



© 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

**TUGAS AKHIR
SPESIFIKASI PROYEK DESAIN**

**PERANCANGAN ULANG *COMPANY PROFILE* STUDYFRANCE
SEBAGAI PENINGKATAN CITRA BAIK**



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

Oleh:

ALLYA RIZKI PUTRI

NIM: 5017020041

**JURUSAN TEKNIK GRAFIKA DAN PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA**

DEPOK

2021



Hak Cipta :

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

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

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar Politeknik Negeri Jakarta

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

LEMBAR PERSETUJUAN
LAPORAN TUGAS AKHIR

Judul Tugas Akhir : Perancangan Ulang Company Profile Studyfrance
sebagai Peningkatan Citra Baik
Penulis :Allya Rizki Putri
Jurusan : Teknik Grafika dan Penerbitan
Program Studi : Desain Grafis

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



POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Bogor, 6 Agustus 2021

Menyetujui,
Dosen Pembimbing I

Menyetujui,
Dosen Pembimbing II

Rian Dwi Antoro, M.Sn
NIP. 520000000000000093

MRR. Tiyas Maheni DK, S.H, M.H
NIP.197608241999032002



LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR
PERANCANGAN ULANG *COMPANY PROFILE* STUDYFRANCE
SEBAGAI PENINGKATAN CITRA BAIK

Oleh:

Allya Rizki Putri
5017020041

Disahkan:

Depok, 6 Agustus 2021
Penguji I

[Dina Martin, 'M.Ds.]
NIP. NIP. 52000000000000267

Penguji II

[Susilawati Thabrany, S.I.Kom., M.Si]
NIP. 197209021995122001

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Ketua Jurusan
Teknik Grafika Pencerbitan



Dwi Wiwi Prastiwinarti, M.M
NIP. 196407191997022001

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

PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

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

Perancangan Ulang *Company Profile* Studyfrance untuk Peningkatan Citra Baik

adalah hasil karya saya.

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

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

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

Bogor, Agustus 2021

Yang Menyatakan



METERAI
TEMPEL
EL701AJX177974886

Allya Rizki Putri

NIM 5017020041

Hak Cipta :

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



ABSTRAK

Prancis merupakan salah satu negara yang memiliki sistem Pendidikan terbaik dan termasuk dengan negara yang memiliki mahasiswa internasional terbanyak di dunia. Prancis masuk dalam *Top 10 World Economic Power* yang membuat bahasa Prancis menjadi bahasa nomor 3 di dunia bisnis. Hal tersebut menyebabkan persaingan usaha bagi Lembaga Pendidikan di bidang ini, yang mana membutuhkan *Company Profile* untuk memperkenalkan usahanya. *Company Profile* merupakan media yang mewakili citra sebuah perusahaan. *Company profile* berfungsi dalam menyampaikan informasi yang ingin disampaikan perusahaan kepada calon pelanggan. Keberadaan *Company Profile* sangat membantu perusahaan untuk mendekati perusahaan dengan target pasar. *Studyfrance* merupakan perusahaan jasa Pendidikan yang melayani konsultasi dan bimbingan Bahasa Prancis bagi pelajar Indonesia yang ingin melanjutkan studinya ke perguruan tinggi negeri di Prancis. Dalam upaya meningkatkan jangkauan pasar, *Studyfrance* telah membuat *Company Profile* sebagai medianya, namun hal tersebut belum dapat mencerminkan citra baik yang diinginkan oleh *Studyfrance*. Perancangan ulang *Company Profile Studyfrance* bertujuan untuk menjadi solusi atas masalah tersebut. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan citra profesional, handal dan terpercaya dari *Studyfrance*. Metodologi yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Hasil perancangan ini merupakan *Company Profile* yang efektif dan informatif.

Kata kunci: *Company Profile, Perancangan ulang, Prancis, Pendidikan*

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

ABSTRACT

France is one of the country that provide the best education system that obtain the highest number of international students in the world. France is inscribed in the list of Top 10 World Economic Power and that makes French become the 3rd language in the world of business. That event is leading to a hard competition between business companies in education field, which brings to the fact that company profile plays a big role in promoting their business. Company profile is a media that represents the image of company. Company profile is the tool for a company to communicate things that associated with the company to audience or their target market. The existing of company profile is fortunately useful to attract the target market to the company. Studyfrance is a business company in education field that offers a service of consultation and a counseling guidance for french in order to help those who have dreams to continue their study abroad to France. In their attempt to expand their market, Studyfrance has made a company profile but turned out it didn't meet the expectation to represent the image of Studyfrance. It is also less effective and informative. The Studyfrance Company Profile Redesign is successfully made as the solution. The objectives is to represent the image of professional, skilled, and trusted of Studyfrance through the company profile. The methodology which is being used in this redesign is qualitative approach. The expected result of the redesign is an effective and informative company profile that fits Studyfrance image.

Keywords: Company Profile, Redesign, France, Education.

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





PRAKATA

Segala puji dan syukur dipanjatkan atas kehadiran Allah SWT, karena rahmat dan karunianya, serta nikmat sehat yang telah diberikan, serta doa dan dukungan orang tua sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “Perancangan Ulang Company Profile Studyfrance untuk Peningkatan Citra Baik”.

Tugas Akhir merupakan salah satu syarat mahasiswa/i Politeknik Negeri Jakarta Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan Prodi Desain Grafis untuk mengikuti sidang. Dalam proses penyusunan, pembuatan serta pengumpulan data, terdapat kendala dan hambatan yang akhirnya dapat dilalui penulis terkait pandemi. Kegiatan bimbingan dan wawancara beberapa berlangsung secara virtual karena hambatan untuk bertemu. Meskipun melewati banyak kendala, semangat untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini tetap ada sehingga penulis dapat selesai dengan tepat waktu.

Penyusunan Tugas Akhir ini tidak luput dari bantuan, bimbingan dan arahan serta dukungan dari berbagai pihak. Maka dari itu, rasa hormat yang mendalam dan terima kasih disampaikan kepada:

1. Dr. Sc. H., Zainal Nur Arifin, Dipl-Ing. HTL., M.T. selaku Direktur Politeknik Negeri Jakarta
2. Dra., Wiwi Prastiwinarti, M.M. selaku Ketua Jurusan Teknik Grafika dan Penerbitan
3. Anggi Anggarini, M.Ds. selaku Kepala Program Studi Desain Grafis serta dosen mata kuliah Seminar
4. Rian Dwi Antoro S.Sn selaku dosen pembimbing materi
5. MRR Tiyas Maheni DK, S.H., M.H selaku dosen pembimbing penulisan
6. Naila Ardina selaku CEO dan Direktur Utama Studyfrance yang memberikan informasi lengkap dan rinci
7. Komunitas Alumni Studyfrance dan mitra bisnis Studyfrance, Homeshooling Kak Seto.

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

8. Teman-teman kelas DG8A, terkhusus untuk Andhika Prasetya, M Tommy Kurniawan, Nadira Diandra Ditar, Savira Auria Haviva, Hilman Muzzaki dan Wafieq Akmal atas diskusi dan semangat yang telah diberikan selama pembuatan Tugas Akhir ini.
9. Fany Justica, Hany Widyawati, Latifah Jamalullail dan Putri Khansyah Nabila selaku sahabat yang menjadi tempat berkeluh kesah selama 4 tahun.
10. Teman-teman seperbimbingan yang telah berjuang bersama dalam pembuatan Tugas Akhir ini.

Bogor, 6 Agustus 2021

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Allya Rizki Putri



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
PRAKATA	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Ruang Lingkup Pembahasan.....	3
1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	3
1.5 Sistematika Penulisan	4
BAB II LANDASAN PERANCANGAN.....	7
2.1 Media Branding.....	7
2.2 Media Promosi Cetak	8
2.2.1 Definisi Media Promosi Cetak.....	8
2.2.2 Fungsi Media Promosi Cetak	9
2.2.3 Jenis-jenis Media Promosi Cetak	9
2.3 <i>Company Profile</i>	10
2.3.1 Fungsi <i>Company Profile</i>	11
2.3.2 Sistematika <i>Company Profile</i>	11

Hak Cipta :

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



Hak Cipta :

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

2.4	<i>Layout</i>	13
2.4.1	Prinsip	14
2.4.1	Elemen <i>Layout</i>	18
2.5	Metode Riset Desain	44
2.5.1	<i>Brief</i>	45
2.5.2	<i>Mindmapping</i>	45
2.5.3	<i>Moodboard</i>	45
2.5.4	Sketsa Manual	46
2.5.5	Sketsa digital	46
2.5.6	<i>Application</i>	46
2.6	Kerangka Teori	47
BAB III METODE PERANCANGAN		48
3.1	Metode Riset Desain	48
3.2	Metode Pengumpulan Data	49
3.1	Data dan Analisis	51
3.3.1	Profil Studyfrance	51
3.3.2	<i>Product Knowledge</i>	54
3.3.3	Kompetitor	57
3.3.4	<i>Customer Insight</i>	59
3.3.5	Analisis SWOT	60
3.3.6	Analisis <i>STP</i>	63
3.3.7	Arahan Kreatif.....	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		68
4.1	Konsep Visual	68
4.1.1	<i>Mindmap</i>	68
4.1.2	Alternatif Konsep	71
4.1.3	<i>Moodboard</i>	72
4.2	Proses Desain	74



© 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

4.2.1	Sketsa Imposisi	75
4.2.2	Sketsa Halus	75
4.2.3	Desain Komprehensif.....	80
4.2.4	Desain Terpilih.....	86
4.3	Media Pendukung	93
4.6	Pertimbangan produksi.....	97
BAB V PENUTUP.....		99
5.1	Kesimpulan	99
5.2	Saran	101
DAFTAR PUSTAKA		102

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Unity.....	14
Gambar 2.2 Balance.....	15
Gambar 2.3 Emphasis.....	16
Gambar 2.4 Sequence.....	18
Gambar 2.5 Leading Tracking.....	18
Gambar 2.6 Leading Tracking 2.....	20
Gambar 2.7 Serif.....	21
Gambar 2.8 Sans Serif.....	21
Gambar 2.9 Script.....	22
Gambar 2.10 Dekoratif.....	22
Gambar 2.11 Legibility.....	23
Gambar 2.12 Readability.....	24
Gambar 2.13 Tipografi.....	28
Gambar 2.14 Warna.....	30
Gambar 2.15 Klasifikasi Warna.....	31
Gambar 2.16 RGB dan CMYK.....	32
Gambar 2.17 Foto.....	34
Gambar 2.18 Artworks.....	35
Gambar 2.19 Infografik.....	36
Gambar 2.20 Garis.....	36
Gambar 2.21 Kotak.....	37
Gambar 2.22 Inzets.....	37
Gambar 2.23 Points/Bullets.....	38
Gambar 2.24 Anatomi Grid.....	39
Gambar 2.25 Manuscript Grid.....	41
Gambar 2.26 Collumn Grid.....	42
Gambar 2.27 Modular Grid.....	43
Gambar 2.28 Hierarchal Grid.....	43
Gambar 2.29 Eksplorasi Grid.....	44
Gambar 2.30 Kerangka Teori.....	47
Gambar 3.1 Profile Studyfrance.....	52
Gambar 3.2 Pendiri Studyfrance.....	52
Gambar 3.3 Studyfrance Activity.....	53
Gambar 3.4 <i>Company Profile</i> lama.....	55
Gambar 3.5 <i>Competitor Euro Management</i>	57
Gambar 3.6 <i>Competitor Nobel Edu</i>	57
Gambar 3.7 <i>Competitor Tesla Edu</i>	58
Gambar 3.8 <i>Competitor Institut Français Indoensia</i>	58
Gambar 4.1 <i>Mindmap</i>	69
Gambar 4.2 <i>Moodboard Cover, Layout</i>	73
Gambar 4.3 <i>Moodboard Fonts, Photography, Color</i>	73
Gambar 4.4 <i>Moodboard Illustrasion, Texture, Object</i>	74
Gambar 4.5 <i>Moodboard Layout Grid</i>	74
Gambar 4.6 <i>Sketsa Imposisi</i>	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



© 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 4.7 Sketsa Halus 1 “Smart Flights”.....	76
Gambar 4.8 Sketsa Halus 2 “Smart Flights”.....	77
Gambar 4.9 Sketsa Halus 1 “Light Up the Future”.....	78
Gambar 4.10 Sketsa Halus 2 “Light Up the Future”.....	79
Gambar 4.11 Sketsa Halus “Simply Warm”.....	80
Gambar 4.12 Komprehensif 1 “Smart Flights”.....	82
Gambar 4.13 Komprehensif 2 “Light Up the Future”.....	83
Gambar 4.14 Komprehensif 3 “Simply Warm”.....	85
Gambar 4.15 <i>Color Palette</i>	87
Gambar 4.16 <i>Typography</i>	87
Gambar 4.17 Ilustrasi <i>line art</i>	88
Gambar 4.18 Ilustrasi <i>solid shape</i>	89
Gambar 4.19 Fotografi.....	90
Gambar 4.20 <i>Grid System</i>	90
Gambar 4.21 Cover Terpilih.....	91
Gambar 4.22 <i>Company Profile Studyfrance</i>	92
Gambar 4.23 <i>Spread Company Profile Studyfrance</i>	93
Gambar 4.24 <i>Street Banner</i>	94
Gambar 4.25 <i>X-Banner</i>	94
Gambar 4.26 <i>Business Card</i>	95
Gambar 4.27 <i>Slide Presentasi</i>	96
Gambar 4.28 <i>Notebook</i>	97
Gambar 4.29 <i>Flyer Trifold</i>	97

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel SWOT matrix.....	61
Tabel 3.2 Tabel Creative Brief.....	64
Tabel 4.1 <i>Key Visual</i>	70



© 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

Lembar bimbingan Tugas Akhir
Transkrip Wawancara
Daftar Riwayat hidup



© 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





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

Company profile merupakan media yang mewakili citra sebuah perusahaan.

Company profile memaparkan informasi atau gambaran secara umum mengenai perusahaan. Informasi yang dipaparkan dalam *company profile* bisa berupa sejarah perusahaan, jasa apa yang ditawarkan, visi dan misi, kelebihan serta kualitas perusahaan. Semua informasi yang ditunjukkan bergantung pada kebutuhan perusahaan dan kepada siapa informasi tersebut akan disampaikan. *Company profile* merupakan upaya branding kepada pelanggan. Fungsi dari *company profile* yaitu menyampaikan informasi mengenai perusahaan yang bertujuan untuk menjual keunggulannya, serta menarik audiens atau mitra yang lebih banyak dengan ruang lingkup yang lebih luas untuk bekerja sama. Kelebihan dari *company profile* yaitu mempermudah perusahaan untuk memperkenalkan usahanya karena informasi yang dibutuhkan audiens terpapar jelas dan informatif dalam sebuah buku *company profile*. *Company profile* juga mempersingkat waktu bertemu dengan calon mitra, karena mereka dapat mempelajari perusahaan secara langsung dengan *Company Profile*.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pihak mitra bisnis Studyfrance yaitu Homeschooling Kak Seto, *Company Profile* merepresentasikan profesionalitas sebuah perusahaan. Berbagai bidang jasa cenderung menggunakan *company profile* sebagai usaha untuk memperluas pasar, khususnya pada jasa pendidikan. Menurut Iman (dalam Sary, 2020), *Company Profile* adalah sebuah media yang merepresentasikan citra perusahaan yang berisi informasi dan gambaran umum maupun detail mengenai perusahaan tersebut. Tujuannya adalah untuk memperkenalkan perusahaan kepada audiens dan mendekatkan perusahaan dengan target pasar. Menurut Wahyuni (2017), media *Company Profile* bertujuan untuk menyampaikan informasi kepada relasi atau konsumen seperti perusahaan-perusahaan.



© 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

Studyfrance merupakan lembaga pendidikan bahasa Prancis yang didirikan pada tahun 2018. Studyfrance menawarkan sebuah jasa kursus bahasa Prancis untuk pelajar yang ingin melanjutkan studi di negara Prancis. Tidak hanya dari segi akademis, Studyfrance juga akan membantu mempersiapkan aksesibilitas dan finansial, serta mampu mempersiapkan para pelajar untuk melangkah maju ke pendidikan tinggi yang memiliki kualitas terbaik dari pemerintah di Prancis. Walaupun masih banyak kompetitor yang cukup besar, Studyfrance memiliki reputasi yang baik dalam dunia lembaga bahasa Prancis. Sebanyak 100% siswa-siswi Studyfrance telah diterima di perguruan tinggi di Prancis dan telah mendapatkan sertifikat internasional Bahasa Prancis (DELF) B1/B2. Walaupun Studyfrance telah berdiri dengan umur yang masih muda (2 tahun), namun Studyfrance telah mendapatkan berbagai macam prestasi di bidangnya.

Dalam upaya meningkatkan jangkauan pasar, Studyfrance telah membuat *Company Profile* namun pada kenyataannya kurang mendapatkan respon positif, karena *Company Profile* tersebut dianggap kurang informatif, estetis dan juga kurang mencerminkan citra profesional, handal, dan terpercaya. Hal tersebut senada dengan apa yang diungkapkan oleh CEO Studyfrance dan juga diperkuat oleh hasil wawancara dari beberapa alumni atau mitra kerjasama. Berangkat dari keresahan inilah, maka perancangan ulang terhadap *Company Profile* Studyfrance perlu dilalukan. *Company profile* dalam Lembaga Pendidikan akan membantu menciptakan citra yang profesional dan meningkatkan nama baik. Sebuah Lembaga Pendidikan juga dapat dianggap serius dan layak dengan dibuatnya *Company Profile* (Abdulhafizh dan Djatiprambudi 2020).

Berdasarkan penjelasan di atas, perancangan ini bertujuan untuk menjawab permasalahan yang sedang dihadapi perusahaan, yaitu dengan upaya merancang ulang *Company Profile* Studyfrance dan media pendukung lainnya agar dapat memberikan informasi mengenai kualitas perusahaan kepada jangkauan audiens yang lebih luas, serta meningkatkan kepercayaan konsumen yang telah loyal terhadap jasa yang telah ditawarkan Studyfrance menjadi lebih baik. Citra baik yang ingin ditunjukkan pada *company profile* yang baru ialah kesan profesional sebuah perusahaan, lebih informatif dan berkualitas, serta hangat. Oleh karena itu,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

judul dari penulisan tugas akhir ini adalah “Perancangan Ulang *Company Profile* Studyfrance Sebagai Peningkatan Citra Baik”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka rumusan masalahnya adalah Bagaimana Perancangan ulang *Company profile* pada Studyfrance untuk menciptakan citra professional dan informatif?

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, ditentukan ruang lingkup pembahasan sebagai berikut:

- a. Proses perancangan *Company profile* Studyfrance.
- b. Proses penerapan teori desain grafis yang mendukung perancangan *Company profile* Studyfrance.
- c. Proses penerapan media pendukung kegiatan branding Studyfrance seperti *X-Banner*, *Flyer Trifold*, *Bussiness Card*, dan lain-lain.

1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Dalam penyusunan tugas akhir ini, ditentukan tujuan dan manfaat penelitian yaitu sebagai berikut:

- a. Tujuan Penelitian
Adapun tujuan pembahasan pada tugas akhir perancangan *Company profile* adalah sebagai berikut:
 1. Merancang *Company profile* Studyfrance.
 2. Menerapkan proses teori desain grafis yang mendukung perancangan *Company profile* Studyfrance.
 3. Menjelaskan proses penerapan media pendukung kegiatan branding Studyfrance seperti *X-banner*, *Flyer Trifold*, *Bussiness Card* dan lain-lain.

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

b. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian pada tugas akhir perancangan Company profile adalah sebagai berikut:

1. Manfaat bagi perusahaan

Pembuatan *Company profile* bertujuan agar Studyfrance memiliki *Company profile* yang merepresentasikan citra baik, terpercaya, dan professional perusahaan, dan cukup informatif dalam memberikan informasi mengenai kualitas perusahaan serta apa yang ditawarkan Studyfrance kepada audiens. Dengan demikian diharapkan *Company profile* ini, dapat menjadi media yang informatif dan juga efektif, terlebih untuk audiensi atau klien baru Studyfrance.

2. Manfaat bagi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi serta membantu menjawab masalah yang ada pada perancangan *Company profile* khususnya pada bidang jasa pendidikan. Diharapkan juga penelitian ini sebagai wadah untuk menambah wawasan mahasiswa tentang proses perancangan *Company profile* dalam bidang jasa pendidikan yang lebih baik lagi.

3. Manfaat bagi masyarakat umum

Penelitian ini diharapkan dapat memenuhi keinginan masyarakat mengenai kebutuhan dan kepercayaan kepada sebuah lembaga bahasa Prancis, serta membantu masyarakat untuk mengenal lebih jauh perusahaan serta jasa yang ditawarkan oleh Studyfrance. Sehingga masyarakat dapat percaya dengan perusahaan hingga terjalinnya kerjasama.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan tugas akhir ini, diperlukan sistematika penulisan yang baik agar pembahasan persoalan dan penyajian materi dapat terstruktur dengan baik, terarah serta mudah untuk dipahami. Untuk itu sistematika penulisan terdapat 5 (lima) bagian yaitu sebagai berikut:



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

Pada bab ini berisi tentang latar belakang perancangan *Company profile* Studyfrance. Dalam Bab ini juga dijelaskan mengenai Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan dan Manfaat, dan Sistematika Penulisan penelitian ini.

