption hanya sebagai mewakili saja sih harusnya.

Pen: baik ibu, lalu dalam penerapan foto alat masak dalam *brand profile*, menurut ibu lebih baik foto dengan model atau foto yang menunjukkan keestetikaan dan nilai produknya saja?

Narsum: Biasanya sih kalo untuk foto dengan model itu ketika kita berkolaborasi dengan pihak-pihak tertentu saja dan *influencer* atau chef tertentu, dan biasanya 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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

lebih kepada foto produk yang digunakan jadi hanya foto tangannya saja yang sedang memegang produk homliv.

Pen: Oke ibu baik, lalu ibu lebih suka melihat *brand profile* yang terlihat rapih atau terlihat bebas dalam penempatannya?

Narsum: Saya sih lebih suka rapih namun juga jangan yang terlihat kaku gitu sih jadi tertata namun juga tidak berantakan.

Pen: Menurut ibu, lebih suka membaca teks yang menimpa foto atau yang memiliki ruang sendiri?

Narsum: Untuk teks saya lebih suka diberi ruang sendiri, jadi agar lebih memperjelas fotonya.

Pen: lalu untuk jenis dan karakter huruf yang seperti apa yang cocok untuk *brand profile Homliv* dalam menampilkan/menjelaskan produknya?

Narsum: kalau untuk huruf sih saya lebih suka yang menampilkan gaya profesional ya, karena kan ini untuk kebutuhan promosi dan kerjasama yang lebih luas gitu sih.

Pen: oke baik ibu, mungkin sekian saja pertanyaan dari saya, terimakasih banyak ibu.

Narsum: iya sama sama.

Hari/Tanggal: 7 April 2025

Pukul: 16:24

Tempat: Google Meet

Narasumber: Devanika

Jabatan: Pemilik toko retail alat masak SELMA

Pen: Halo selamat sore ibu, mohon maaf telah meminta waktunya untuk mengadakan wawancara secara meet, perkenalkan ibu saya Wahyu Ardiansyah dari kampus Politeknik Negeri Jakarta yang sedang mengerjakan tugas akhir yaitu pembuatan *brand profil* untuk kebutuhan bisnis. Sebelumnya saya bicara dengan siapa ini ya bu?

Narsum: Iya sore, saya dengan ibu Devanika

Pen: Baik ibu, sebelumnya, ibu bekerja sebagai apa ya bu?

Narsum: Saya sebagai pengurus toko alat masak SELMA

Pen: Baik ibu, kalau boleh tau ibu berumur berapa ya bu?

Narsum: Emmmm, umur saya 35.



© 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

Pen: baik ibu, saya langsung masuk ke pertanyaan pertama ya bu, sebelumnya apakah ibu tau mengenai *brand profile*?

Narsum: Iya tau

Pen: Baik ibu, menurut ibu dalam menggunakan *brand profile*, format apa yang Anda sukai? digital atau cetak?

Narsum: Saya lebih suka yang digital karena apa yaa, emmmm... lebih simpel aja sih.

Pen: Tampilan warna seperti apa yang menurut Anda mencerminkan *brand profile* yang profesional? Mencolok atau soft?

Narsum: Menurut saya warna yang soft sih, karena kan kalau terlalu mencolok tuh jadi kurang nyaman aja di mata.

Pen: Menurut ibu, informasi apa yang paling penting dan seharusnya ada di dalam *brand profile*?

Narsum: Deskripsi perusahaan, produk dan keunggulan itu penting, karena hal itu yang membuat orang tertarik dan melihat sesuatu yang membuat kita tuh jadi puas aja.

Pen: baik ibu, lalu apakah menurut ibu menampilkan testimoni pelanggan termasuk informasi penting dalam *brand profile*?

Narsum: Oh ya itu berguna bikin *brand* itu terpercaya dimata pelanggan.

Pen: Lebih baik *brand profile* banyak menampilkan foto atau informasi berupa teks?

Narsum: Kalo saya lebih suka *brand profile* itu lebih banyak menampilkan banyak foto yang menarik, karena eee.... Visual itu lebih cepat dipahami dan bisa langsung menunjukan... apa yaaa, kualitas produk.

Pen: Baik ibu, lalu pertanyaan selanjutnya dalam penerapan foto alat masak pada *brand profile*, menurut ibu lebih baik foto dengan model atau cukup foto produk yang menonjolkan estetika dan kualitasnya?

Narsum: oohh... menurut saya, cukup foto produk saja yang menonjolkan estetika dan kualitas selama eeee.... Pencahayaannya bagus dan konsepnya menarik itu sudah cukup.