BAB II LANDASAN PERANCANGAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang teori umum dan teori khusus yang ada secara konseptual maupun operasional yang mendukung perancangan *Company profile* Studyfrance dalam penyusunan tugas akhir. Landasan teori dijelaskan dengan membahas studi desain grafis secara umum mengenai *Media Branding*, *Media Promosi Cetak*, *Layout*, *Grid System*, *Metode Riset Desain*, *Warna* dan *Tipografi* serta teori *Company profile*.

BAB III METODE PERANCANGAN

Pada Bab ini menjelaskan tentang metode pengambilan data dengan metode kualitatif deskriptif untuk memperoleh informasi yang akurat guna melengkapi dan menyempurnakan penulisan dalam penyusunan tugas akhir. Dalam Bab ini juga menjelaskan tentang *profile perusahaan*, *hasil riset*, *analisis data riset* serta *arahan kreatif*.

BAB IV PEMBAHASAN

Pada Bab ini berisi tentang pembahasan mengenai visualisasi konsep perancangan *Company profile* Studyfrance yang berisi *Mindmapping*, *Moodboard*, *sketsa imposisi*, dan *sketsa halus* dengan tahap selanjutnya yaitu eksekusi desain digital meliputi desain komprehensif yang menjelaskan elemen serta prinsip yang digunakan. Lalu menjelaskan satu desain terpilih dengan alasan pemilihan desain tersebut. Tahap selanjutnya adalah pengaplikasian karya pada media-media pendukung dan pertimbangan produksi.

BAB V PENUTUP

Pada Bab ini berisi tentang simpulan mengenai hasil desain perancangan *Company profile* Studyfrance dan saran dari laporan tugas akhir yang

telah disusun. Serta saran bagi penelitian berikutnya sehingga proses perancangan *Company profile* dapat mencapai hasil yang maksimal.



© 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



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 II

LANDASAN PERANCANGAN

Landasan perancangan dijelaskan dengan membahas studi desain grafis secara umum dan khusus. Studi desain grafis secara umum berupa teori Media *Branding*, Media Promosi Cetak, Company Profile, *Layout*, *Grid System* dan Warna.

2.1 Media Branding

Branding merupakan aktivitas komunikasi perusahaan dengan audiens untuk mendapatkan feedback dan image atau citra baik. Menurut Wijaya (dalam Febriani, 2020), branding memiliki beberapa tahap yang pertama adalah brand awareness yaitu kesadaran manusia terhadap sebuah merek. *Branding* merupakan aktifitas pembangunan image. *Branding* merupakan aktifitas pembangunan image. Kekuatan image/citra sebuah brand dapat dioptimalkan dengan memperkuat visual sesuai dengan kapabilitas. Citra dapat mencangkup reputasi dan kepercayaan audiens terhadap merek. Menurut Nilson (dalam Febriani, 2020), *branding* memiliki manfaat sebagai berikut:

1. Mendorong kesetiaan konsumen pada sebuah produk atau perusahaan
2. Produk yang berkualitas memiliki nilai jual yang tinggi, branding membantu meningkatkan kualitas produk/perusahaan
3. Dapat menciptakan keunikan sebagai pembeda antara produk sejenis maupun tidak
4. Menghemat kegiatan promosi, karena konsumen telah tertarik dengan apa yang ditawarkan perusahaan
5. Merek yang terkenal lebih banyak disukai oleh konsumen, branding membantu proses tersebut
6. Branding memperkuat citra diri pengguna merek tersebut
7. Dapat menginiasi sebuah produk untuk memakai nama merek yang sama

Hak Cipta :

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

Kegiatan branding dan media memiliki keterkaitan yang sangat dekat. *Branding* merupakan aktifitas menyampaikan pesan terhadap audiens mengenai sebuah produk atau perusahaan. Menurut Tuckwell (dalam Aryanto, Sudika, Bryan, 2017), media memiliki peran penting dalam komunikasi atau penyampaian pesan. Media dibutuhkan agar sebuah pesan yang disampaikan mendapatkan timbal balik atau *feedback*. Rustan (2020) menjelaskan dalam bukunya yang berjudul *Layout* 2020, bahwa dalam komunikasi, media merupakan perantara penyampaian konten kepada audiens.

2.2 Media Promosi Cetak

2.2.1 Definisi Media Promosi Cetak

Promosi berasal dari kata *Promovere (to move forward or advance)* hal tersebut bermakna merangsang pembelian langsung. Sedangkan *Advertere* berarti segala hal yang dilakukan agar konsumen memiliki pemikiran yang baik terhadap produk. Promosi adalah segala bentuk kegiatan memperkenalkan sebuah produk, individu, atau organisasi kepada masyarakat. Promosi berarti mengkomunikasikan pesan-pesan yang ada pada produk kepada khalayak luas. Periklanan merupakan bagian dari promosi. Dalam pelaksanaannya, promosi dilakukan melalui berbagai media atau perantara (Kriyantono, 2013).

Menurut Evans dan Berman yang dikutip Simamora (dalam Widiastuti, 2018), kegiatan promosi merupakan kegiatan yang mengingatkan, menginformasikan, dan membujuk orang-orang mengenai jasa atau produk yang ditawarkan. Berdasarkan Kotler (dalam Widiastuti, 2018) perusahaan menggunakan promosi sebagai alat untuk menyampaikan pesan yang bertujuan untuk menarik perhatian serta minat masyarakat.

Menurut Madjadikara (dalam Mursalina et. al., 2019), media cetak adalah kumpulan informasi berbentuk tulisan yang disampaikan kepada khalayak atau audiens. Dalam media cetak tidak jarang disisipkan gambar agar selain dibaca, informasi juga dapat dinikmati secara visual. Jadi, media promosi cetak merupakan kumpulan informasi mengenai suatu produk yang disajikan secara tertulis dan



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

tercetak yang bertujuan untuk memperluas dan memperkenalkan produk pada audiens yang lebih luas.

2.2.2 Fungsi Media Promosi Cetak

Media promosi dalam bentuk cetak memiliki keunggulan tersendiri karena jauh lebih efektif dan informatif. Menurut Armyn dan Heldi (2019), media cetak memiliki kelebihan yang sangat signifikan, karena analisa informasi dalam media cetak dibuat detail sehingga tingkat pemahaman audiens pada saat membaca jauh lebih besar. Media cetak memiliki fungsi informasi, edukasi, rekreasi, koreksi dan mediasi. Menurut Saladin (dalam Guntoro et. al., 2021), promosi adalah sebuah proses komunikasi antara penjual dan pembeli yang memiliki tujuan untuk mengubah sikap pembeli yang sebelumnya tidak mengenal produk menjadi pembeli yang mengenal dan setia kepada produk. Menurut Kriyantono (2013), media promosi memiliki fungsi sebagai berikut:

1. Promosi memiliki fungsi persuasive, bahwa media promosi dengan apapun jenisnya memiliki tujuan mengajak audiens untuk mengenal, memakai, maupun membeli produk tersebut.
2. Promosi berfungsi untuk menyampaikan pesan kepada khalayak luas. Pesan atau informasi tentang perusahaan dikemas sedemikian rupa agar bisa disebarluaskan kepada calon pembeli.
3. Promosi berfungsi untuk mengingatkan produk kepada audiens secara berulang-ulang.

2.2.3 Jenis-jenis Media Promosi Cetak

Menurut Kriyantono (2013), jenis jenis media promosi cetak untuk memasarkan perusahaan atau produk dan sebuah media pendukung dalam membangun citra perusahaan terdiri dari buku, spanduk, poster, banner dan kartu nama.

Salah satu media cetak yang sering digunakan perusahaan dalam menyampaikan pesan atau informasi dalam bentuk buku adalah *Company Profile* dan Katalog. Katalog digunakan sebagai penawaran langsung terhadap konsumen

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

(B to C). Sedangkan *Company Profile* dibuat sebagai bentuk promosi untuk melakukan penawaran kerjasama terhadap perusahaan lain (B to B).

Menurut Abdulhafizh dan Djatiprambudi (2020), pembuatan *Company Profile* dalam bentuk buku dapat memuat informasi lebih detail dan rinci mengenai perusahaan. Pembuatan *Company Profile* dalam buku juga memiliki tingkat kerumitan yang tidak terlalu tinggi. *Company profile* dalam bentuk buku juga dapat disimpan serta dibaca berulang-ulang.

2.3 *Company Profile*

Komunikasi merupakan hal penting dalam tersampainya dan berjalannya sebuah usaha. Komunikasi dapat berfungsi sebagai media pemasaran produk atau jasa. Berdasarkan jenis penyampaiannya, komunikasi terbagi menjadi 3 golongan, yaitu *the spoken words* (secara lisan), *the printed writing* (secara tulisan), *the audiovisual media* (gambar hidup). Golongan *the printed writing* meliputi barang-barang cetak seperti gambar atau lukisan seperti buku, pamphlet, surat kabar, majalah, yang bisa ditangkap oleh mata atau disebut dengan visual media (Doembana et. al., 2017).

Salah satu fungsi komunikasi yaitu memasarkan suatu produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Fungsi pemasaran adalah untuk memberikan *value* perusahaan dan mengelola hubungan dengan pelanggan dengan cara menguntungkan kedua belah pihak. Salah satu cara penyampaian informasi ialah menggunakan media cetak berupa *Company Profile*.

Menurut Iman (dalam Sary et. al., 2020) *Company Profile* merupakan media yang akan mewakili citra, makna, serta tujuan dari sebuah organisasi atau lembaga perusahaan. Di dalam sebuah *company profile* berisikan informasi dasar atau gambaran umum mengenai sebuah perusahaan. Berdasarkan Narolita (dalam Sary et. al., 2020) peran yang diciptakan oleh *company profile* merupakan peran penting untuk memperkuat citra perusahaan. Dengan adanya media yang menguatkan citra perusahaan, membuat kepercayaan calon mitra yang ingin bekerja sama semakin meningkat. *Company profile* akan menjelaskan secara

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

keseluruhan mengenai sejarah, visi-misi, apa yang ditawarkan, reputasi, struktur organisasi, sampai alur kerja.

Menurut Sunarya (dalam Sary et. al., 2020) *Company profile* merupakan alat komunikasi yang efektif dan penting khususnya dalam perusahaan yang menerapkan *business to business*, karena mampu menyampaikan segala bentuk informasi perusahaan yang dibutuhkan dan yang ditawarkan untuk customer secara padat dan jelas dalam sebuah buku.

2.3.1 Fungsi Company Profile

Berdasarkan Farah (dalam Menurut Abdulhafizh dan Djatiprambudi (2020), *company profile* memiliki fungsi sebagai berikut.

1. *Company profile* berfungsi dalam menyampaikan gambaran umum mengenai sebuah perusahaan, Lembaga, atau komunitas yang meliputi visi dan misi, sejarah berdiri atau informasi umum.
2. *Company profile* berfungsi sebagai media branding dan publikasi yang meningkatkan citra baik sebuah perusahaan.
3. *Company profile* sebagai media untuk menyebarluaskan, atau menarik calon konsumen atau bisa disebut sebagai alat promosi sebuah perusahaan.

2.3.2 Sistematika Company Profile

Agar informasi sampai kepada target secara optimal, berdasarkan dan Abdulhafizh dan Djatiprambudi (2020), terdapat hal-hal penting yang harus ada dalam isi *company profile*:

1. *Cover* depan
Bagian ini terdapat logo dan nama perusahaan. Logo dan nama harus terlihat jelas dan sampul depan harus terlihat semenarik mungkin, karena sampul depan akan mempengaruhi kesan pertama calon mitra kerja.
2. Sejarah Perusahaan
Sejarah perusahaan bisa ditulis dengan *About Us* atau Tentang Kami. Sejarah meliputi latar belakang berdirinya perusahaan, kapan mulai beroperasi sampai siapa pendiri perusahaan tersebut.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3. Visi dan Misi
Perusahaan yang ideal pasti memiliki visi dan misi. Visi dan misi merupakan tujuan serta cita-cita yang ingin dicapai serta target perusahaan untuk kedepannya.
4. Produk atau Jasa yang ditawarkan
Poin ini merupakan poin yang menjadi fokus konsumen karena hal inilah yang dicari mereka. Usahakan untuk menjabarkan secara detail mengenai jasa atau produk yang ditawarkan perusahaan.
5. Kelebihan Perusahaan
Kelebihan merupakan nilai tambahan perusahaan bagi konsumen. Kelebihan bisa menjadi pertimbangan konsumen untuk tertarik. Perusahaan harus menonjolkan kualitas dan alasan mengapa perusahaan tersebut layak dipilih untuk bekerja sama.
6. Cover Belakang
Pada bagian penutup bisa disertakan informasi kontak seperti alamat e-mail, akun sosial media yang aktif, dan lain sebagainya.

Terdapat poin opsional yang bisa ditambahkan dalam *Company Profile* yaitu:

1. Kata Pengantar
Diusahakan kata pengantar bersifat *to the point* dengan singkat, padat dan juga jelas.
2. Anggota Tim
Pada poin ini terdapat informasi mengenai anggota atau orang-orang yang memiliki peran penting dalam perusahaan. Selain nama, disertakan jabatan, tanggung jawab pada perusahaan dan kualifikasi.
3. Pengalaman Perusahaan
Pada poin ini dapat dicantumkan nama-nama perusahaan atau klien-klien yang telah bekerja sama dengan perusahaan tersebut. Secara tidak langsung, hal ini membangun reputasi dan kepercayaan kepada calon klien.



© 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. Testimoni

Bagian testimoni merupakan bagian yang cukup menjadi daya tarik calon klien terhadap perusahaan. Sertakan testimoni dari orang atau tokoh yang berpengaruh dan berkarakteristik sama dengan target pasar.

5. Informasi Tambahan

Bagian ini dapat dicantumkan penghargaan yang telah diterima perusahaan, legalitas perusahaan serta sertifikasi *Internasional Organization for Standardization (ISO)*.

6. Galeri Foto

Galeri foto bisa dicantumkan foto-foto yang menggambarkan perusahaan tersebut. Meliputi foto-foto kegiatan apa saja yang telah dilakukan perusahaan tersebut.

7. Tombol *Call to Action*

Pelanggan kadang tidak akan melakukan hal yang seharusnya mereka lakukan seperti menghubungi kontak perusahaan. Terkadang, perusahaan harus meminta atau mencantumkan kalimat ajakan, sehingga pelanggan akan lebih yakin untuk menghubungi perusahaan seperti kalimat “hubungi kami untuk informasi lebih lanjut”.

Desain dalam *Company Profile* merupakan hal yang sangat penting dalam membentuk persepsi audiens. Desain yang tidak sesuai dengan citra perusahaan akan merusak nama perusahaan itu sendiri. Maka dari itu, dalam pembuatan desain yang baik, diperlukan adanya *Layout*. Pada *Layout*, seluruh elemen desain disusun sesuai dengan prinsip-prinsip desain dan nilai estetika agar hasil desain sesuai dengan citra perusahaan. *Layouting* merupakan proses penting dalam pembuatan desain *Company Profile*.

2.4 *Layout*

Menurut Rustan (dalam Kurniawan dan Patria, 2019), dalam menyusun elemen-elemen desain yang beragam dalam sebuah desain, seorang desainer memerlukan *Layout* agar pesan dan konsep yang dibawanya tersampaikan secara

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

baik. Sebagaimana yang disebutkan oleh Paul dan Gavin (dalam Kurniawan dan Patria, 2019) *layout* memiliki makna susunan dari elemen desain pada sebuah bidang atau ruang yang tersusun atas dasar estetika, atau memiliki keindahan secara visual. Tujuan adanya *layout* ialah memberikan elemen desain yang berupa visual dan tekstual dikemas secara komunikatif untuk mempermudah audiens dalam memahami pesan.

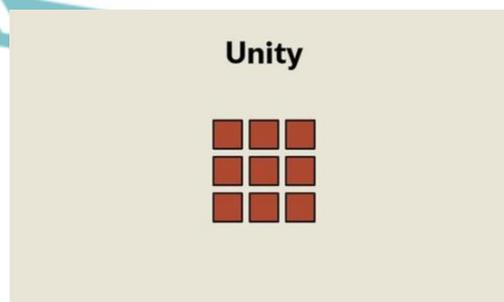
Dijelaskan oleh Hendi, (dalam Hasian dan Adam 2019), pengaturan elemen-elemen desain pada suatu karya memiliki peran besar dalam terciptanya desain yang baik. Tidak hanya berfungsi dalam mempercantik desain, *layout* memiliki fungsi komunikasi yaitu mempermudah penyampaian pesan agar lebih mudah dipahami. Pemahaman masing-masing elemen desain sangat diperlukan untuk menciptakan desain yang optimal.

Pada penyusunan konten berupa teks maupun gambar, *Layout* sangat berperan dalam menciptakan desain yang informatif dan estetis. Terdapat hal yang harus diperhatikan dalam proses *Layouting*, yaitu prinsip-prinsip dasar *Layout*. *Layout* memiliki prinsip-prinsip dasar yang perlu diperhatikan yaitu *Unity* (kesatuan), *Balance* (keseimbangan), *Emphasis* (penekanan), dan *Sequence* (urutan).

2.4.1 Prinsip

Layout yang baik merupakan *layout* yang mengandung prinsip *layout* di dalamnya. Prinsip *layout* terdiri dari *unity*, *balance*, *emphasis*, dan *sequence*. Berikut merupakan pembahasan dari prinsip-prinsip *layout* tersebut:

1. *Unity*



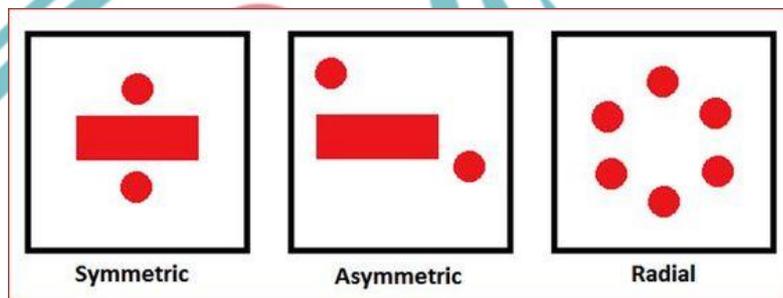
Gambar 2.1 *Unity*
Sumber: design.tutplus.com

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

Unity merupakan adanya interaksi antara unsur-unsur yang berbeda dalam suatu desain. *Unity* memiliki 2 macam pendekatan untuk mencapai sebuah kesatuan dalam suatu layout, yaitu *proximity* dan *repetition*. *Proximity* yaitu pengelompokan dan mendekatkan elemen-elemen yang berbeda menjadi satu kelompok. Lalu, *repetition*, yaitu pengulangan elemen desain yang sama agar membentuk sebuah konsistensi. (Beaird, 2010 dalam Feridansyah Ali, 2018)

2. *Balance*



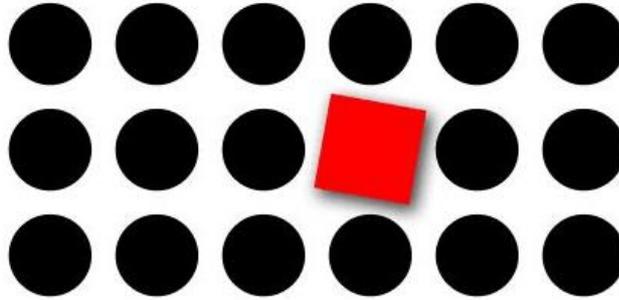
Gambar 2.2 *Balance*
Sumber: WikiWducator

Balance atau Keseimbangan adalah teknik mengatur keseimbangan antar elemen-elemen visual yang ada pada suatu bidang. Menurut Anggraini dan Nathalia (2018) Ada 2 macam keseimbangan, yaitu Simetris (formal) dan Asimetris (informal). Keseimbangan simetris yaitu apabila adanya kesamaan persis dan keseimbangan elemen desain pada bidang yang bersebrangan. Keseimbangan simetris juga memberikan kesan statis. Sedangkan keseimbangan Asimetris, merupakan keseimbangan yang tidak memerlukan kesamaan persis pada bidang yang bersebrangan dan memberikan kesan dinamis. Pada keseimbangan asimetris, dapat terjadi adanya perbedaan yang sangat kontras antara elemen satu dan lainnya. Asimetris mencakup perbedaan ukuran, posisi, warna serta arah mata dari sebuah elemen-elemen visual (Beaird, 2010 dalam Feridansyah Ali, 2018).

Hak Cipta :

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

3. *Emphasis*



Gambar 2.3 *Emphasis*
Sumber: sashimagazine.com

Menurut Anggraini dan Nathalia (2018), *Emphasis* merupakan penekanan pada suatu objek atau elemen tertentu. Penekanan ini berfungsi untuk mengarahkan mata pembaca pada satu titik fokus atau bagian yang penting. Dalam menciptakan *Emphasis* atau penekanan bisa dilakukan dengan cara berikut:

- a) Memberi ukuran lebih besar pada sebuah tulisan agar berbeda dengan tulisan lainnya.
- b) Memberikan warna yang beda atau kontras pada sebuah bentuk agar menjadi titik fokus mata pembaca. Misalnya menambahkan satu warna merah diantara elemen-elemen berwarna kuning.
- c) Meletakkan informasi penting pada posisi yang menarik perhatian.
- d) Menambahkan bentuk dengan *style* yang berbeda diantara elemen-elemen dengan *style* yang seragam. Misalnya meletakkan elemen garis dengan *style* yang *childish* diantara garis-garis dengan *style simple* dan modern.

Penekanan atau *Emphasis* dalam dunia desain bisa disebut dengan *Focal point*, *Eye Catcher*, dan *Center of Interest*. Penggunaan ruang kosong untuk penekanan dan menciptakan perhatian pada sebuah elemen juga bisa dilakukan. Adanya ruang kosong memberi kesan agar sebuah bidang tidak memberikan kesan terlalu padat. Dengan adanya ruang kosong, desain memecahkan kesan keberaturan dan menghilangkan kebosanan. Ada beberapa cara untuk menonjolkan sebuah elemen pada suatu desain:



Hak Cipta :

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

- a) Kontras
Untuk menciptakan *Focal Point* dapat dilakukan dengan membedakan satu objek dengan yang lainnya. Misalnya peletakan bentuk persegi akan menonjol jika berada di antara bentuk lingkaran.
 - b) Isolasi Obyek
Dalam tercapainya *Focal Point*, teknik isolasi objek juga dapat dilakukan, yaitu dengan cara memisahkan objek dari objek lainnya. Hal ini banyak dilakukan pada iklan produk Apple, Samsung, dan lainnya.
 - c) Penempatan Obyek
Objek akan menjadi *focal point* jika diletakan di tengah, namun elemen yang akan menjadi *focal point* ini harus memiliki *stopping power*. *Stopping power* ini berperan apabila ketika desain publikasi ingin ada salah satu elemennya yang ditonjolkan sebagai pusat perhatian. Tanpa *stopping power* yang kuat, desain akan terkesan biasa saja, dan mudah dilupakan oleh konsumen.
4. *Sequence*
- Menurut Hasian dan Rinaldo (2019), sebuah karya desain tidak hanya memuat satu pesan saja. Sebuah karya mencangkup berbagai pesan yang ingin disampaikan, oleh karena itu seorang desainer grafis membutuhkan *Sequence*. *Sequence* merupakan urutan perhatian atau alur Bergeraknya mata pembaca. Penggunaan *Sequence* dapat membantu desainer dalam mengarahkan mata pembaca dari informasi yang ingin disampaikan pertama sampai terakhir. Pesan mana yang ingin dilihat lebih dulu, diatur dalam penggunaan *Sequence* dalam pe-layout-an.

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



Gambar 2.4 *Sequence*
Sumber: pinerest Baltimore Magazine

Penggunaan *Sequence* biasanya terlihat pada bagaimana judul atau *headline* selalu dilihat oleh mata pertama kali dibanding *footer*. Informasi yang ingin disampaikan lebih utama dibuat lebih menonjol, sedangkan poin yang tidak diutamakan dibuat lebih kecil atau dengan warna yang tidak kontras. Menurut Rustan (dalam Hasian dan Rinaldo, 2019) orang yang tinggal di wilayah pengguna bahasa dan tulisan latin, cenderung membaca dari arah kiri ke kanan, atas ke bawah. Oleh sebab itu, tata letak pada karya desain dibuat sesuai dengan penelitian tersebut. Arah baca manusia cenderung menyerupai huruf Z, namun ada juga yang memiliki alur baca C, T, L, I dan lain sebagainya. Maka dari itu, mata pembaca akan otomatis terarah dengan adanya *Sequence*.

2.4.1 Elemen Layout

Elemen *layout* terbagi menjadi tiga jenis, yaitu elemen teks, elemen visual dan elemen tidak terlihat. Berikut merupakan elemen layout yang biasanya terdapat dalam buku:

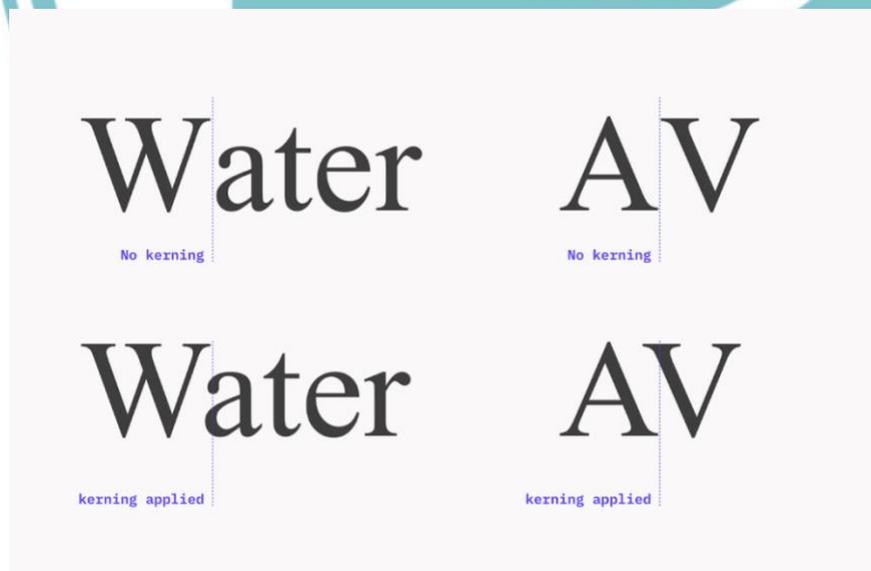
1. Elemen teks/Tipografi
 - a) Definisi

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

Tipografi berasal dari bahasa Yunani *typos* (cetakan) dan *graphe* (seni tulisan). Jan Tschichold (1902-1974) merupakan seorang seniman dan penulis buku *Die Neue Tipografie* (1928) dan *Typografische Gestaltung* (1935) yang merupakan panutan tipografi modern, mengatakan (dalam Sihombing, 2015), masing-masing jenis huruf memiliki karakteristik serta kesan tersendiri. Penggunaan tipografi harus sesuai dengan isi naskah dan tujuan serta pesan apa yang ingin disampaikan. Stanley Morrison (1889-1967) selaku perancang Times New Roman (dalam Sihombing, 2015) mengatakan bahwa tipografi digunakan untuk memaksimalkan tingkat pemahaman dalam membaca sebuah teks. Tipografi berguna untuk mengubah kata-kata (lisan) menjadi tulisan (visual). Bahasa visual berfungsi untuk menyampaikan cerita, ide, atau informasi dalam bentuk media apapun, seperti media poster, buku, *broschure*, surat kabar, label pakaian, dan *signage* (Hasian dan Putri, 2021).

b) Pengukuran Ruang Tipografi



Gambar 2.5 Leading Tracking 1
Sumber: pinterest *Design You Trust*

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 2.6 *Leading Tracking*
Sumber: designwebkit.com

Pembagian ruang horizontal antarhuruf dibagi menjadi dua, yaitu *kerning* dan *tracking*. *Kerning* atau *space-lettering* merupakan jarak antar sepasang huruf. Misalnya jarak antara huruf B dan C, B dan D, B dan E dan seterusnya. Sedangkan *leading* merupakan jarak antara baris yang pengukurannya *baseline to baseline* (Sihombing, 2015).

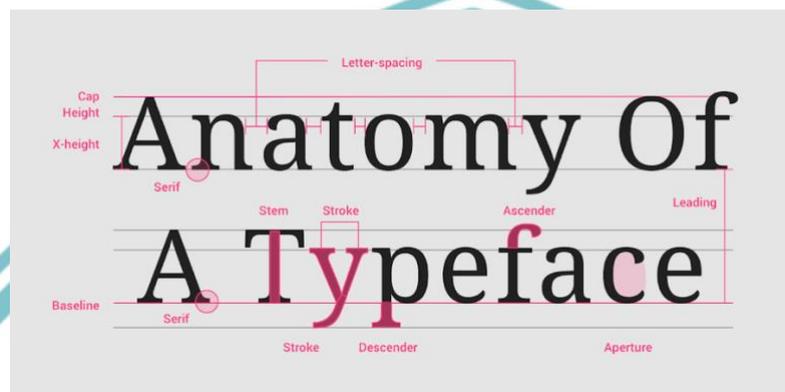
- 1) Jarak Antarkata
Pengukuran ruang jarak antarkata ini dilakukan dengan cara menyisipkan *Quad* diantara satu huruf dengan yang lainnya.
 - 2) Jarak Antarhuruf
Penggunaan *kerning* dan *leading* dalam *phototypesetting* dan *digital composition* untuk mengukur ruang jarak antarhuruf dihitung dengan unit.
 - 3) Jarak antarbaris
Dalam mengukur *leading* dihitung dalam satuan *point*, namun dalam teknik digunakan lembaran metal yang disisipkan di antara baris.
- c) Klasifikasi Huruf
- Dalam mengolah tipografi dalam sebuah desain, gunakanlah maksimal 3 jenis huruf yang kontras. Dengan menggunakan jenis huruf yang hampir sama, hasil desain akan memberikan kesan monoton. Kombinasikan *uppercase* dan *lowercase* dalam menggunakan tipografi, karena dengan menggunakan huruf kapital saja menyulitkan mata untuk menangkap isi

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

pesan. *Font* memiliki variasi yang disebut dengan *font family*. *Font family* terdiri *bold*, *italic*, *light*, *condensed*, dan *expanded*. Berikut klasifikasi menurut Anggraini dan Nathalia (2018).

1) Serif



Gambar 2.7 *Serif*
Sumber: Google *Typography*

Huruf serif memiliki kaki atau sirip pada ujung hurufnya. Huruf ini memiliki tebal dan tipis yang sangat kontras pada tiap hurufnya sehingga memiliki *Readability* yang sangat tinggi. *Serif* memberikan kesan elegan dan klasik, oleh karena itu, *serif* sering digunakan dalam surat-surat resmi, buku-buku dan surat kabar. Contoh dari *font serif* adalah Times New Roman, Century dan Garamond.

2) Sans Serif



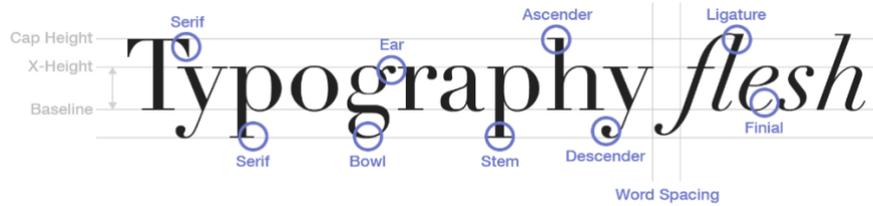
Gambar 2.8 *Sans Serif*
Sumber: Google *Typography*

Berbeda dengan *Serif*, *Sans Serif* adalah jenis huruf tanpa sirip/kaki. Jenis huruf ini mulai muncul dari abad ke-19. Sans serif memberikan kesan lebih modern, sederhana, dan masa kini. Contoh dari font sans serif adalah Comic Sans MS, Calibri, dan Arial.

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

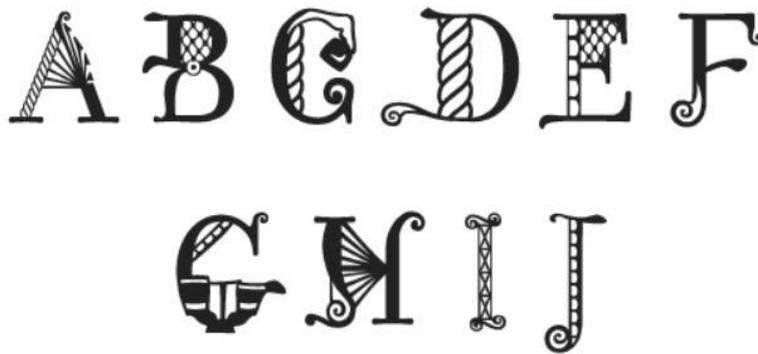
3) Script



Gambar 2.9 Script
Sumber: jamessparkes.com

Jenis huruf *script* merupakan huruf yang menyerupai goresan tangan hasil dari tulisan pena, atau pensil yang tajam. *Script* terbagi menjadi 2 jenis yaitu Formal Script dan Casual Script. *Formal Script* memiliki tampilan seperti goresan menggunakan pena yang klasik, jadi hasil dari tulisannya jauh lebih formal dan *authentic* (Kunstler dan Snell Roundhand). Sedangkan *casual script* biasa dipakai pada media yang lebih santai dan non-formal, karena kesan yang diberikan menyerupai goresan kuas atau pensil.

4) Dekoratif



Gambar 2.10 Dekoratif
Sumber: creativemarket.com

Jenis tulisan dekoratif merupakan pengembangan dan penambahan ornament dari huruf yang sudah ada. Penambahan hiasan pada jenis

Hak Cipta :

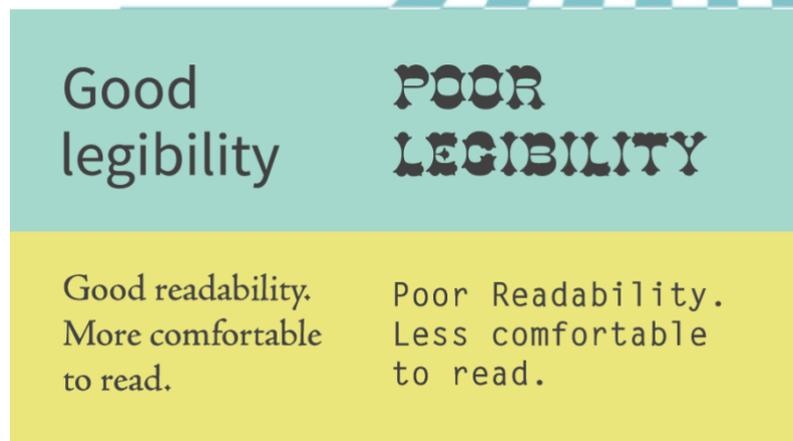
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

huruf yang sudah ada ini biasanya digunakan untuk menulis *heading* atau judul.

d) Desain Tipografi

Dalam sebuah desain, elemen satu dengan yang lainnya saling mempengaruhi. Tipografi merupakan elemen desain yang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh elemen desain lainnya. Penggunaan elemen tipografi dalam desain disebut dengan desain tipografi. Menurut J. Ben Lierman (dalam Anggraini dan Nathalia, 2018), ada dua hal yang mempengaruhi keberhasilan penggunaan tipografi dalam desain, yaitu *legibility* dan *readability*.

1) *Legibility*



Gambar 2.11 *Legibility*
Sumber: Twitter @BioRender

Menurut Sihombing (2015), *legibility* merupakan kualitas huruf dan seberapa mudah suatu huruf dapat terbaca. Tingkat keterbacaan sebuah huruf dapat ditentukan pada tebal tipisnya *stroke*, besarnya *x-height* (tinggi huruf), *ascender* dan *descender*. Bentuk huruf yang terlalu abstrak akan membuat pembaca bersusah payah dalam memahami pesan yang ingin disampaikan. Sedangkan menurut Anggraini dan Nathalia (2018), *legibility* bukan merupakan tujuan utama dalam sebuah karya desain, karena banyak dari karya desain yang lebih mengutamakan penyampaian ekspresi dan perasaan dalam sebuah karya tipografi.

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) *Readability*

Legibility and readability are key to holding the reader's attention.
Legibility and readability are key to holding the reader's attention.
Legibility and readability are key to holding the reader's attention.

Readability
Readability
Readability

Gambar 2.12 *Readability*
Sumber: justcreative.com

Readability merupakan penggunaan huruf dengan memperhatikan hubungan satu huruf dengan yang lainnya. Penggunaan spasi antarhuruf harus diperhatikan. Spasi antarhuruf bukanlah sesuatu yang dapat diukur secara matematis, namun dilihat dan dirasakan. Huruf yang digunakan mungkin sudah tergolong *legible*, namun saat mata pembaca masih lelah dalam membaca teks tersebut, maka sebuah teks belum cukup *readable*. Kerenggangan teks dalam sebuah karya desain dapat mengganggu keseimbangan sebuah desain. Terlalu rapatnya teks membuat mata lelah, sedangkan terlalu renggangnya teks akan menciptakan tekstur. Kurangnya *readability* dan *legibility* sebuah huruf serta teks dapat menyebabkan gagalnya desain karena tidak komunikatif. Namun, selain informatif, elemen tipografi juga dapat membawa emosi dan ekspresi sebuah desain (Anggraini dan Nathalia, 2018).

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

e) Aplikasi Tipografi

Dalam mengolah pemakaian tipografi pada karya desain, ada beberapa hal yang harus dipertimbangkan yang berhubungan dengan variasi, jarak antarhuruf, ukuran, dan lain-lain.

1) Ukuran Huruf

Ukuran huruf dalam komputer disebut dengan point. Besar kecilnya huruf disesuaikan dengan hierarki teks atau prioritas infomasinya. Biasanya, judul/*headline* dibuat dengan ukuran lebih besar dari poin lainnya. Ukuran *body text* atau isi biasanya menggunakan ukuran lebih kecil dari judul, namun tidak terlalu kecil. Ukuran *ideal body text* adalah 8 – 12 *point*. Besar kecil huruf disesuaikan dengan kebutuhan, khususnya target pembaca. Jika target didominasi dengan anak kecil dan lansia, ukuran huruf perlu dibuat dengan ukuran lebih besar dari biasanya.

2) Hierarki dalam Tipografi

Pada saat mengolah tipografi, diperlukannya hierarki adalah untuk menentukan teks mana yang ingin ditonjolkan terlebih dahulu. Misalnya pada judul diberi ukuran lebih besar, lalu sub judul dibuat ukuran lebih kecil dari judul, dan *body text* dibuat dengan ukuran lebih kecil. Hal tersebut membantu pembaca dan juga desainer, pembaca akan menangkap informasi yang ingin disampaikan desainer lebih utama.

3) Jumlah Jenis Huruf

Penggunaan jenis huruf dalam satu desain cukup dengan maksimal 3 jenis huruf. Gunakan jenis huruf yang memiliki perbedaan signifikan atau kontras. Tidak semua orang dapat membedakan jenis huruf jika jenis huruf yang dipilih hampir sama. Pemilihan huruf yang tidak beragam akan membuat desain terkesan monoton. Manfaatkanlah potensi *family-typenya*. Variasi ukuran, tebal tipis huruf juga perbedaan warna agar lebih menarik.

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

4) Variasi Huruf

Huruf kapital (*upper-case*) akan lebih sulit dibaca, maka dari itu, kombinasi dari *upper-case* dan *lower-case* sangat dianjurkan dalam pengolahan tipografi. Perhatikanlah gaya dan ketebalan dari font yang dipilih. Desainer harus memanfaatkan *type-family* yang ada pada masing-masing huruf. Seperti *bold*, *light*, *italic*, *condensed*, dan *expanded*. Huruf tebal memberikan kesan lebih tegas dan *stand out*, biasanya cocok digunakan untuk tulisan judul. Sedangkan huruf miring memberikan kesan modern. Kombinasi dari tebal dan tipisnya huruf bisa memberikan kesan kontras, kita juga dapat menebalkan huruf pada teks yang lebih penting.

5) Penggunaan warna

Penggunaan warna pada teks dan *background* perlu diperhatikan. Background dan juga teks harus memiliki warna yang kontras, agar teks mudah terbaca dan lebih menonjol. Jika warna *background* sama gelapnya dengan teks, teks akan sulit untuk dibaca. Dianjurkan memberikan warna terang, dan teks warna gelap atau sebaliknya.

6) Penggunaan spasi baris (*leading*) dan spasi huruf (*kerning*, *tracking*)

Leading adalah jarak antarbaris pada sebuah teks. Jika jarak antarbaris terlalu rapat, teks akan cenderung sulit untuk dibaca. Namun jika jarak antarbaris terlalu jauh, maka kalimat akan terlihat terputus-putus. Jarak antarbaris minimal 2 *point* lebih besar daripada tinggi huruf. Hal ini tergantung dari jenis tulisan, tulisan tebal akan membutuhkan *leading* yang lebih tebal. Sementara ada 2 jenis spasi antarhuruf yaitu *tracking* dan *kerning*. *Tracking* merupakan jarak antar grup huruf, jadi *tracking* mengatur agar kata-kata tidak saling tumpang tindih, yang dibantu oleh *tracking* adalah tingkat keterbacaan perkata. Sedangkan *kerning* merupakan jarak antarhuruf secara individual. Sangat membantu dalam pembacaan judul, logo, atau teks yang menggunakan huruf besar.