Pen: Lalu menurut ibu, lebih menyukai *brand profile* yang tampilannya rapi atau lebih bebas dalam penempatannya?



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

Narsum: saya probadi lebih nyaman dengan tampilan yang rapih dan terstruktur yaa... karena infoirmasi jadi lebih mudah dibaca dan kesan profesionalnya lebih kuat.

Hari/Tanggal: 7 April 2025

Pukul: 20:30

Tempat: Google Meet

Narasumber: Puji Lestari

Jabatan: karyawan Toko parabot

Pen: Selamat malam Ibu, mohon maaf mengganggu waktunya ya bu dan terimakasih sudah mau diwawancarai oleh saya, saya Wahyu Ardiansyah sebagai mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta untuk keperluan tugas akhir dalam perancangan *Brand profile* mohon izin ya bu untuk memberikan beberapa pertanyaan.

Narsum: Iya gapapa wahyu, saya juga kebetulan tidak sibuk dan kemarin kan kita sudah ada janji untuk wawancara juga, jadi gapapa.

Pen: Baik ibu, langsung ke pertanyaan pertama ya bu, biasanya dalam menggunakan *brand profile*, format apa yang ibu suka digital atau cetak?

Narsum: Saya lebih suka versi cetak sih mas, karena terlihat lebih eksklusif karena kan kita pasti melihatnya secara langsung dan bertemu dengan orang yang menawarkan atau yang ditawarkan, apalagi kalau kualitasnya bagus atau *layoutnya* rapih..gituu jadi lebih meyakinkan aja.

Pen: Tampilan warna seperti apa yang menurut Anda mencerminkan *brand profile* yang profesional? Mencolok atau soft?

Narsum: Menurut saya lebih suka yang soft ya mas ya, karena enak aja dilihatnya ga terlalu mencolok dan terkesan elegan.

Pen: Baik ibu, lalu menurut ibu informasi apa yang paling penting dan seharusnya ada di dalam *brand profile*?

Narasum: informasi pentingnya sih seperti latar belakang perusahaan, visi-misi, keunggulan poroduk, karena itu yang biasanya ditanyakan oleh klien.

Pen: Lalu apakah menurut ibu menampilkan testimoni pelanggan termasuk informasi penting dalam *brand profile*?



© 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

Narsum: Iya tentu sangat penting karena testimoni itu bisa memperkuat reputasi *brand*, dan meningkatkan kepercayaan klien.

Pen: Baik ibu, lalu bagi ibu lebih baik *brand profile* banyak menampilkan foto atau informasi berupa teks ya bu?

Narsum: Emmmm... Sebaiknya lebih tetap menggunkan foto yang dominan karena bisa langsung memperlihatkan kualitas produk tanpa harus dijelaskan panjang-panjang.

Pen: Lalu bagi ibu dalam penerapan foto alat masak dalam *brand profile*, lebih baik foto dengan model atau cukup foto produk yang menonjolkan estetika dan kualitasnya?

Narsum: Hmmm... jadi kalau konteksnya itu untuk menunjukkan fungsi dan kualitas saya rasa foto produk tanpa model justru eeeee.... Bisa lebih fokus ke produknya.

Pen: baik ibu, lalu apakah ibu lebih menyukai *brand profile* yang tampilannya rapi atau lebih bebas dalam penempatannya?

Narsum: Hmmmmmm.... menurut saya lebih suka rapih yaaa... karena informasinya jadi tersusun jelas dan gak bikin bingung.

Pen: baik ibu mungkin sekian saja pertanyaan dari saya, mohon maaf telah mengganggu waktunya ya bu, terimakasih banyak bu

Narsum: iya mas gapapa sama sama.

Hari/Tanggal: 4 April 2025

Pukul: 13:45

Tempat: KJ Parabot

Narasumber: Sri Nuryani

Jabatan: karyawan toko parabot

Pen: Selamat siang Ibu, mohon maaf mengganggu waktunya ya bu, saya Wahyu Ardiansyah sebagai mahasiswa Politeknik Negeri Jakarta untuk keperluan tugas akhir dalam perancangan *Brand profile* mohon izin ya bu untuk memberikan beberapa pertanyaan.

Narsum: Iya boleh wahyu, gapapa.

Pen: Baik ibu, langsung ke pertanyaan pertama ya bu, biasanya dalam menggunakan *brand profile*, format apa yang ibu suka digital atau cetak?



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Narsum: Saya sih lebih suka versi cetak mas, karena terlihat lebih enak dibaca. Jadi saya juag lebih tau apa yang ada di dalam buku tersebut.