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

7) Panjang baris teks

Tidak jarang pada surat kabar, tulisan terlihat sangat banyak hingga teks dibagi menjadi kolom per kolom. Mata akan cepat lelah jika membaca teks dengan baris yang sangat panjang. Tidak ada aturan pasti dalam jumlah huruf perbaris, namun akan lebih baik, dalam satu baris terdiri dari 50-60 huruf. Aturan ini juga diterapkan dalam menulis judul atau *headlines*. Jika judul terlalu panjang, dianjurkan untuk memecahnya menjadi dua baris. Namun tetap harus diperhatikan *flow* dari suatu kalimat jika ingin memecahnya.

8) Penataan Baris (*alignment*)

Untuk pembacaan teks yang lebih optimal dan nyaman, dianjurkan menggunakan alignment seperti rata kanan, rata kiri, rata tengah/center dan *justified*.

a) Rata kanan

Komposisi teks akan rata pada bagian kanan dan tidak beraturan pada bagian kiri. Rata kanan tidak dianjurkan untuk teks yang panjang. Penataan garis ini dianjurkan untuk teks yang pendek seperti teks iklan atau judul.

b) Justified

Komposisi teks rata pada bagian kanan dan kiri, biasanya digunakan untuk teks yang panjang. Jika teks sedikit menggunakan *justified*, akan terlihat seperti “lubang” pada bagian spasi antarkata.

c) Rata kiri

Pada komposisi rata kiri, teks akan rata pada bagian kiri dan tidak beraturan pada bagian kanan. Rata kiri lebih banyak dipilih oleh perancang grafis.

d) Rata tengah/*center*

Komposisi ini membuat bagian kanan dan kiri teks tidak rata. Rata tengah/*center* akan lebih baik dilihat jika baris hurufnya

- 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

tidak memiliki ukuran yang sama, agar menciptakan siluet huruf yang menarik

f) Penggunaan Tipografi pada *Layout*



Gambar 2.13 Tipografi pada *Layout*
Sumber: magazinedesigning.com

Penggunaan tipografi pada layout adalah untuk menyampaikan informasi secara efektif kepada audiens. Tidak jarang sebuah *layout* menampilkan elemen teks dan visual secara bersamaan, namun elemen teks/tipografi pada *layout* merupakan elemen yang lebih mudah dipahami oleh audiens. Tidak semua elemen teks wajib dicantumkan dalam sebuah *layout*, berikut merupakan bagian-bagian elemen teks pada layout yang sering ditemukan.

- 1) Judul (ukuran tulisan lebih besar dan menarik)
- 2) *Bodytext* (mengandung banyak informasi)
- 3) Sub-judul (judul segmen)
- 4) *Caption* (keterangan singkat disertai oleh elemen visual, ukuran tulisan lebih kecil dari *bodytext*)



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) *Deck* (gambaran singkat mengenai topik pembicaraan yang terletak di antara judul dan *bodytext*, ukuran teks lebih kecil dari judul dan tidak lebih kecil dari *bodytext*, warna teksnya pun berbeda)
- 6) *Callouts* (elemen visual yang memiliki keterangan lebih dari satu)
- 7) *Kickers* (berbeda dengan *running head*, selain dalam bentuk teks, *kickers* juga dapat berupa bentuk, warna, atau gambar yang terletak di atas judul, dan tidak ada pada setiap halaman)
- 8) *Initial caps* (satu huruf capital yang berukuran sangat besar di awal paragraph sebagai penyeimbang)
- 9) *Lead line* (baris awal pada tiap paragraph yang diberi pembeda dalam penulisan)
- 10) Spasi (memiliki fungsi sebagai pembeda antar paragraf, tulisan)
- 11) *Header & Footer* (header merupakan area margin atas dan sisi atas kertas, footer merupakan area bagian bawah kertas dan margin)
- 12) *Running head* (informasi tentang judul buku atau bab yang sedang dibaca, memiliki konsistensi penempatan)
- 13) *Indent* (baris pertama dalam sebuah paragraph yang menjorok masuk ke dalam)
- 14) *Footnote* (berisi informasi detail dari berbagai tulisan tertentu)
- 15) Nomor halaman (untuk mempermudah mengingat lokasi topik yang sedang dibaca)

2. Elemen visual

Elemen visual pada layout merupakan segala bentuk elemen bukan teks yang terlihat oleh mata. Elemen visual atau image pada *layout* menurut Ratnawati (2020) terdiri dari foto, *artworks*, *infographics*, garis, kotak, *inzets* dan poin. Berikut merupakan penjelasannya.

a) Warna

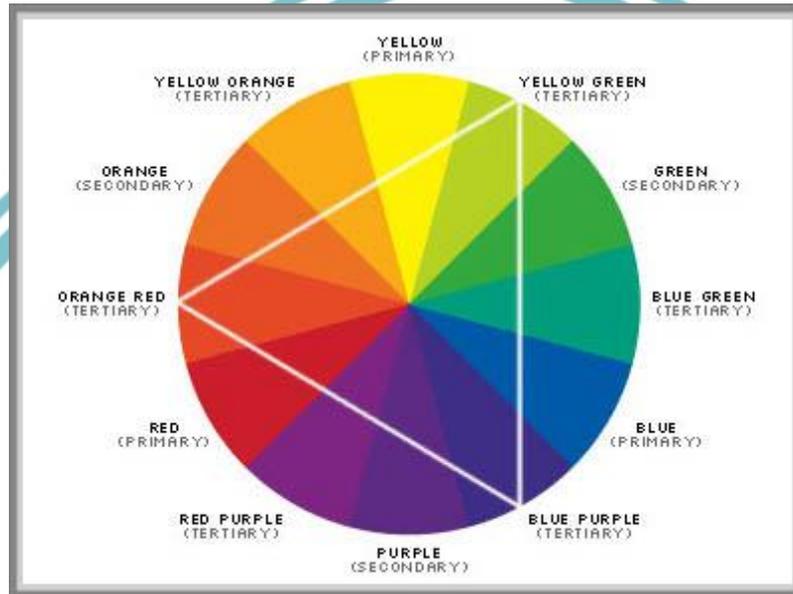
1) Definisi

Warna merupakan hal yang paling mudah ditangkap oleh mata manusia. Warna sendiri muncul karena adanya cahaya, sesuai dengan gagasan Nugroho (dalam Hasian dan Putri 2021), warna

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

merupakan unsur yang paling akrab dengan manusia, karena warna menimbulkan sebuah kesan pada perasaan manusia. Warna juga terjadi karena adanya getaran atau gelombang yang diterima langsung oleh indra pengelihatannya.



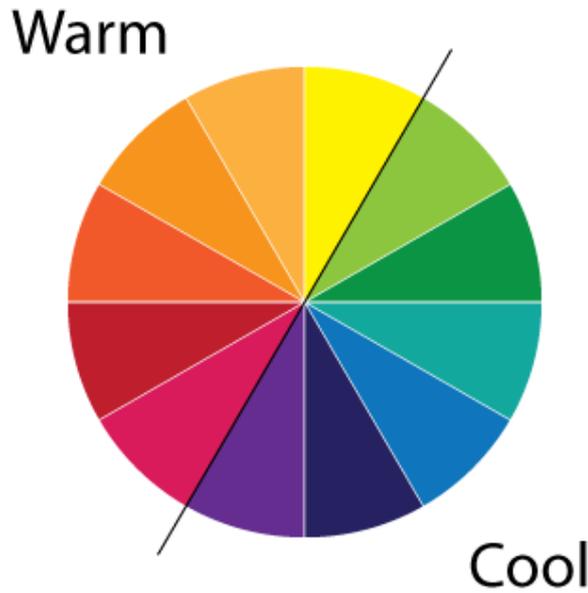
Gambar 2.14 Warna
Sumber: pinterest

Menurut Anggraini dan Nathalia (2018), warna memiliki peran penting dalam menyampaikan citra atau identitas yang ingin disampaikan. Warna menentukan citra apa yang mewakili sebuah perusahaan, tergantung pesan apa yang ingin disampaikan kepada audiens. Warna merupakan unsur yang sangat menarik perhatian dan meningkatkan suasana sebuah desain, namun penggunaan warna yang salah juga dapat mengakibatkan hilangnya minat audiens untuk membaca. Perpaduan warna pada suatu desain juga harus diperhatikan, seperti jika kita meletakkan warna biru tua di atas warna hitam, atau meletakkan warna kuning di atas warna putih akan mengganggu dan tidak nyaman di mata pembaca.

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

2) Klasifikasi warna

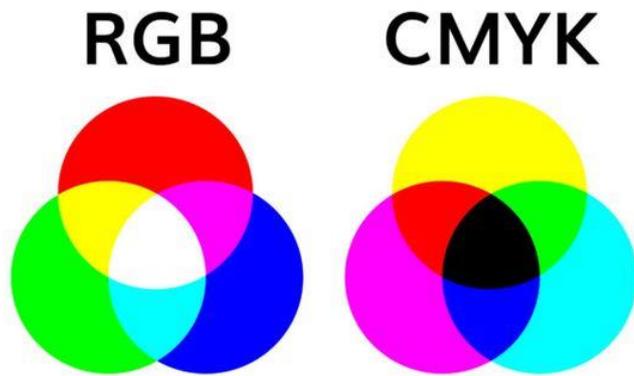


Gambar 2.15 Klasifikasi Warna
Sumber: pinterest

Warna primer (*primary color*) merupakan warna murni atau bukan merupakan campuran dari warna-warna lain. Dalam warna primer terdapat 3 warna, yaitu merah, kuning dan biru. Warna sekunder (*secondary color*) merupakan campuran 50:50 dari warna primer. Misalnya, ungu merupakan campuran dari warna merah dan biru, jingga merupakan campuran dari warna merah dan kuning, dan hijau merupakan campuran dari warna biru dan kuning. Warna tersier (*tertiary color*) merupakan campuran dari satu warna primer dengan satu warna sekunder, misalnya warna jingga kekuningan didapat dari campuran warna kuning dan jingga. Warna netral merupakan campuran dari warna primer, sekunder dan tersier dengan proporsi 1:1:1. Biasanya, campuran dari ketiga warna tersebut mendekati warna hitam, dan menjadi penetral atau penyeimbang dari warna kontras (Anggraini dan Nathalia, 2018).

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



Gambar 2.16 RGB dan CMYK
Sumber: pinterest

Penggunaan warna dapat dibagi menjadi 2 yaitu warna *RGB* (*Additive Color*) dan *CMYK* (*Subtractive color*). Warna yang muncul karena adanya cahaya dan sering digunakan pada lampu, layar monitor, gadget, televisi, disebut dengan warna RGB/Additive color. Sedangkan menurut (Swasty, 2017) warna Subtractive memiliki 3 warna dasar yang dikenal dengan sebutan *RYB* (*red, yellow, blue*) dan 3 warna sekunder yaitu jingga, hijau dan ungu. Selain warna yang disebutkan sebelumnya, bentuk lain dari warna Subtractive yaitu *CMY* (*cyan, magenta, yellow*), campuran dari ketiga warna tersebut menciptakan warna coklat kehitaman, maka disebut dengan CMYK. Warna ini sering digunakan untuk kebutuhan percetakan. Penggunaan warna akan menjadi lebih rumit ketika harus merubah warna additive menjadi subtractive, karena ketika pada layar mata melihat warna dengan proses *additive*, sedangkan proses mencetak dengan mesin cetak menggunakan warna *subtractive*.

3) Karakteristik dan Simbolisasi warna

Karakter warna yang akan dijabarkan merupakan warna-warna murni atau warna pelangi. Jika tingkat kegelapan dan keterangannya berubah, maka makna akan berubah. (Waikins dalam Nugroho,

Hak Cipta :

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

2015). Menurut Nugroho (2015), berikut warna dan karakteristiknya.

a) Kuning

Diasosiasikan dengan matahari dan sinar matahari. Memiliki karakter riang gembira, cerah dan supel. Kuning melambangkan kemenangan, kegembiraan, kecemerlangan, kehidupan dan kecerahan.

b) Jingga

Jingga diasosiasikan pada awan jingga. Warna ini melambangkan kemerdekaan, anugerah dan kehangatan.

c) Merah

Warna merah memiliki karakter energik, berani, marah dan kuat. Warna ini sering diasosiasikan pada api. Warna merah membakar semangat dan gairah. Namun warna merah juga dapat memberi kesan agresif.

d) Ungu

Ungu merupakan campuran dari warna merah dan biru, namun lebih dekat dengan merah. Ungu memiliki makna kekayaan, kebesaraan, dan keangkuhan, kenengratan, bangsawan.

e) Violet

Warna ini lebih dekat dengan warna biru. Warna ini memiliki makna sebaliknya dari ungu. Violet melambangkan melankoli, kesusahan, suatu bencana.

f) Biru

Sering diasosiasikan dengan air laut, angin, dan langit. Warna biru memiliki karakter yang dingin, sedih dan melankoli, terang namun cerah. Warna ini menyimbolkan ketenangan, kesetiaan, perdamaian. Menurut Swasty (2017), warna biru memiliki *symbol* kepercayaan dan loyalitas.

Hak Cipta :

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

- g) Hijau
Diasosiasikan dengan alam, tumbuh-tumbuhan. Warna ini memiliki karakter segar, hidup, tumbuh, keseimbangan, dan netral. Memiliki lambing kesuburan, keyakinan dan keabadian.
- h) Putih
Memiliki karakter tegas, cerah, mengalah, suci, dan positif. Disimbolkan oleh kemurnian, kejujuran, ketulusan, kedamaian dan ketentraman.
- i) Hitam
Hitam memiliki karakter yang misterius. Diasosiasikan dengan malam dan kegelapan. Bisa bermakna kesedihan, kematian, menekankan sesuatu, tegas dan *depressive*.
- j) Abu-abu
Warna ini kelabu dan memiliki watak di antara hitam dan putih. Warna ini cocok untuk menjadi latar belakang semua warna. Memiliki simbol ketenangan dan kebijaksanaan.
- k) Cokelat
Warna coklat merupakan warna tanah dan warna yang natural. Memiliki makna kedekatan hati, sopan terhormat walaupun sedikit memancarkan kurang bersih.

b) Foto



Gambar 2.17 Fotografi
Sumber: photographylife.com

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

Pengaplikasian foto dalam *layout* memberi kesan dapat dipercaya. Foto juga dapat berfungsi sebagai ilustrasi untuk menambahkan nilai estetis dalam penyampaian ilustrasi pada *layout*. Fotografi yang berwarna akan lebih menampilkan dan menghidupkan suasana (Kaban, et., al., 2020).

c) Ilustrasi



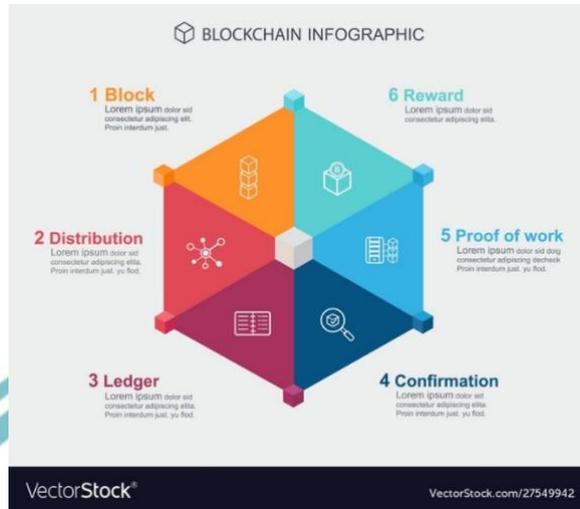
Gambar 2.18 *Artworks*
Sumber: blog.tubikstudio.com

Ilustrasi adalah sebuah proses grafis yang berperan sebagai penghias dan juga memperjelas suatu *statement* yang memberi pengertian lebih dalam bagi pembacanya. Ilustrasi dapat menghidupkan sebuah tulisan atau naskah, dengan cetakan yang berwarna maupun hitam putih dalam bentuk foto, coretan tangan (manual dan digital), grafik maupun diagram. (Maharsi, 2016). Selain untuk memperjelas sebuah naskah, ilustrasi memiliki fungsi sebagai daya tarik, menonjolkan karakter dan memperkuat karakter sebuah produk. Jenis ilustrasi yang biasa dipakai pada produk yaitu jenis dekoratif, yang mana melebih-lebihkan maupun menyederhanakan sebuah bentuk (Ramdani, 2019).

d) Inforgraphics

Hak Cipta :

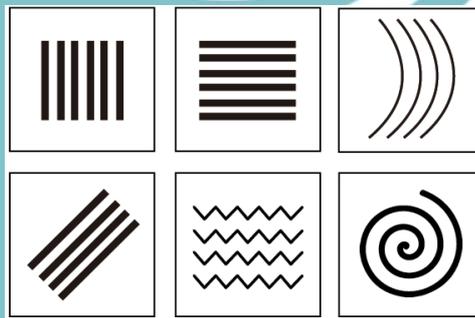
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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



Gambar 2.19 Infografik
Sumber: vectorstock.com

Infographics berisi data-data dan informasi statistic, hasil survey dalam bentuk visual seperti diagram, peta, dan lain-lain.

e) *Garis/Rules*



Gambar 2.20 Garis
Sumber: saveasbrand.com

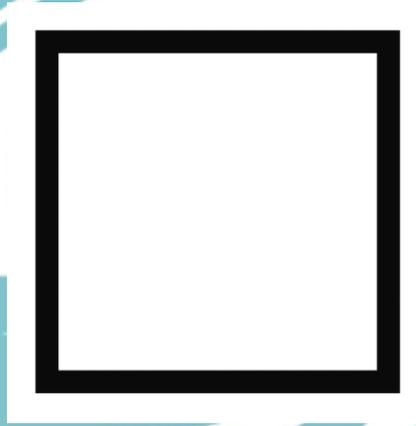
Garis berfungsi sebagai penyeimbang *layout*, selain itu garis juga sebagai pengikat elemen dan memberikan nilai estetis pada desain. Menurut Feldman (dalam Kaban, et., al., 2020) garis memiliki 4 jenis yaitu garis horizontal, vertikal, diagonal dan lengkung. Garis vertikal memiliki makna kekal atau abadi. Sementara garis horizontal merupakan garis penyeimbang untuk garis vertikal. Garis horizontal merupakan garis yang konstruktif. Garis diagonal memiliki makna yaitu tidak stabil dan tidak terkontrol serta garis lengkung mencerminkan fleksibilitas dan kesan harmonis. Menurut teori Hendratman dalam (Creativany, et., al.,

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

2020) setiap jenis garis memiliki makna. Garis horizontal memberikan kesan yang tenang atau sesuatu yang tidak bergerak. Sementara garis vertikal akan memberikan kesan tegas, kuat dan kokoh. Garis lengkung akan memberikan kesan mengalir dan garis spiral memberikan makna kelahiran dan juga hipnotis.

- f) Kotak



Gambar 2.21 Kotak
Sumber: dumetschool.com

Penggunaan kotak atau frame pada layout memberi kesan rapi pada sebuah layout. Kotak atau frame biasanya dipakai untuk meletakkan informasi-informasi tambahan.

- g) Inzet



Gambar 2.22 Inzets
Sumber: liupurnomo.com

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

Inzets merupakan sebuah visual dengan ukuran kecil yang diletakan di atas visual yang lebih besar. Fungsi inzets untuk menonjolkan informasi yang lebih detail.

h) *Points/Bullets*



Gambar 2.23 *Points/Bullets*
Sumber: vectorstock.com

Points sering ditemukan pada daftar isi atau informasi dalam bentuk list poin-poin. Points merupakan tanda baca dan juga ornament.

3. Elemen tidak terlihat

Margin dan *Grid* merupakan elemen tidak terlihat yang tidak ikut dicetak. *Margin* merupakan batas pinggir kertas dengan area yang akan diisi dengan desain. sedangkan *Grid* adalah garis-garis yang tidak terlihat yang membantu desainer dalam menata elemen-elemen layout agar menciptakan sebuah konsistensi. Dalam layout juga terdapat ruang kosong. Ruang kosong sangat dipentingkan dalam desain. Tidak terbayang seluruh elemen dalam desain ditempel tanpa adanya ruang. Ruang memberi kesempatan untuk elemen desain bernapas. Fungsi ruang kosong dalam desain ialah sebagai pemisah antar elemen, memberi focus, memberikan kesan clean, layout menjadi lebih seimbang dan harmonis, serta meningkatkan tingkat keterbacaan teks.

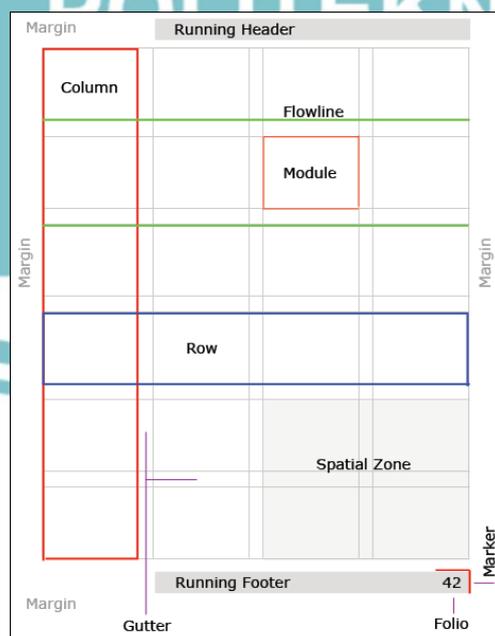
Hak Cipta :

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

a) *Grid*

Gordon Brander mengatakan (dalam Anggraini dan Nathalia, 2018), grid sangat membantu desainer dalam merancang sebuah desain yang teratur. Penggunaan grid menciptakan keharmonisan secara visual, kompleksitas dan koherensi pada desain. *Grid* membantu desainer untuk melakukan sesuatu yang lebih dan *out of the box* dengan keterbatasan. Beberapa berpendapat, dengan adanya grid akan memberi batas pada desainer untuk berkreasi dan mengeksplor *layout*. Faktanya, *grid* memberikan fasilitas berkreasi dengan adanya kerangka bekerja. *Grid* membantu menyelesaikan kebingungan desainer dalam meletakkan gambar-gambar atau elemen grafis lainnya. Oleh karena itu, sistem grid akan membantu desainer dalam menciptakan konsistensi dalam pengulangan komposisi layout. Contohnya yang terjadi pada surat kabar. Surat kabar akan disebar setiap harinya, desainer harus menyiapkan *layout* secara cepat dan efisien. Tidak mungkin, surat kabar tampil denga *layout* yang berbeda setiap harinya, maka dari itu, sistem *grid* ini sangat membantu dalam pembuatan layout surat kabar.

1) Anatomi *Grid*



Gambar 2.24 Anatomi *Grid*
Sumber: vanesodesign.com

Hak Cipta :

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

- a) **Format**
Format adalah area dimana nantinya elemen desain seperti teks dan gambar akan diletakan. Misalnya pada majalah, format pada majalah adalah halaman majalah itu sendiri.
- b) **Margins**
Margins adalah ruang negatif antara batas luar konten dan sisi luar sisi luar format. *Margins* yang luas akan memfokuskan mata pembaca pada ruang positif atau letak elemen desain berada.
- c) **Flowlines**
Flowlines merupakan garis yang membagi ruang menjadi beberapa bidang horizontal.
- d) **Modules**
Modules adalah sebuah ruang yang dipisahkan oleh interval yang menciptakan sebuah bangunan dasar *grid*. Repetisi dan modules akan menghasilkan baris dan kolom. Lebar modules akan lebih ideal jika mengikuti ukuran teks.
- e) **Spatial zones**
Spatioal zones merupakan gabungan dari modules yang berdekatan. Setiap bidang memiliki fungsi tersendiri, misalnya sebuah bidang horizontal digunakan untuk meletakan gambar, lalu sebuah bidang *vertical* digunakan untuk meletakan teks yang memanjang, dan sebagainya.
- f) **Collums**
Collums merupakan *modules* yang disusun secara *vertical*. Banyaknya jumlah *collums* akan membantu pembuatan grid menjadi lebih fleksibel. Namun, terlalu banyaknya collums dapat mempersulit desainer dalam meletakan elemen desain. Ukuran *collums* tergantung pada jenis grid yang digunakan.
- g) **Row**

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

Rows memiliki makna yang sama dengan collums, yang membedakan adalah rows tersusun dalam bentuk horizontal.

h) *Gutters*

Kolom dan baris memiliki jarak yang disebut dengan gutters.

i) Folio

Folio ada jika nomor pada halaman ditempatkan pada posisi yang konsisten pada *margin*, folio terletak pada di atas atau bawah komposisi.

j) *Running header & footer*

Running header merupakan informasi yang menjelaskan tentang naskah yang sedang dibaca, biasanya meliputi informasi judul, sub judul, penulis dan lain lain. *Running footer* memiliki makna yang sama dengan running header, namun letaknya berada pada bawah format.

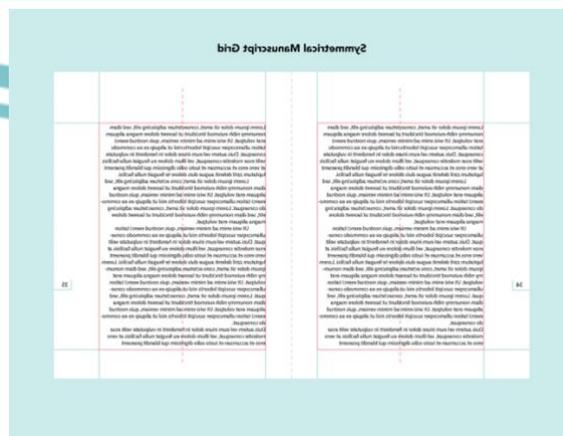
k) *Marker*

Marker merupakan indikator yang menunjukkan informasi penting yang konsisten tampil. Marker menunjukkan informasi lokasi folio, halaman, dan lain lain.

2) Jenis Jenis Grid

Menurut Timothy Samara (dalam Anggraini dan Nathalia, 2018) menyimpulkan ada beberapa jenis *grid* yang dapat digunakan. Berikut penjelasan dari 4 jenis *grid*.

a) *Manuscripted Grid*



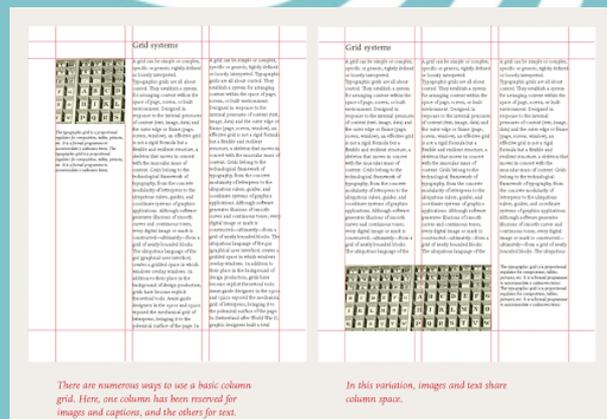
Hak Cipta :

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

Gambar 2.25 Manuscript Grid
Sumber: visme.co

Jenis grid ini tergolong grid yang sangat sederhana. Hanya terdapat satu kolom ditengah untuk meletakkan elemen teks dan gambar. Jenis grid ini banyak ditemukan pada novel atau buku yang memiliki teks panjang. *Manuscript grid* merupakan jenis *grid* yang sederhana, namun jenis ini juga diperlukan perhatian khusus dalam mengolahnya, khususnya dalam pengolahan margin dan tipografi. Simetris atau tidaknya *margin* kiri dan kanan, lalu pada tipografi terdapat hierarki teks, jenis huruf, *leading* dan lain-lain. Pentingnya kenyamanan mata saat membaca adalah faktor yang penting.

b) *Collumn Grid*



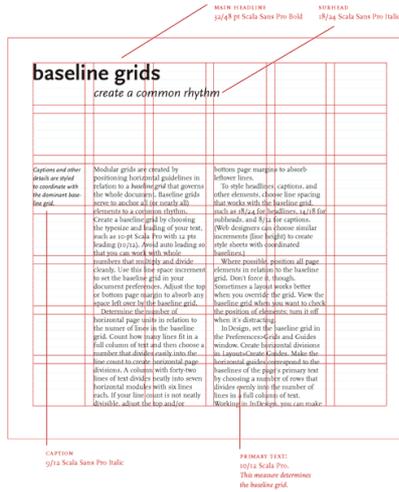
Gambar 2.26 *Collumn Grid*
Sumber: google search

Column grid merupakan susunan dari beberapa kolom dalam sebuah format. Jenis grid ini biasa dipakai pada layout publikasi yang lebih kompleks dan ingin menggabungkan teks dengan ilustrasi. Semakin banyak jumlah kolom, maka *grid* ini akan semakin dinamis. Disarankan agar jarak antarkolom atau gutter dibuat tidak terlalu rapat dan jauh. Hal tersebut mempengaruhi tingkat kenyamanan saat membaca.

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

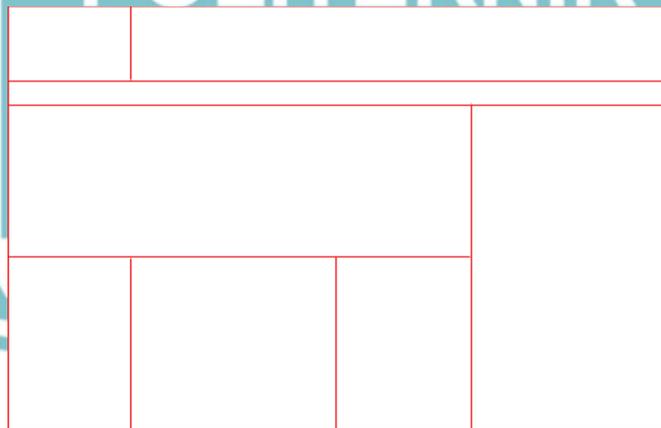
c) Modular Grid



Gambar 2.27 Modular Grid
Sumber: jollybiglive.ru

Modular grid merupakan jenis grid yang menambahkan baris agar adanya konsistensi antara pembagian baris dan kolom. Jenis grid ini biasa dipakai untuk layout publikasi yang lebih rumit dari sekedar column grid. Misalnya pada layout katalog.

d) Hierarchal grid



Gambar 2.28 Hierarchal Grid
Sumber: vaneodesign.com

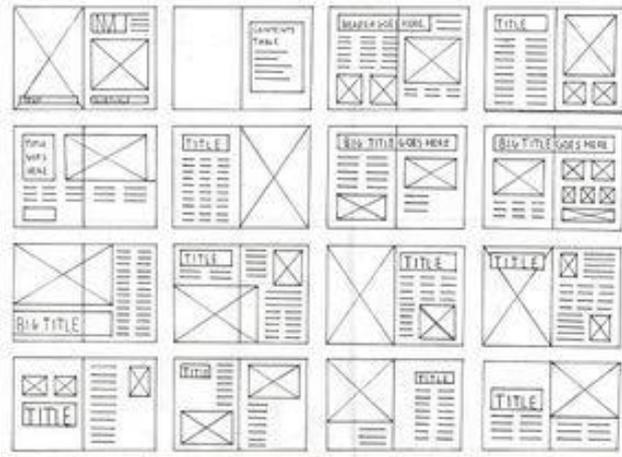
Jenis layout ini banyak ditemukan pada layout website. Hierarchal grid merupakan jenis grid yang lebih fleksibel dan

Hak Cipta :

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

dinamis dibanding dengan jenis grid lainnya. *Grid* ini dibuat atas dasar prioritas poin yang ingin disampaikan.

e) Eksplorasi *Grid*



Gambar 2.29 Eksplorasi Grid
Sumber: patriciasdesignsite.wordpress.com

Grid berfungsi untuk membantu kita untuk menata elemen, ada kalanya desainer membuat eksplorasi modifikasi dari jenis-jenis *grid* yang sudah ada. Tujuannya untuk membuat *grid* yang lebih fleksibel, dinamis dan juga *artistic*. *Golden Ratio* atau *Golden Section* adalah sebuah perhitungan yang digunakan untuk menghasilkan proposi yang sesuai dengan estetika. *Golden Ratio* memiliki nilai yang mendekati 1,618. Panduan dari Jan Tschichold (*Tschichold's Golden Section Canon*) menghasilkan luas proporsi *margin* atas 3, *margin* bawah 6, *margin* luar 4, dan *margin* dalam 2.

2.5 Metode Riset Desain

Menurut Wahyudi dan Santoso (2017), dibutuhkan beberapa langkah yang diperlukan seorang desainer dalam membuat rancangan atau karya desain. Berikut merupakan beberapa langkah yang dilakukan pada perancangan ulang Company Profile Studifrance adalah menggunakan metode *Brief*, *Mindmapping*, *Moodboard*, Sketsa Manual dan *digital*, serta *Application* pada media pendukung.

Hak Cipta :

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

2.5.1 *Brief*

Brief merupakan kumpulan dari hasil riset yang didapatkan oleh peneliti melalui studi literature, wawancara, observasi dan lain sebagainya. *Brief* merupakan arahan kreatif dan panduan desainer dalam mengerjakan desain. *Brief* bisa disebut sebagai catatan singkat tentang riset. *Brief* berisikan product knowledge, competitor information, *objective*, *target audience*, *positioning*, *mandatory elements*, *key message*, *design tone and manner*, dan *media details*. Arahan kreatif ini akan membantu proses mindmapping dan pengembangan *moodboard*.

2.5.2 *Mindmapping*

Mindmapping digunakan dalam memperluas dan mengembangkan ide atau gagasan. *Mindmapping* dapat disebut dengan *idea mapping*, *spider diagramming*, *word mapping*. Hal ini berguna untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah, menstruktur, mengklasifikasi ide-ide untuk mengambil keputusan. *Mindmapping* memiliki satu kata kunci yang menjadi pusat yang diakarkan ke dalam beberapa ide lainnya, seperti segmentasi pasarnya, medianya, dan lain-lain, yang setelah itu desainer dapat memperoleh kata kunci yang akan divisualisasikan. *Automatic Mapping* dilakukan secara spontan dan membiarkan informasi mengalir secara natural tanpa ragu (*flow-freely*), sedangkan dalam *Deliberate Mapping* peneliti mengeluarkan informasi lebih teratur (Windura, 2013).

2.5.3 *Moodboard*

Moodboard merupakan mekanisme untuk membantu membangun persepsi pada sebuah *brief*. Dalam pembuatan sebuah buku, *moodboard* dibutuhkan untuk menentukan konsep visual, seperti penentuan warna, elemen visual (tekstur, gambar, bentuk, tipografi) yang akan ditampilkan. *Mooboard* merupakan kumpulan gambar sebagai representasi kata kunci seperti objek, bentuk, elemen desain, ataupun target audiens. Terdapat dua model untuk membuat *moodboard* yaitu, desainer hanya meletakkan elemen warna dan objek untuk desain akhir, dan dilakukan dengan waktu yang cenderung lebih cepat. Sedangkan model dua,



menampilkan elemen grafis dengan spesifik yang cenderung lebih mempermudah desainer dalam merancang, namun memiliki waktu yang cenderung lebih lama (Anggraini, el. al., 2020).

Hak Cipta :

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

2.5.4 Sketsa Manual

Sketsa merupakan bagian dari tahap perancangan desain. Dalam proses sketsa, desainer akan mengalami fase eksperimen dan eksplor garis, bentuk, dan space. Sketsa berarti berpikir secara visual yang dilakukan di atas kertas atau permukaan sejenisnya. Sketsa merupakan gambaran kasar dari hasil akhir. Sketsa juga berfungsi untuk mengkomunikasikan ide awal secara visual (Hoffman, 2020).

2.5.5 Sketsa digital

Jika sketsa digital dibuat di atas kertas menggunakan pensil atau spidol, sketsa digital merupakan sketsa yang telah dibuat secara manual, diubah ke dalam bentuk digital. Proses sketsa digital menggunakan aplikasi.

2.5.6 Application

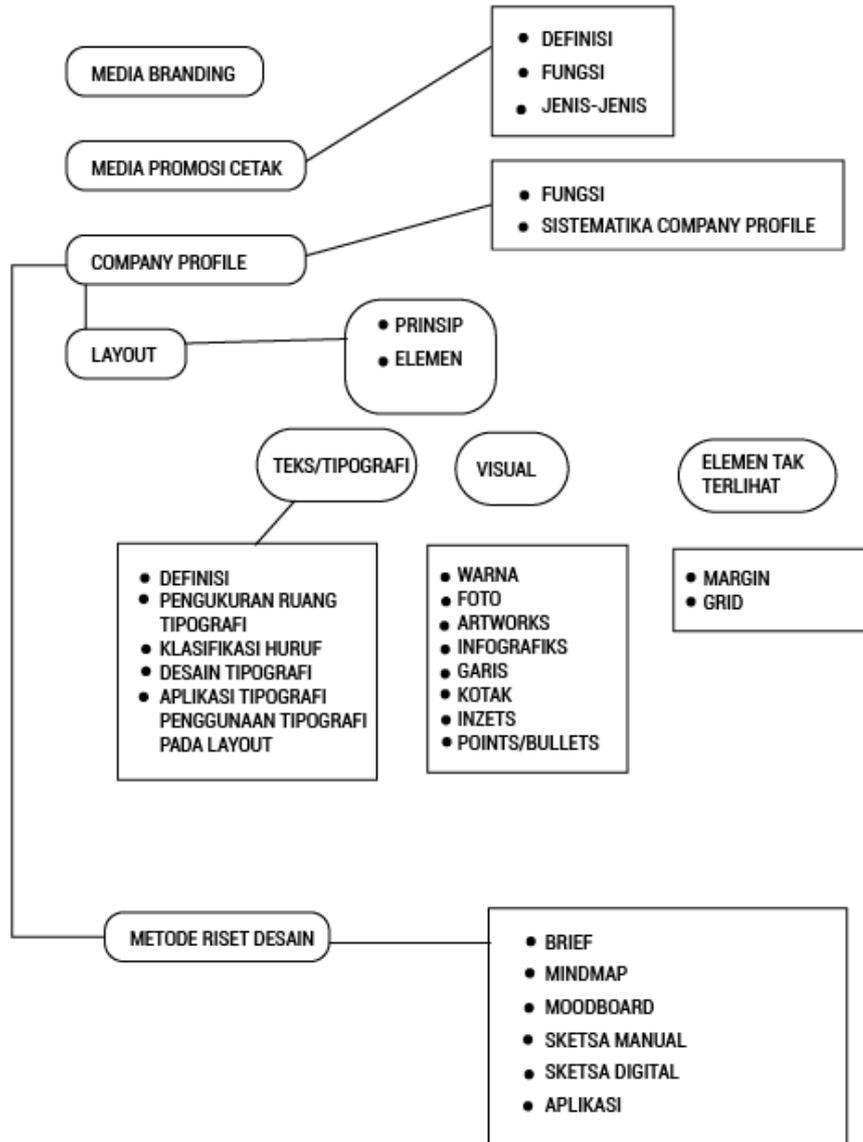
Proses pengaplikasian desain pada media-media yang telah dipilih

2.6 Kerangka Teori

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

KERANGKA TEORI



Gambar 2.30 Kerangka Teori
Sumber. Dokumen Pribadi

BAB III METODE PERANCANGAN

3.1 Metode Riset Desain

Di dalam perancangan ulang company profile Studyfrance, jenis metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif. Metode kualitatif sering disebut dengan metode postpositivistik karena memiliki landasan filsafat post positifisme. Metode ini sering disebut metode *artistic* karena sifat dari metode ini kurang berpola. Metode ini juga bersifat *naturalistic* karena terjadi pada kondisi yang alamiah dan sangat tepat untuk meneliti masalah yang bersifat sosial dan alami. Data yang dihasilkan dari metode ini merupakan data deskriptif, yang bisa merupakan kata-kata, cerita dan pandangan informan seperti hasil wawancara dan juga hasil pengamatan dari objek yang diteliti. Metode ini menghasilkan pemahaman secara mendalam mengenai keunikan yang ada pada masing-masing individu, kelompok, masyarakat atau organisasi secara menyeluruh maupun terperinci. Tujuan dari penelitian ini bukan untuk mengeneralisasi masalah tapi untuk berfokus dan memiliki pemahaman penuh pada suatu masalah. Keterlibatan peneliti sangat penting pada metode ini, karena peneliti harus memiliki hubungan erat dengan subjek peneliti. Peneliti memiliki pemahaman penuh bahwa kebenaran itu dinamis, dan bergantung pada bagaimana tiap individu berinteraksi pada sebuah situasi sosial. Dalam perancangan ulang *company profile* Studyfrance, telah dilewati beberapa proses kreatif yaitu diantaranya sebagai berikut:

1. Brief

Brief adalah susunan atau kumpulan dari hasil riset yang bisa disebut sebagai arahan kreatif. *Brief* diperoleh melalui hasil wawancara dan observasi. Penulisan brief untuk perancangan *company profile* Studyfrance berisikan *product knowledge*, *competitor information*, *objective*, *target audience*, *positioning*, *mandatory elements*, *key message*, *design tone and manner*, dan *media details*. Arahan kreatif akan menjadi panduan dalam pembuatan mindmap dan moodboard.

2. Mindmap



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

Setelah diperoleh kata kata kunci dari proses brief, kata kunci akan digali lebih dalam melalui proses *mindmapping*. Kata kunci tersebut akan dikembangkan untuk membantu proses pembuatan moodboard dan membantu dalam pengembangan ide/konsep dalam perancangan ulang *company profile* Studyfrance agar lebih terstruktur.