Pen: Tampilan warna seperti apa yang menurut Anda mencerminkan *brand profile* yang profesional? Mencolok atau soft?

Narsum: Menurut saya lebih suka yang berwarna soft sih mas, karena nyaman aja dilihatnya.

Pen: Baik ibu, lalu menurut ibu informasi apa yang paling penting dan seharusnya ada di dalam *brand profile*?

Narasum: mungkin sih seperti latar belakang perusahaan, visi-misi, dan keunggulan produk.

Pen: Lalu apakah menurut ibu menampilkan testimoni pelanggan termasuk informasi penting dalam *brand profile*?

Narsum: Tentu sih mas, karena dalam melihat suatu *brand* pasti kan kita melihat penilaian dari pembeli sebelumnya juga.

Pen: Baik ibu, lalu bagi ibu lebih baik *brand profile* banyak menampilkan foto atau informasi berupa teks ya bu?

Narsum: hmmm.... Seimbang sih mas antara foto dan penjelasan jadi supaya lebih enak aja melihat foto dan terdapat penjelasannya

Pen: Lalu bagi ibu dalam penerapan foto alat masak dalam *brand profile*, lebih baik foto dengan model atau cukup foto produk yang menonjolkan estetika dan kualitasnya?

Narsum: eeee.... Tergantung sih mas, kalau untuk menunjukan keindahan produknya sih enakan foto produknya saja.

Pen: baik ibu, lalu apakah ibu lebih menyukai *brand profile* yang tampilannya rapi atau lebih bebas dalam penempatannya?

Narsum: rapih mas, karena kan bacaannya jadi lebih teratur dan jelas juga mas.

Pen: baik ibu mungkin sekian saja pertanyaan dari saya, mohon maaf jika terdapat salah kata, terimakasih banyak ya ibu

Narsum: iya mas sama-sama.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Hari/Tanggal: 4 April 2025

Pukul: 15:30

Tempat: Toko alat masak

Narasumber: Anandita

Jabatan: Pemilik toko parabot Sikumbang Jaya Store

Pen: Halo selamat sore ibu, mohon maaf untuk meminta waktunya sebentar perkenalkan ibu saya Wahyu Ardiansyah dari kampus Politeknik Negeri Jakarta yang sedang mengerjakan tugas akhir yaitu pembuatan *brand* profil untuk kebutuhan bisnis. Sebelumnya saya bicara dengan siapa ini ya bu?

Narsum: Iya sore mas, saya dengan ibu Juwita

Pen: Baik ibu, ibu disini sebagai pemilik toko ya bu?

Narsum: iya mas saya sebagai pemiliki toko ini.

Pen: Baik ibu, kalau boleh tau ibu berumur berapa ya bu?

Narsum: saya berumur sekitar 40 tahun.

Pen: baik ibu, saya langsung masuk ke pertanyaan pertama ya bu, sebelumnya apakah ibu tau mengenai *brand profile*?

Narsum: Iya tau

Pen: Baik ibu, menurut ibu dalam menggunakan *brand profile*, format apa yang Anda sukai? digital atau cetak?

Narsum: Saya sih tergantung ya mas, tapi memang lebih nyaman cetak.

Pen: Tampilan warna seperti apa yang menurut Anda mencerminkan *brand profile* yang profesional? Mencolok atau soft?

Narsum: kalo bagi saya sih warna yang ga terlalu gonjreng gitu sih mas, jadi ya soft aja gitu.

Pen: Menurut ibu, informasi apa yang paling penting dan seharusnya ada di dalam *brand profile*?

Narsum: Tentunya sih ya informasi yang menampilkan profil perusahaan, deskripsi produknya, keunggulan, dan seperti itu sih mas.

Pen: baik ibu, lalu apakah menurut ibu menampilkan testimoni pelanggan termasuk informasi penting dalam *brand profile*?



© 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

Narsum: Iya betul mas, karena itu kan yang membuat usaha tersebut memiliki nilai yang bagus.

Pen: Lebih baik *brand profile* banyak menampilkan foto atau informasi berupa teks?

Narsum: eeeee... kalo itu sih sebaiknya dua-duanya harus ada sih, jadi lebih nyaman juga dilihatnya seimbang.

Pen: Baik ibu, lalu pertanyaan selanjutnya dalam penerapan foto alat masak pada *brand profile*, menurut ibu lebih baik foto dengan model atau cukup foto produk yang menonjolkan estetika dan kualitasnya?

Narsum: terdapat foto model bagus, cuman kalo ingin lebih menunjukkan produknya sih ya enakan foto produknya aja.