3. *Moodboard*

Moodboard merupakan wujud visual dari mindmap. *Moodboard* merupakan kumpulan dari gambaran visual akan sebuah rancangan yang akan dibuat. Dalam perancangan *company profile* Studyfrance, moodboard dibuat menjadi 3 (tiga) kategori yaitu moodboard 1 (*cover & layout*), *moodboard* 2 (warna, typography, photography), dan yang terakhir adalah moodboard 3 (objek, tekstur, dan ilustrasi).

4. Sketsa manual

Sketsa merupakan gambaran kasar dari hasil akhir. Sketsa juga merupakan cara untuk mengkomunikasikan konsep awal dalam bentuk visual. Dalam perancangan *company profile* Studyfrance sketsa manual digunakan dalam membuat sketsa alternatif layout dari beberapa konsep. Sketsa manual dilakukan manual di atas kertas menggunakan pensil.

5. Sketsa digital

Sketsa digital merupakan digitalisasi visual dari sketsa manual sebelumnya yang dilakukan manual menggunakan pensil. Dalam perancangan *company profile* Studyfrance sketsa digital dilakukan untuk membuat sketsa desain komprehensif.

6. *Application*

Application merupakan proses pengaplikasian final desain ke dalam berbagai media yang telah dipilih. Pada perancangan *company profile* Studyfrance pengaplikasian desain akan dilakukan pada *company profile* dan media pendukung lain seperti spanduk, *X-banner*, dan *business card*.

3.2 Metode Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, peneliti membutuhkan data primer dan sekunder untuk mengoptimalkan hasil penelitian. Data primer merupakan kata-kata, cerita



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

rinci, perilaku subjek penelitian yang dapat dipercaya dalam penelitian tersebut. Sedangkan data sekunder merupakan sebuah dokumentasi, infografis, barang, catatan yang dapat diamati secara mendalam. Untuk memperoleh data-data tersebut, peneliti harus memahami teknik pengumpulan yang cocok dengan topik permasalahannya. Dalam metode kualitatif terdapat wawancara, observasi dan studi literatur. Wawancara merupakan kegiatan menggali informasi dengan proses menanyakan langsung pertanyaan kepada responden. Teknik ini cukup memakan waktu lama dan lebih sulit. Peneliti harus memperhatikan ekspresi, sikap, penampilan dan tutur kata, yang akan mempengaruhi jawaban subjek terhadap interviewer.

Terdapat interview terstruktur dan tidak terstruktur. Wawancara tidak terstruktur memiliki pertanyaan garis besar saja, sedangkan wawancara terstruktur, interviewer menyiapkan pertanyaan yang terperinci dan terstruktur dan disertakan kolom *check-list*. Model interview yang sering dipakai ialah “*semi-structured*”, setelah peneliti menanyakan pertanyaan yang tersusun rapi yang disertakan *check-list*, peneliti menggali lebih dalam lagi di setiap pertanyaan. Selain wawancara, terdapat observasi. Observasi adalah pengamatan terhadap suatu objek penelitian dengan tujuan untuk memperoleh dan menggali makna suatu fenomena. Observasi merupakan cara paling tepat untuk melengkapi data. Hasil pengamatan harus objektif. Studi literatur adalah suatu cara dalam memperoleh informasi, teori, fakta-fakta, yang berkaitan dengan topik penelitian melalui sumber bahan pustaka seperti buku-buku pengetahuan, buku notulen rapat, jurnal dan media publikasi lainnya.

a. Wawancara

Wawancara dilakukan secara langsung dengan Naila Ardina selaku CEO dan Direktur Utama Studyfrance, 3 alumni Studyfrance yang telah diterima di PTN di Prancis Rayval Ramadhan (19), alumni dan juga peraih nilai DELF tertinggi di Indonesia yaitu Thoriq Yahya Abdullah (17) dan Evandion Brilliant Dinindar Kurniadi. Dari pihak mitra kerjasama *Homeshooling* Kak Seto, Yuanita Susana selaku *Learning Center* dan Kemitraan. Hasil kesimpulan dari wawancara dengan para narasumber ialah menginginkan *company profile* yang

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

mencerminkan citra professional, dengan gaya desain yang menarik untuk meningkatkan perhatian membaca target pasar.

b. Observasi

Untuk memperkuat kesan yang ingin disampaikan oleh Studifrance, observasi dilakukan dengan cara mengamati tempat Studifrance, seperti apa *ambience* yang diciptakan, para pekerja dan suasana yang diciptakan oleh perusahaan tersebut. Obersevasi ini juga dilakukan terhadap *Company Profile competitor*, Institut Français Indonesia. Hasil dari observasi ini menyimpulkan bahwa kesan tempat dan layanan yang diberikan oleh Studyfrance sangat menjunjung tinggi kekeluargaan, sangat ramah, serta hubungan pelajar dengan guru sangat dekat.

c. Studi Literatur

Studi literatur dilakukan dengan cara membaca buku-buku pengetahuan dan jurnal yang berkaitan dengan *company profile*, media promosi cetak dan branding, elemen layout, periklanan dan teori mengenai metode penelitian kualitatif. Berikut merupakan daftar buku yang digunakan dalam membantu proses perancangan *company profile* Studyfrance:

1. Abdullhafizh, Luthfi G., Djatiprambudi D., (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya: sebagai panduan untuk membantu penyusunan konten pada *company profile* Studyfrance.
2. Irfan, Ade., (2000). Perancangan Buku Pembelajaran Menggambar Mewarnai Objek Bersejarah di Sulawesi Selatan: sebagai inspirasi pemilihan ilustrasi *line art* pada desain *company profile* Studyfrance.

3.1 Data dan Analisis

3.3.1 Profil Studyfrance



Gambar 3.1 Profil Studyfrance
Sumber: Studyfrance

Studyfrance merupakan lembaga perusahaan bahasa Prancis yang didirikan pada tahun 2018 oleh Naila Ardina S.Pd, Ridho Alamanda S.Pd dan Rahmad Warisno S.Pd. Studyfrance terletak di Jatibening Estate blok E3 no. 5, Pondok Gede, Kota Bekasi, 17412, Indonesia. Studyfrance merupakan tempat kursus bahasa Prancis yang sekaligus membantu mempersiapkan siswa-siswi Indonesia untuk melangkah ke pendidikan perguruan tinggi berkualitas di Prancis. Studyfrance telah meluluskan dan memberangkatkan 6 siswa-siswi Studyfrance ke Universitas Prancis terbaik untuk periode tahun 2020. Tahun 2021, Studyfrance juga akan memberangkatkan lulusan tahun ketiga pada bulan Juli.



Gambar 3.2 Profil Studyfrance 2
Sumber: Studyfrance

Awal berdirinya Studyfrance diawali karena para pendiri Naila Ardina, Ridho Alamanda dan Rahmad Warisno yang merupakan alumni Pendidikan Bahasa Prancis di Universitas Negeri Jakarta, yang telah memiliki pengalaman mengajar



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

bahasa Prancis di beberapa lembaga bahasa Prancis. Para pendiri juga pernah berpengalaman menjadi pelajar di Prancis. Para pengajar dan pendiri telah mengetahui sistem pendidikan, lingkungan, gaya hidup, sampai biaya yang ada di sana, serta ilmu mengajar yang telah didapat di lembaga bahasa Prancis sebelum membangun Studyfrance. Naila, Ridho, dan Rahmad ingin menyebarkan ilmu yang telah mereka dapat, dan mengajak para pelajar Indonesia untuk mencoba mengikuti jalur yang telah mereka tempuh. Akhirnya pada tahun 2018, mereka sepakat untuk membangun Studyfrance.

Kegiatan promosi yang dilakukan untuk perluasan pasar Studyfrance bermula dengan cara mengadakan *Open House Sharing Class*, dengan mengadakan kelas sharing edukatif mengenai pendidikan di Prancis, dibantu juga dengan sosial media, dan bantuan beberapa teman. Studyfrance juga sempat membanting harga untuk menarik calon murid-murid.



Gambar 3.3 Studyfrance Activity
Sumber: Studyfrance

Pada tahun pertama Studyfrance memiliki 5 murid dan tahun kedua 7 murid. Struktur anggota saat ini terdiri dari Naila Ardina sebagai CEO dan Direktur Utama, Ridho Alamanda sebagai Kepala Penanggung Jawab Akademik, Nurul Khaerani sebagai Staff Akademik, dan Hanum Hanifah sebagai Staff Marketing. Lokasi Studyfrance terletak disebuah rumah yang mana membuat kesan

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

Studyfrance terlihat homey dan hangat. Terdapat 2 kelas, 1 ruang guru, 1 toilet, 1 ruang lobby dan tempat untuk menerima tamu. Setiap orang yang berkunjung akan nyaman karena ambience yang diciptakan. Pelayanan dari Studyfrance yang ramah dari pengajar dan seluruh staff disana, membuat kesan kekeluargaannya sangat menonjol.

Alur proses pendaftaran murid hingga sampai pada tahap diterima di Universitas Negeri di Prancis adalah melalui pendaftaran langsung ke tempat Studyfrance untuk mengisi paket mana yang akan diambil. Terdapat dua pilihan, yaitu, khursus bahasa sampai mendapatkan syarat utama untuk masuk ke PTN Prancis, yang bisa disebut dengan Sertifikat Kemampuan Berbahasa Prancis tingkat B2 atau sampai bimbingan bahasa Prancis akademik dan persiapan matang sampai diterima PTN Prancis. Setelah melewati bimbingan selama 6 bulan (level B2), bimbingan pembuatan CV, surat motivasi, belajar bahasa akademik, bagaimana cara presentasi dan pendaftaran PTN Prancis, murid siap dikirim untuk melanjutkan pendidikan di Prancis.

3.3.2 *Product Knowledge*

Produk yang ditawarkan Studyfrance merupakan jasa khursus bahasa Prancis secara intensif dengan mendapatkan Sertifikasi Kemampuan Berbahasa Prancis tingkat B2. Tingkat B2 merupakan salah satu syarat diterimanya murid ke PTN Prancis. Kegiatan intensif ini dilakukan setiap hari dari hari senin sampai Jum'at. Kelas yang tersedia ada pada pukul 9 pagi sampai 4 sore. Selain khursus bahasa Prancis intensif atau persiapan DELF selama 6 bulan, Studyfrance juga memfasilitasi dan menawarkan kelas untuk bahasa akademik serta konsultasi secara rinci mengenai persoalan pendidikan di Prancis. Studyfrance membantu murid-murid dalam mengurus syarat-syarat yang harus dipenuhi, seperti pendaftaran kampus, tiket pesawat, VISA, khursus lanjutan sebelum ke Prancis, pendampingan, CV, surat motivasi untuk 27 Universitas di Prancis, yang dibantu oleh Studyfrance untuk mencegah adanya *miss-communication* dengan pihak Prancis. Lulusan Studyfrance dipastikan lulus dan diterima PTN Prancis. Penulisan surat motivasi sangat penting dan krusial, karena PTN Prancis tidak mengadakan tes akademik,



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

melainkan melihat sekuat dan sejas apa motivasi murid yang tertulis pada surat motivasi, setelah itu PTN Prancis yang akan menentukan kecocokan surat motivasi dengan jurusan yang tersedia di Universitas tersebut. Maka dari itu, hal tersebut ditulis dengan bimbingan penuh pihak Studyfrance. Setelah 6 bulan intensif bahasa, Studyfrance mengedukasi secara rinci mengenai sistem pendidikan di Prancis untuk persiapan murid-murid disana.

Program yang ditawarkan adalah Program Dalam Negeri, Full Paket, Program Luar Negeri, dan Khursus Super Intensif. Program Dalam Negeri mencakup persiapan bahasa Prancis sampai diterima di Universitas Prancis saja. Program yang kedua merupakan Full Paket dengan persiapan bahasa sampai ada khursus lanjutan serta didampingi sampai Prancis. Produk yang ditawarkan Studyfrance merupakan produk *exclusive*, yang dihargai 175 juta rupiah. Program ketiga, Program Luar Negeri syaratnya calon murid harus sudah memiliki Sertifikat Berbahasa B2, baru bisa mendaftar program ini, yang akan didampingi sampai diterima di Prancis. Program terakhir yaitu Khursus Super Intensif atau khursus 6 bulan saja dan tidak *include* persiapan kuliah di Prancis.

**POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA**

Hak Cipta :

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



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Gambar 3.4 *Competitor Euro Management*
Sumber: website Euro Management

Upaya yang telah dilakukan Studyfrance dalam menyampaikan informasi kepada target pasar yaitu menggunakan media *company profile* seperti yang terlihat pada gambar 3.4. Menurut hasil wawancara dengan pemilik, *company Profile* tersebut dinyatakan tidak dapat menyampaikan informasi dengan baik dan tidak mencerminkan citra perusahaan sesuai dengan harapan perusahaan. Terdapat jenis tulisan yang masih kurang terbaca, tidak menggunakan *margin*, dan juga masih terdapat kesalahan penulisan. Menurut narasumber, *company profile* tersebut tidak mencerminkan profesionalitas sebuah perusahaan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.3.3 Kompetitor

Sebagai sebuah perusahaan di bidang jasa Pendidikan, Studyfrance memiliki pesaing yang keberadaannya memberi kesan kompetitif bagi sesama perusahaan jasa Pendidikan. Berikut merupakan beberapa kompetitor yang dimiliki Studyfrance.

1. *Euro Management*



Gambar 3.5 *Competitor Euro Management*
Sumber: website Euro Management

Euro Management merupakan konsultan pendidikan internasional pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2003. *Euro Management* telah berdiri selama 15 tahun dan menghasilkan 2500 alumni. Euro Management juga memfasilitasi pelajar untuk meneruskan pendidikan di luar negeri seperti Jerman, Prancis, Belanda dan 26 negara tujuan belajar lainnya.

2. Nobel Edu Indonesia



**Nobel Edu
Indonesia**

Gambar 3.6 *Competitor Nobel Edu*
Sumber: website Nobel Edu Indonesia



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Nobel Edu Indonesia merupakan lembaga kursus dan konsultasi bagi pelajar Indonesia yang ingin melanjutkan pendidikan S1 dan S2 di luar negeri. Nobel Edu memberikan informasi yang dibutuhkan calon konsumen secara komprehensif. Konsentrasi dari Nobel Edu Indonesia adalah mempersiapkan pelajar untuk melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di negara Jerman dan Prancis.

3. Tesla Edu



Gambar 3.7 Tesla Education
Sumber: website perusahaan

Tesla Education didirikan pada tanggal 1 Maret 2019 oleh Titik Qomariyah. Tesla Edu merupakan lembaga konsultan pendidikan yang menyediakan informasi untuk pelajar lulusan SMA melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Prancis, Jerman, dan Turki. Tesla Edu beralamat di Ruko RSA2 no. 12 Grand Galaxy Bekasi.

4. Institut Français Indonesia



Gambar 3.8 *Competitor* Institut Français Indonesia
Sumber: wikipedia

Institut Français Indonesia atau bisa disebut sebagai pusat kebudayaan Prancis berdiri pada tahun 2012. IFI menyediakan layanan yang berhubungan tentang budaya, kerjasama dan edukasi khususnya pada



© 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

bidang bahasa Prancis dan pendidikan perguruan tinggi di Prancis. IFI memiliki kelebihan utama yaitu ia langsung berada di bawah naungan Kementerian Luar Negeri Prancis atau Kedutaan Negara Prancis.

3.3.4 *Customer Insight*

Berdasarkan hasil wawancara dengan komunitas alumni Studyfrance yaitu Rayval Ramadhan (19), alumni dan juga peraih nilai DELF tertinggi di Indonesia yaitu Thoriq Yahya Abdullah (17) dan Evandion Brilliant Dinindar Kurniadi, dapat disimpulkan bahwa mayoritas pelajar di Studyfrance tertarik dan akhirnya bergabung karena efek dari iklan Instagram yang muncul, dari mulut ke mulut, dan karena telah mencoba beberapa lembaga sejenis, namun tidak cocok. Studyfrance sangat aktif di sosial media, karena saat ini, berdasarkan wawancara dengan CEO dan Direktur Utama Studyfrance, Naila Ardina, *Company Profile* yang ada tidak cukup menarik untuk menarik perhatian calon mitra. Maka digunakanlah cara lain selama *company profile* nya dalam tahap pembaharuan. Ada beberapa murid yang datang karena hasil kunjungan sekolah, yang mana mengajukan *Company Profile* terlebih dahulu kepada pihak sekolah. Menurut komunitas alumni, kualitas Studyfrance tidak terwakilkan oleh *Company Profile*. Pengajar dan staff Studyfrance sangat ramah dan friendly. Hubungan guru dan murid seperti tidak kaku, namun tetap professional. Berdasarkan wawancara dengan pihak *Homeschooling* Kak Seto, salah satu murid mereka telah bergabung dengan Studyfrance dan mendapatkan predikat yang bagus. Alasan mereka bekerjasama dengan Studyfrance karena bahasa Prancis merupakan bahasa yang sulit di pelajari, dan bisa menjadi peluang untuk murid-murid yang memiliki keterbatasan finansial dan akademisnya baik. Menurut komunitas alumni, masih banyak yang harus diperbaiki dari *company profile* Studyfrance, seperti jenis tulisan yang masih kurang terbaca, gaya desain pada tiap halaman yang terkesan ragu dan tidak konsisten, tulisan yang masih terlalu banyak, ruang kosong yang kurang, dan kurangnya ilustrasi. Ada beberapa masukan yang cerdas dari narasumber, seperti tidak semua orang memiliki kemampuan membaca yang focus, maka dari itu, jika *company profile* ini diberikan fitur *barcode* untuk audio yang bisa didengarkan.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Jadi, *company profile* ini sebagai sebuah *experience* bagi pembacanya. Menurut pihak *homeschooling* Kak Seto, *Company profile* merepresentasikan profesionalitas sebuah perusahaan atau lembaga. Jika pada sebuah *company profile* perusahaan masih terdapat *typo* dalam penulisan, perusahaan tersebut belum profesional. Ada beberapa masukan untuk menambahkan media pendukung seperti spanduk/*street banner* atau *X-Banner* untuk diletakan di lingkungan menuju lokasi Studyfrance, agar promosinya lebih maksimal. Citra yang diinginkan oleh narasumber terhadap *company profile* yang baru ialah menonjolkan citra yang lebih profesional, hangat dan modern. Secara visual lebih menarik dengan desain yang kekinian, sehingga bisa menarik perhatian calon konsumen untuk membaca.

3.3.5 Analisis SWOT

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, diperoleh data dan fakta mengenai kekuatan (*strength*), kelemahan (*weakness*), kesempatan (*opportunity*), dan ancaman (*threats*) yang dimiliki oleh Studyfrance. Hal tersebut dijabarkan pada data berikut ini:

a. *Strength*

1. Tim Studyfrance sangat memahami proses pengajaran hingga pendaftaran ke PTN Prancis
2. 100% siswa Studyfrance telah diterima di PTN Prancis
3. Memiliki kontak langsung dengan kedutaan Prancis bagian visa untuk mempermudah pengurusan visa studi
4. Memiliki layanan konsultasi yang intensif, detail dan tanpa batas
5. Dua dari tiga pendiri Studyfrance pernah studi di Indonesia dan Prancis bidang pengajaran bahasa Prancis untuk penutur asing (*FLE*)
6. 100% siswa Studyfrance mendapatkan sertifikat internasional bahasa Prancis (*DELFL*) B1/B2
7. Sosial media aktif dan interaktif
8. Layanan dan pengajar yang *friendly*
9. Memiliki 2 murid dengan nilai *DELFL* tertinggi se-Indonesia

b. *Weakness*

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

1. *Company profile* masih belum mencerminkan citra perusahaan
2. Gaya desain *Company Profile* tidak kekinian

c. Opportunity

1. Beberapa pesaing memiliki reputasi yang kurang baik
2. Masyarakat tertarik dengan Studyfrance karena Studyfrance menjunjung tinggi aspek kekeluargaan
3. Masyarakat tertarik karena Prancis merupakan salah satu negara dengan system Pendidikan terbaik
4. Masyarakat yang tertarik Prancis merupakan negara dengan mahasiswa internasional terbanyak di dunia
5. Masyarakat tertarik belajar Bahasa Prancis karena Bahasa Prancis merupakan Bahasa nomor 3 (tiga) di dunia bisnis

d. Threat

1. Kompetitor memiliki tempat yang lebih bagus dengan lokasi yang lebih strategis
2. Kompetitor sudah cukup lama dan berpengalaman
3. Kompetitor dengan tujuan studi yang lebih variatif
4. Lembaga lain melayani lebih dari satu Negara tujuan belajar
5. IFI lembaga serupa yang dibawah langsung naungan kedutaan besar Prancis.
6. Memiliki pesaing berat seperti Euro Management dan IFI

Selanjutnya menggunakan metode matrix *SWOT* dengan menyilangkan data-data *SWOT* sebagai berikut:

Tabel 3.1 Tabel *SWOT* matrix

SWOT	Kekuatan (<i>Strenghts</i>)	Kelemahan (<i>Weakness</i>)
------	-------------------------------	-------------------------------



© 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

<p>Peluang (<i>Opportunity</i>)</p>	<p>Mengoptimalkan informasi mengenai system Pendidikan di Prancis dan mengedukasi betapa penting dan efektifnya kuliah di Prancis (S1+O3)</p> <p>Membuat <i>company profile</i> yang menampilkan suasana di Prancis dengan gaya desain yang warm dan friendly. (S2+O2)</p>	<p>Menampilkan kesan professional sebuah perusahaan dan prestasi perusahaan yang tidak dimiliki oleh pesaing (W2+O1)</p>
<p>Ancaman (<i>Threats</i>)</p>	<p>Membuat <i>Company Profile</i> dengan menekankan kelebihan pendidikan di Prancis dengan gaya desain yang kekinian. (T4+W2)</p> <p>Membuat media pendukung seperti spanduk yang menarik di sekitar lingkungan lokasi, <i>X-Banner</i>, sampai <i>business card</i> agar memberi kesan professional pada pelanggan, serta untuk menciptakan <i>brand awareness</i> yang lebih banyak (T1+W1)</p>	<p>Membuat <i>company profile</i> dengan menonjolkan kelebihan Studyfrance yang tidak dimiliki <i>competitor</i> Euro Management dan IFI. (W1+T6)</p>

Sumber: Data yang diolah



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

3.3.6 Analisis STP

Data berikut merupakan hasil dari analisis *STP* yang telah diperoleh dari hasil wawancara serta observasi Studyfrance:

1. *Segmentating*

- a. *Bussiness to business* atau calon mitra bisnis di bidang pendidikan seperti *Private School*, SMA Swasta dan Negri kelas atas.
- b. SES Target Perusahaan: A
- c. Memiliki murid kurang lebih 20-30 siswa/kelas
- d. Kurikulum 2006 KTSP ataupun 2013
- e. Bisa merupakan sekolah swasta yang memiliki unit diberbagai daerah
- f. Sekolah Menengah yang berlokasi di kota-kota besar dan maju.
- g. Sekolah Menengah Atas yang memiliki murid mayoritas mampu dalam segi finansial, murid-murid dan pelajar yang kekinian.
- h. Sekolah Menengah Atas yang memiliki visi untuk meningkatkan potensi siswa di bidang Bahasa.

2. *Targeting*

Target dibuatnya *Company Profile* Studyfrance adalah perusahaan atau lembaga di bidang pendidikan, SMA Swasta dan Negri menengah atas dengan tingkat kemampuan finansial yang baik mampu (SES: A). Sekolah yang berorientasi terhadap pemanfaatan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi dan memiliki visi untuk meningkatkan potensi siswa di bidang Bahasa.

3. *Positioning*

Sebagai lembaga khursus bahasa Prancis dan konsultasi untuk persiapan kuliah di Prancis yang berkualitas, professional dan memiliki pelayanan yang bersifat hangat.

Analisis STP di atas digunakan sebagai penentu gaya desain, seperti ilustrasi yang digunakan sesuai dengan umur dari target pasar Studyfrance, yaitu *icon-icon* stilasi dari objek yang berkaitan dengan *travel* dan Prancis. Lalu analisis STP akan menentukan gaya desain *company profile* seperti penerapan *white-space*, kesan modern dan berkualitas pada *layout*, penggunaan *layout* yang presisi,



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

sehingga mewakili kesan kualitas tinggi dari produk yang ditawarkan ditujukan pada target dengan kemampuan ekonomi SES A. Berdasarkan dari *positioning* dari Studyfrance sendiri, pelayanan yang menjunjung tinggi kekeluargaan akan ditampilkan pada penggunaan warna hangat pada desain *company profile*.

3.3.7 Arahkan Kreatif

Tabel 3.2 Tabel *Creative Brief*

<p>CREATIVE BRIEF</p> <p><i>Client/company</i> : Studyfrance <i>Brand/product</i> : Perusahaan Lembaga Pendidikan <i>Project Name</i> : Perancangan Company profile</p>
<p>PROJECT BACKGROUND</p> <p>Studyfrance merupakan sebuah perusahaan lembaga pendidikan atau lembaga kursus bahasa Prancis dan konsultasi bagi pelajar yang ingin meneruskan perguruan tinggi di Prancis. Studyfrance menawarkan produk yang bernilai eksklusif berupa layanan kursus bahasa Prancis dengan Sertifikat Kemampuan Berbahasa Prancis level B2 yang merupakan salah satu syarat diterima di Universitas Negeri di Prancis. Dalam memperkenalkan perusahaan dan jasanya, Studyfrance menggunakan company profile untuk menarik perhatian target audiensnya. Namun, desain pada company profile yang telah ada, tidak mencerminkan citra perusahaan sebenarnya, justru bertolak belakang. Maka dari itu, re-desain company profile Studyfrance ini butuh dilakukan untuk menonjolkan citra berkualitas, professional dan hangat dari Studyfrance.</p>
<p>PRODUCT KNOWLEDGE</p> <p>Produk yang ditawarkan Studyfrance merupakan produk eksklusif. Produk eksklusif ini merupakan jasa kursus bahasa Prancis dan persiapan studi di Prancis. Studyfrance menawarkan persiapan yang optimal seperti syarat-syarat</p>



© 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

wajib untuk diterima pada PTN Prancis, khusus bahasa Prancis intensif selama 6 bulan plus Sertifikasi Kemampuan Berbahasa Prancis level B2.

COMPETITOR INFORMATIONS

1. Euro Management
Euro Management merupakan konsultan pendidikan internasional pertama di Indonesia yang didirikan pada tahun 2003. Euro Management telah berdiri selama 15 tahun dan telah menghasilkan 2500 alumni. Euro Management juga memfasilitasi pelajar untuk meneruskan pendidikan di luar negeri seperti Jerman, Prancis, Belanda dan 26 negara tujuan belajar lainnya.
2. Nobel Edu Indonesia
Nobel Edu Indonesia merupakan lembaga kursus dan konsultasi bagi pelajar Indonesia yang ingin melanjutkan pendidikan S1 dan S2 di luar negeri. Nobel Edu memberikan informasi yang dibutuhkan calon konsumen secara komprehensif. Konsentrasi dari Nobel Edu Indonesia adalah mempersiapkan pelajar untuk melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di negara Jerman dan Prancis.
3. Tesla Edu
Tesla Education didirikan pada tanggal 1 Maret 2019 oleh Titik Qomariyah. Tesla Edu merupakan lembaga konsultan pendidikan yang menyediakan informasi untuk pelajar lulusan SMA melanjutkan pendidikan perguruan tinggi di Prancis, Jerman, dan Turki. Tesla Edu beralamat di Ruko RSA2 no. 12 Grand Galaxy Bekasi.
4. Institut Français Indonesia
Institut Français Indonesia atau bisa disebut sebagai pusat kebudayaan Prancis berdiri pada tahun 2012. IFI menyediakan layanan yang berhubungan tentang budaya, kerjasama dan edukasi khususnya pada bidang bahasa Prancis dan pendidikan perguruan tinggi di Prancis. IFI



© 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

memiliki kelebihan utama yaitu ia langsung berada di bawah naungan Kementerian Luar Negeri Prancis atau Kedutaan Negara Prancis.
<p>OBJECTIVES</p> <p>Pembuatan <i>company profile</i> ini memiliki tujuan untuk menonjolkan citra perusahaan, seperti citra professional, berkualitas dan hangat/<i>friendly</i>/kekeluargaan.</p>
<p>TARGET AUDIENCE</p> <p>Target dibuatnya <i>Company Profile Studyfrance</i> adalah perusahaan atau lembaga di bidang pendidikan, SMA Swasta dan Negeri menengah atas dengan tingkat kemampuan finansial yang baik mampu (SES: A).</p>
<p>KEY MESSAGE</p> <p>Studyfrance merupakan lembaga kursus dan konsultasi yang memiliki pelayanan yang hangat, baik dan <i>friendly</i> serta menghasilkan bibit unggul yang berprestasi, memiliki pelayanan yang hangat, baik dan <i>friendly</i>, juga menawarkan produk yang <i>high quality</i>.</p>
<p>PERSONALITY</p> <p><i>Profesional, Friendly, High-Quality</i></p>
<p>MANDATORY ELEMENTS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Logo perusahaan 2. <i>Corporate color</i>: Kuning, biru, merah 3. Slogan
<p>DESIGN TONE AND MANNER</p> <p><i>Modern, Warm, High Quality</i></p>
<p>MEDIA DETAILS</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Company 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 mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin Politeknik Negeri Jakarta

- Ukuran: 21 x 21 cm
- Halaman: 44 halaman
- Bahasa: Indonesia dan Inggris

2. Media turunan

- Spanduk
- *X-Banner*
- *Flyer Trifold*
- *Notebook*
- *Business Card*
- *Power Point Presentation*

COPYWRITING REQUIEREMENTS

1. *About Us/Introduction*
2. *Why France?*
3. Program yang ditawarkan
4. Alur program
5. Kenapa memilih Studyfrance?
6. Tim Studyfrance
7. Kata mereka
8. PTN Prancis
9. Alumni
10. Proses Studi ke Prancis
11. Galeri Studyfrance
12. Mitra kerjasama
13. Call to Action

Sumber: Data yang diolah



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 IV

HASIL DAN PEMBAHASAN DESAIN

Bab ini akan memaparkan proses perancangan karya yang diawali dengan perumusan dan penentuan konsep visual, mengembangkan konsep menjadi beberapa alternatif visual. Menentukan desain terpilih dan menerapkan ke berbagai media pendukung serta dilengkapi dengan pertimbangan produksi.

4.1 Konsep Visual

Berdasarkan analisis terhadap data dan fakta yang terkumpul, ditentukan beberapa kata kunci seperti *High Quality*, *Modern* dan *Warm* sebagai landasan untuk mengembangkan pemetaan ide. *High Quality* diadaptasi dari nilai kualitas terhadap jasa yang ditawarkan. Perancis merupakan salah satu negara eropa yang memiliki kualitas dalam bidang Pendidikan sehingga menjadi salah satu pilihan utama bagi setiap orang yang ingin menempuh jalur Pendidikan ditingkat perguruan tinggi. Agar dapat mewujudkan impian setiap orang yang ingin menempuh Pendidikan di perancis, Studyfrance membuka diri untuk mendampingi melalui pendekatan konsultasi dan bimbingan. *Modern* merupakan representasi perkembangan dunia di Perancis yang jauh lebih maju serta memiliki sistem Pendidikan yang lebih unggul. Gaya desain yang *Modern* yaitu desain yang presisi, proporsional dan memiliki nilai jual tinggi (*prestige*). *Warm* adalah keterbukaan terhadap anggota baru terwujud dalam dukungan dan semangat berbagi membangun kepercayaan diri.

Maka dari itu, dapat disimpulkan kata kunci yang diperoleh dari hasil Brief atau arahan kreatif yaitu *High Quality*, *Modern* dan *Warm*. Melalui kata kunci diatas, tahap selanjutnya adalah pemetaan ide yaitu *Mindmap*.

4.1.1 Mindmap

Setelah memperoleh kata kunci dari proses *Brief*, penulis mengembangkan kata kunci dengan menggunakan metode *Mindmapping*. *Mindmapping* disusun dari percabangan 3 poin kata kunci yaitu *High Quality*, *Modern* dan *Warm*. Kata kunci tersebut nantinya akan digali lebih dalam untuk memperoleh dan mencari informasi



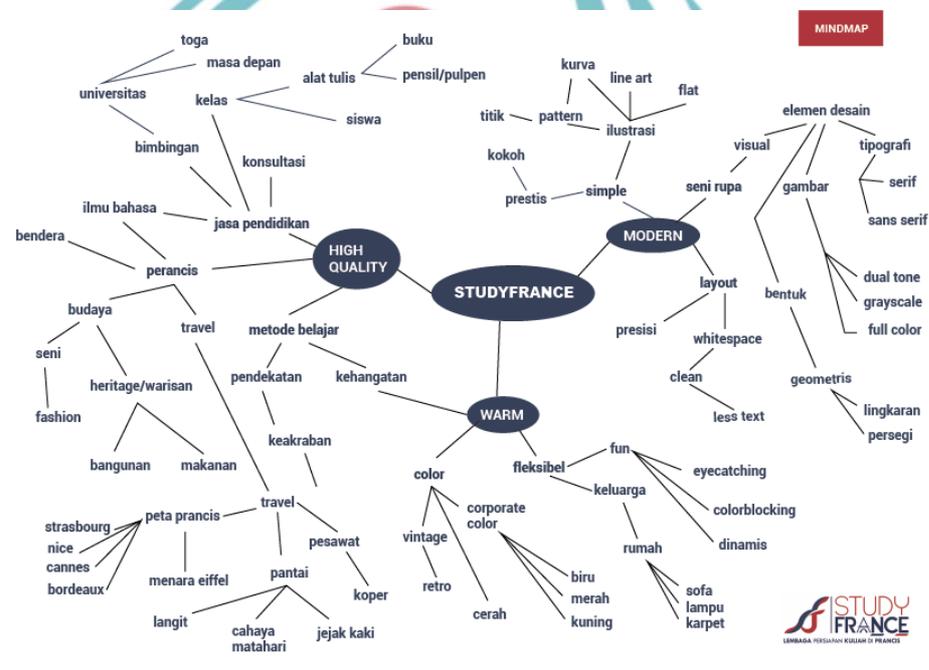
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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

grafis yang akan dijadikan dasar dari rancangan visual *company profile* Studyfrance.

Kata kunci *high quality* dijabarkan melalui jasa Pendidikan, metode belajar dan negara Perancis yang akan diperoleh beberapa objek sebagai elemen desain. Selanjutnya kata modern akan memperoleh turunan yang menentukan *layout*, jenis ilustrasi dan typografi yang akan digunakan, sedangkan kata *warm* yang akan menentukan warna dan kesan yang akan ditampilkan pada *company profile* Studyfrance.



Gambar 4.1 Mindmap
Sumber. Dokumen Pribadi

Dari *mindmap* di atas diperoleh elemen desain yang dibutuhkan dalam proses perancangan. Elemen desain tersebut mencakup, seperti: elemen visual, *typography* dan *copywrite* serta *layout*, yang mana diperoleh kata kunci sebagai berikut:



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Tabel 4.1 *Key Visual*

<i>HIGH QUALITY</i>	<i>WARM</i>	<i>MODERN</i>
Jasa Pendidikan	Fleksibel	Layout
Prancis	Keluarga	White space
Budaya	Rumah	Clean
Seni	Sofa	Presisi
<i>Fashion</i>	Lampu	<i>Less text</i>
<i>Heritage/Warisan</i>	Karpet	Visual
Bangunan	<i>Fun</i>	Typography
Koper	Cerah	Serif
Travel	Dinamis	Sans serif
Pantai	<i>Colorblocking</i>	Gambar
Jejak Kaki	<i>Eyecatching</i>	Dual-tone
Cahaya Matahari	Merah	Grayscale
Langit	Kuning	Fullcolor
Peta Prancis	Biru	Geometris
Bendera Prancis	<i>Vintage</i>	Lingkaran
Pesawat	<i>Retro</i>	Persegi
<i>Eiffel Tower</i>		Ilustrasi
Pendidikan		Line art
Universitas		Pattern
Toga		Titik
Masa depan		<i>Line/Curve</i>
Sekolah		
Kelas		
Alat tulis		
Buku		
Paper		
Pensil		

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



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

Pulpen		
--------	--	--

Sumber: Data yang diolah

4.1.2 Alternatif Konsep

Setelah melalui proses *mindmapping*, diperoleh beberapa kata kunci dari table di atas yang dapat digunakan untuk menghasilkan 3 (tiga) tema alternatif desain. Pada penjelasan tema alternatif desain juga akan dijabarkan objek visual apa saja yang akan dipakai pada desain *company profile*.

a. *Smart Flight*

Tema berikut ini diambil dari pengerucutan kata kunci *High Quality*. Kata kunci tersebut melambangkan kualitas dari produk yang ditawarkan oleh Studyfrance itu sendiri. Kata kunci yang diambil ialah *Travel*. *Travel* mewakili unsur-unsur dari *high quality*, yang bermakna ‘Perjalanan’. *Travel/Travelling* identik dengan perjalanan liburan ke dalam maupun luar negeri, menelusuri dan tempat-tempat yang baru. Hal tersebut dianalogikan dengan *Smart Flight*, perjalanan mengejar ilmu juga merupakan sebuah penjelajahan dan kegiatan mempelajari hal-hal yang belum diketahui, yang mana semua ini bisa dilewati dengan bantuan Studyfrance. Objek yang akan digunakan adalah seperti pesawat, peta, koper, Eiffel Tower, bentuk-bentuk geometris dan garis yang ditampilkan secara dinamis, fleksibel, dan ceria. Warna yang digunakan adalah warna-warna bawaan atau *corporate color* dengan warna turunan sejenisnya. Seperti merah, biru, putih, abu-abu, hitam.

b. *Light Up The Future*

Tema berikut ini diambil dari pengerucutan kata kunci Warm dan menemukan objek lampu. Objek lampu yang berguna sebagai penerangan atau sebagai cahaya dianalogikan dengan Studyfrance yang menerangkan masa depan yang mana ‘Light up The Future’ sebagai tema alternatif desainnya. Objek utama yang akan digunakan adalah cahaya matahari sebagai makna Studyfrance sebagai penerangan bagi pelajar Indonesia. Pada tema ini juga ingin memberikan kesan bersemangat. Objek Menara Eiffel juga akan dipakai sebagai icon dari negara



© 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

Francis. Future/masa depan identic dengan Pendidikan yang merupakan pengerucutan dari kata kunci high quality. Hasil dari pengerucutan Pendidikan terdapat objek sekolah, ruang kelas, buku, alat tulis, dan siswa/pelajar. Objek-objek yang akan diaplikasikan adalah Menara Eiffel, bentuk geometris dan garis/kurva melalui pendekatan visual menggunakan gaya desain vintage untuk memperkuat kesan dewasa.

c. *Simply Warm*

Tema ini merupakan perpaduan dari kata kunci Warm dan Modern. Warm merupakan cerminan dari pelayanan dan citra perusahaan. Studyfrance sangat menjunjung tinggi kekeluargaan, yang membuat pelajar dan pengunjung nyaman. Kesan hangat akan ditampilkan dalam company profile dengan warna yang hangat dan bentuk yang dinamis namun tetap presisi dan proporsional yang mencerminkan kata kunci Modern untuk menonjolkan kesan professional sebuah perusahaan. Tema dari warna yang akan digunakan adalah warna dan kesan yang hangat.

4.1.3 Moodboard

Langkah selanjutnya adalah menentukan *key visual* melalui *moodboard*. Dalam merancang desain *company profile* dibutuhkan *moodboard* sebagai panduan dan referensi atau ide visual sebelum masuk pada proses pembuatan sketsa. Referensi yang terdapat pada *moodboard* ialah warna, ilustrasi, object, foto, *cover*, *layout* dan tipografi. Hal tersebut akan dibagi menjadi 3 *moodboard* sebagai berikut.



Gambar 4.2 Moodboard Cover, Layout
Sumber. Dokumen Pribadi



Gambar 4.3 Moodboard Fonts, Photography, Color
Sumber. Dokumen Pribadi

© 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





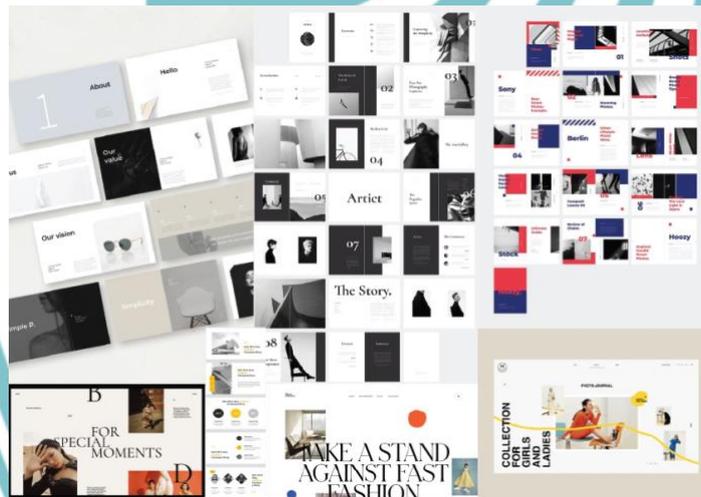
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 4.4 *Moodboard Illustration, Texture, Object*
Sumber. Dokumen Pribadi



Gambar 4.5 *Moodboard Layout Grid*
Sumber. Dokumen Pribadi

4.2 Proses Desain

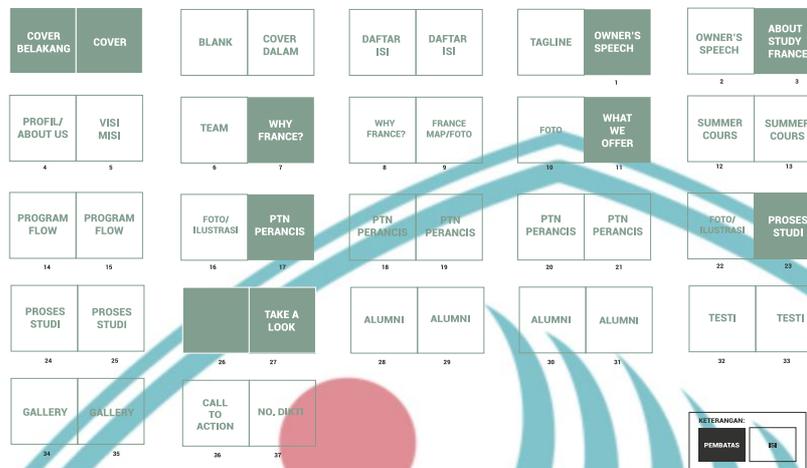
Dalam mengerjakan perancangan ulang company profile Studyfrance, ada beberapa langkah yang harus dilakukan sampai terpilihnya hasil akhir. Berikut merupakan penjabaran dari proses-proses yang telah dilakukan.