Pen: Lalu menurut ibu, lebih menyukai *brand profile* yang tampilannya rapi atau lebih bebas dalam penempatannya?

Narsum: Hmmmm... ya tentunya sih yang rapih ya mas, jadi lebih enak juga untuk dibaca.

Pen: Baik ibu, mungkin itu saja yang dapat saya tanyakan, terimakasih banyak ya ibu, mohon maaf mengganggu waktunya.

Narsum: Iya mas sama-sama.

Lampiran 4 Dokumentasi toko alat masak dan pencarian narasumber





© 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 Dokumentasi testing



POLITEKNIK

Lampiran 6 Hasil Toeic

POLITEKNIK NEGERI JAKARTA		1017/PL3.A.11/BB.05.03/2025	
CERTIFICATE			
ENGLISH COMPETENCY TEST			
This is to certify that			
Name	WAHYU ARDIANSYAH		
Reg. Number	2106422005		
Institution	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA		
Place and Date of Test	POLITEKNIK NEGERI JAKARTA, June 4th 2025.		
has achieved converted score in TOEIC® as listed below			
Listening Comprehension	Reading Comprehension	TOEIC® Prediction Score	Maximum Score
315	290	605	990
Center for Quality Assurance and Learning Development Politeknik Negeri Jakarta			
 Dr. Dyah Widyawati, S.T., M.M., M.Ars. NIP. 197407061999032001			
TOEIC® is registered trademark of Educational Testing Services (ETS). There is no relationship between Language Center of Politeknik Negeri Jakarta and ETS, and ETS does not endorse or approve this prediction test. *) this certificate is valid for 3 year since the date of the test.			
FOR INTERNAL USE ONLY			



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

Lampiran 7 Hasil Turnitin



Similarity Report ID: oid:3618:103010223

PAPER NAME

Laporan_Tugas_Akhir_Wahyu_Ardiansyah
h_2106422005.pdf

AUTHOR

Wahyu Ardiansyah

WORD COUNT

11664 Words

CHARACTER COUNT

73951 Characters

PAGE COUNT

69 Pages

FILE SIZE

2.4MB

SUBMISSION DATE

Jun 30, 2025 3:16 PM GMT+7

REPORT DATE

Jun 30, 2025 3:19 PM 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 :

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

Lampiran 8 Daftar Riwayat Hidup

Wahyu Ardiansyah

Jakarta Selatan, DKJ Jakarta --+62 888 0806 0160 - wahyu.ard03@gmail.com

Saya merupakan mahasiswa semester 8 jurusan Desain Grafis di Fakultas Teknik Grafika dan Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta. Saya memiliki pengalaman lebih dari 1 tahun dalam menjalankan berbagai proyek desain, dan 5 bulan magang sebagai desainer konten pemasaran media sosial. Saya suka mengeksplorasi hal-hal baru, orang yang fleksibel dan cepat belajar yang dapat beradaptasi dengan lingkungan kerja yang baru. Saya memiliki keahlian yang cakap dalam mengoperasikan software Adobe creative suite seperti Adobe Photoshop, Illustrator, dan indesign.

Pendidikan

Politeknik Negeri Jakarta, Depok, Jawa Barat
D4 Design Grafis

September 2021 - Sekarang

Pengalaman Magang

Desain Grafis, PT Buyapps.ID

Februari 2024 - Juni 2024

- Bertanggung jawab mendesain konten media sosial untuk 3 akun instagram klien
- Membuat desain profile, footer, dan slider untuk tampilan web
- Membuat desain poster penawaran jasa kepada target audiens

Pengalaman Project

Mendesain Company Profile unit UPA-TIK PNJ

Maret 2023 - Juli 2023

- Mendesain cover dan halaman buku Company Profile
- Melayout tampilan cover dan isi halaman buku Company Profile
- Mencetak buku Company Profile
- Menyusun laporan project
- Membuat jurnal yang menyangkut pada project yang telah diselesaikan

Mendesain kemasan kantin Politeknik Negeri Jakarta

September 2022 - Januari 2023

- Mendesain tampilan surface lunch box
- Membuat kerangka struktur lunch box
- Membuat tampilan mockup 3d lunch box

Mendesain media promosi "Diri Dara"

Mei 2022 - Juli 2022

- Mendesain label stiker kemasan produk Diri Dara
- Membuat media promosi poster Diri Dara

Keahlian

- Adobe Illustrator
- Adobe Photoshop
- Adobe InDesign
- Mengembangkan ide kreatif dan menciptakan solusi
- Kolaborasi dan bekerjasama dalam tim atau mandiri
- Komunikasi yang aktif



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 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