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

4.2.1 Sketsa Imposisi



Gambar 4.6 Sketsa Imposisi
Sumber. Dokumen Pribadi

Pada pembuatan desain *Company Profile Studyfrance* dibutuhkan sketsa imposisi atau *thumbnail layout*. Sketsa imposisi ini membantu memberikan gambaran peletakan konten yang akan ditampilkan pada desain hasil akhir. *Company Profile* ini nantinya akan berukuran 21cmx21cm *square* yang menyesuaikan konsep desain pada *Studyfrance* yaitu presisi. Presisi diaplikasikan pada bentuk *Company Profile* yang setiap sisinya memiliki ukuran yang sama. Jumlah halaman kertas yang digunakan pada *company profile* ini ialah 44 halaman.

4.2.2 Sketsa Halus

Setelah membuat tema alternatif dalam bentuk naskah, berikut merupakan visualisasi dari ketiga tema alternatif untuk menjadi alternatif visual bagi *company profile* Studyfrance. Pada tema pertama dan kedua terdapat 2 (dua) sketsa. Sementara pada tema terakhir hanya memiliki 1 (satu) sketsa. Berikut penjabarannya.

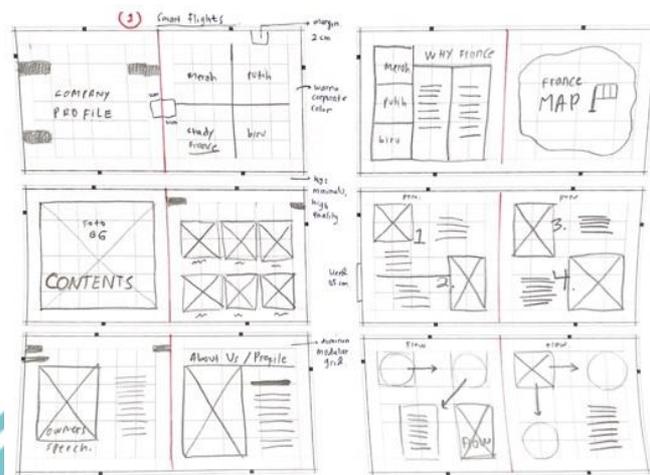
- a. Sketsa Pertama “*Smart Flights*”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

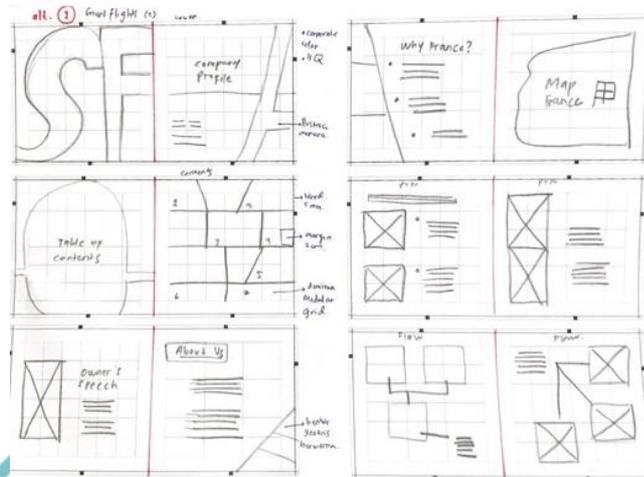
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 4.7 Sketsa Halus “Smart Flights”
Sumber. Dokumen Pribadi

Berikut ini merupakan sketsa pertama dari alternatif konsep “*Smart Flights*”. Konsep ini merupakan turunan dari kata kunci *High Quality*, yaitu *Travel*. Konsep visual yang akan ditekankan pada *layout* ini adalah kualitas tinggi, presisi, dan kokoh. Objek yang akan digunakan adalah objek-objek pendukung *travel*, seperti koper, jejak kaki, pesawat dan lain-lain. Beberapa objek ilustrasi akan menggunakan *solid color block*. Pada *layout* ini akan dominan menggunakan jenis *grid Modular Grid*. Selain *Modular Grid*, pada sketsa ini juga akan menggunakan *Column Grid*, agar penempatan informasi perusahaan tidak terkesan sempit. Jenis *grid* ini digunakan agar *layout* terlihat lebih konsisten dan teratur. *Layout* ini memiliki ukuran margin 2 cm pada tiap sisi dan ukuran *bleed* sebesar 5 mm. Kesan warna yang akan dipakai adalah *corporate color* (merah, biru, kuning) dan campuran dengan warna turunannya seperti abu-abu, putih dan hitam. Prinsip *layout* yang digunakan disini adalah *symmetric balance*.

- b. Sketsa Kedua “Smart Flights”



Gambar 4.8 Sketsa Halus 2 “Smart Flights”
Sumber. Dokumen Pribadi

Sketsa ini merupakan sketsa alternatif kedua dari konsep “Smart Flights”. Perbedaan yang akan terlihat dari sketsa ini dan sebelumnya adalah penggunaan objek-objek geometris dengan warna yang solid (color blocking) yang akan memunculkan kesan modern. Sketsa ini menggunakan jenis grid Modular dan Column Grid. Warna-warna yang akan digunakan adalah corporate color dan turunannya. Visual yang akan ditampilkan disini adalah kokoh dan presisi. Pada sketsa ini menggunakan balance yang simetris, dan pada tiap halamannya menggunakan prinsip emphasis. Layout ini memiliki ukuran margin 2 cm pada tiap sisi dan ukuran bleed sebesar 5 mm.

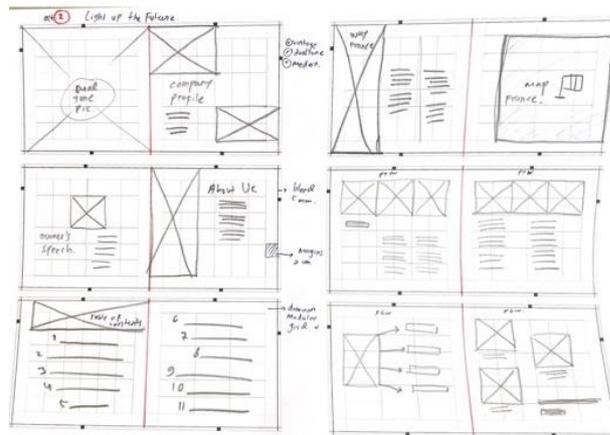
c. Sketsa Pertama “Light Up The Future”

© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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





Gambar 4.10 Sketsa Halus 2 “Light Up the Future”
Sumber. Dokumen Pribadi

Sketsa berikut ini merupakan sketsa kedua dari tema “Light up the Future”. Tidak menghilangkan kesan hangat, dekat dan keluarga dari Studyfrance, bentuk-bentuk yang akan digunakan adalah bentuk-bentuk yang dinamis. Konsep fotografi yang akan ditampilkan pada keseluruhan tema ini adalah dual-tone. Konsep ini merupakan kombinasi dual-tone dengan vintage. Jenis grid yang digunakan dominan menggunakan Column Grid. Layout ini memiliki ukuran margin 2 cm pada tiap sisi dan ukuran bleed sebesar 5 mm . Kesan presisi dan kokoh masih akan terlihat pada sketsa ini. Prinsip layout yang akan terlihat pada setiap halaman company profile ini adalah Unity yang akan tercipta dari penggunaan warna dan dual-tone fotografi.

e. Sketsa Pertama “Simply Warm”

© 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

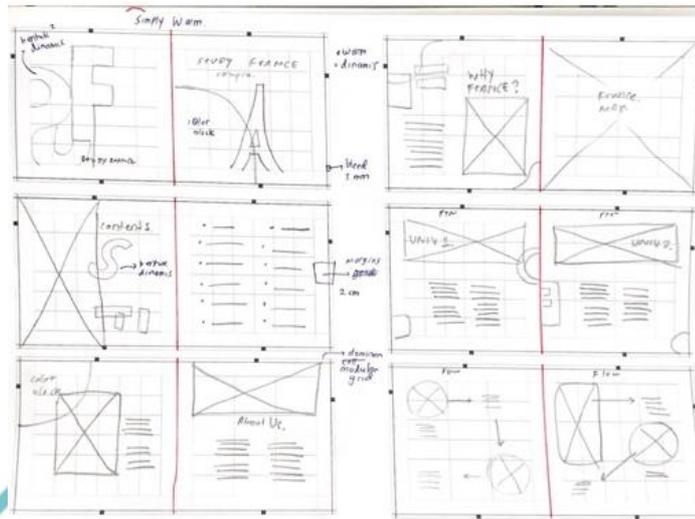




© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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



Gambar 4.11 Sketsa Halus “Simply Warm”
Sumber. Dokumen Pribadi

Berikut ini merupakan sketsa dari tema “Simply Warm”. Tema berikut ini merupakan turunan dari kata kunci Warm dan Modern. Warm yang merupakan layanan dan sifat dari Studyfrance itu sendiri akan ditampilkan melalui ilustrasi bentuk yang dinamis. Keseimbangan yang dominan akan dipakai pada layout ini adalah keseimbangan asimetris. Namun tetap terlihat presisi. Penggunaan warna pada sketsa ini nantinya akan menggunakan corporate color dan warna yang memberikan kesan hangat. Layout ini memiliki ukuran margin 2 cm pada tiap sisi dan ukuran bleed sebesar 5 mm. Tidak menghilangkan citra profesional dan modern, unity dari layout ini akan tetap simple dan kokoh. Grid yang digunakan pada layout ini cenderung menggunakan modular dan column grid.

4.2.3 Desain Komprehensif

Berdasarkan 5 sketsa halus yang telah dibuat, terpilihlah 3 sketsa halus yang didigitalisasi. Berikut merupakan desain komprehensif dari 3 sketsa halus yang terpilih:

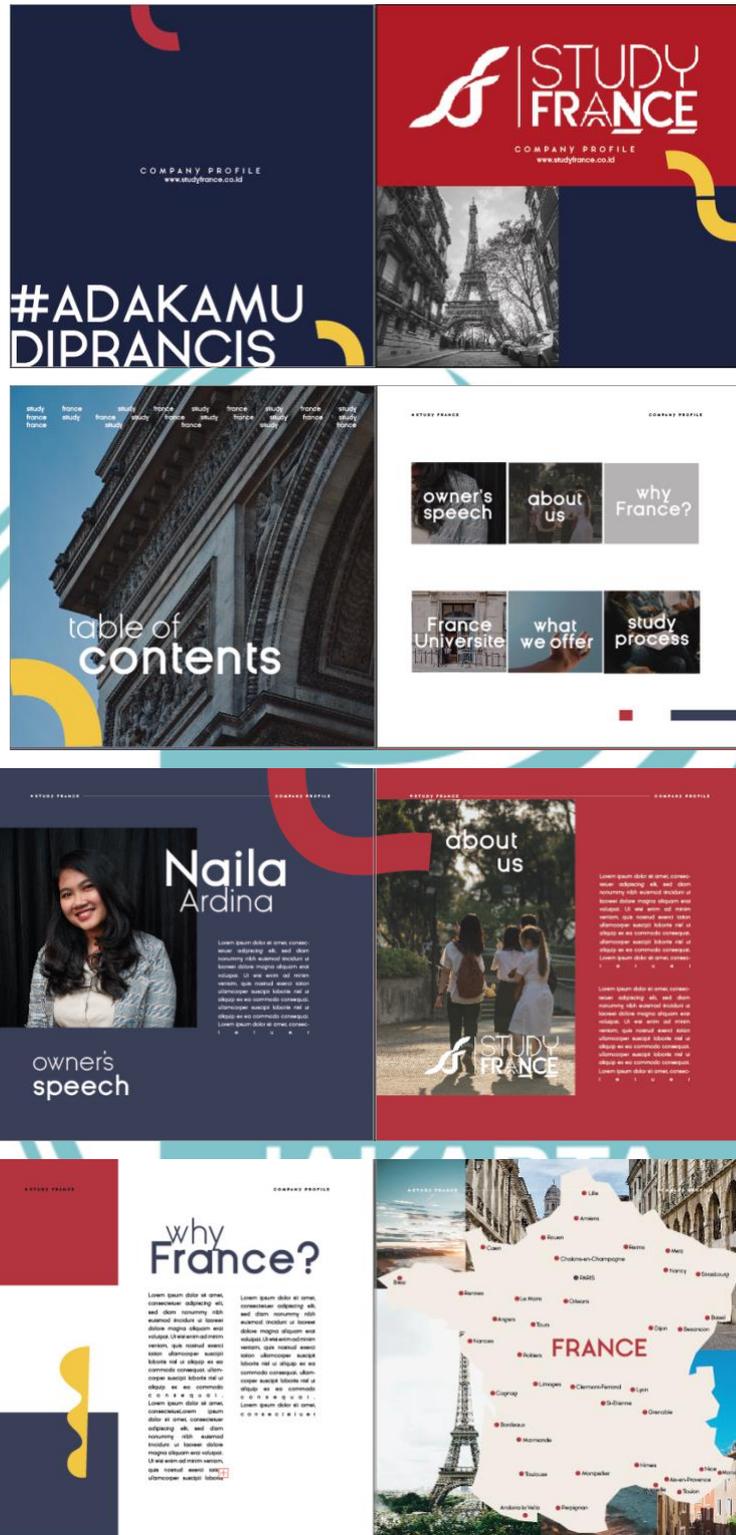
- a. Desain Komprehensif 1 “Smart Flights”



© 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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

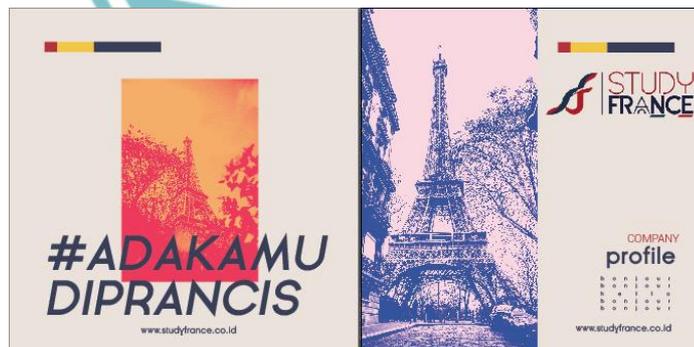
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian , penulisan karya ilmiah, penulisan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan 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 4.12 Komprehensif 1 “Smart Flights”
Sumber Dokumen Pribadi

Desain komprehensif 1 ini merupakan digitalisasi dari alternatif konsep “Smart Flights” yang pertama. Desain ini sangat menekankan kata kunci *High Quality* pada *layout*. Penggunaan *white space* pada hampir seluruh halaman, seperti pada bagian *owner’s speech*, lalu tampilkan dengan kesan tegas, kokoh, yang ada pada bentuk-bentuk persegi, dan foto-foto yang ditampilkan. Sebagai penyeimbang, agar kesan tidak terlalu kaku dan formal diberi sentuhan dinamis dan fleksibel dengan bentuk-bentuk yang melengkung. Penggunaan *modular grid* pada desain ini sangat membantu eksplorasi peletakan konten. Pengaplikasian fotografi pada *layout* dibuat kokoh dan lurus serta dengan set warna *full color* dan *grayscale*. Pada pembatas bab, foto diberi layer gradasi gelap dengan *opacity* 30-50% memberi kesan *high quality*. Penggunaan warna pada desain ini hanya menggunakan *corporate color* dari *Studyfrance*. kesan professional dan terpercaya sangat ditekankan pada desain ini dengan penggunaan warna biru yang lebih dominan.

- b. Desain Komprehensif 2 “Light Up The Future” (2)





© 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 4.13 Komprehensif 2 “Light up the Future”
Sumber Dokumen Pribadi



© 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

Desain komprehensif 3 ini merupakan digitalisasi dari sketsa alternatif tema dari “Light up the Future” yang kedua. Konsep ini merupakan turunan dari kata kunci Warm. Desain ini memiliki gabungan visual antara vintage dan modern. Kesan vintage yang juga mewakili warm ditunjukkan pada penggunaan warna tambahan selain corporate color, yaitu coklat muda dan penggunaan teks pada beberapa bagian dengan warna kuning. Sedangkan kesan modern ditampilkan pada konsep fotografi dual-tone. Column grid merupakan jenis grid yang digunakan dalam pengerjaan konsep ini. Font yang digunakan juga memberikan kesan lebih hangat dari konsep “Smart Flights”, seperti yang terlihat pada bagian owner’s speech. Pada cover menggunakan dual-tone fotografi mewakili prinsip unity konsep ini. Kesan dari keseluruhan desain ini adalah vintage warm dan modern.

- c. Desain Komprehensif 3 “Simply Warm”





© 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



Gambar 4.14 Komprehensif 3 “Simply Warm”
Sumber Dokumen Pribadi

Desain komprehensif 3 ini merupakan digitalisasi dari sketsa alternatif tema “Simply Warm” yang merupakan turunan dari kata kunci Warm. Warna yang digunakan pada konsep ini adalah kombinasi dari corporate color dan warna hangat coklat muda. Kesan yang dominan yang akan muncul adalah hangat, namun tidak meninggalkan kesan professional dengan bentuk-bentuk kokoh yang dipakai. Seperti contoh pada ilustrasi pensil, notes yang menggunakan gaya ilustrasi line art. Pada ilustrasi France Map juga menggunakan outline



© 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

agar terkesan tegas. Fotografi yang digunakan full color dan tidak ada grayscale. Selain hangat, penggunaan bentuk balok seperti pada cover juga memberikan kesan kokoh, kuat, professional. Seperti judul temanya, font yang digunakan memberikan kesan modern dan simple.

Setelah menyerahkan 3 desain komprehensif kepada klien, terpilihlah desain yang akan ditindaklanjuti yaitu Desain Komprehensif 1 “*Smart Flights*”. Terdapat beberapa revisi dan *request* dari klien dan juga dosen pembimbing. Berikut merupakan perubahan yang dilakukan sebelum menjadi desain final:

- a. Perubahan jenis *font* untuk *bodytext* dari Ginora Sans Regular menjadi Roboto Regular dan yang terakhir adalah perubahan *font* khusus untuk angka menjadi Mont Heavy.
- b. Penambahan ilustrasi dengan gaya desain line lineart dengan penarikan garis yang tegas sebagai stilasi dari objek terpilih, sebagai bagian dari ilustrasi pada layout. Ilustrasi tersebut merupakan gabungan dari segala objek yang berhubungan dengan Prancis dan travel.
- c. Perombakan layout beberapa halaman seperti pada halaman “Why Study in France?” dan “More about Studyfrance”.
- d. Perubahan foto monumen di Prancis pada cover menjadi Menara Eiffel.
- e. Meletakkan background pada setiap elemen foto.

4.2.4 Desain Terpilih

Hasil akhir dari desain terpilih berikut merupakan desain yang merepresentasikan Studyfrance secara baik dan telah mencerminkan citra professional, hangat dan berkualitas. Setelah melewati proses revisi yang panjang, akhirnya hasil akhir desain dapat dilihat pada gambar di bawah berikut ini. Sebelum menampilkan hasil, ada beberapa elemen yang akan dijelaskan terlebih dahulu.

- a. Pemilihan warna



© 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 4.15 *Color Palette*
Sumber Dokumen Pribadi

Warna yang digunakan pada perancangan ulang company profile Studyfrance adalah corporate color dari Studyfrance itu sendiri, yaitu biru, merah dan kuning. Warna yang menjadi warna dominan pada layout company profile ini adalah warna biru. Menurut Swasty (2017), warna biru memiliki symbol kepercayaan dan loyalitas. Hal tersebut akan membantu memunculkan kesan professional sebuah perusahaan yang dapat dipercaya oleh audiens. Lalu terdapat warna merah yang memiliki symbol energi dan gairah, serta warna kuning yang tampil pada layout hanya menjadi aksen pada layout. Ditengah color blocking yang banyak pada warna biru dan merah dalam layout company profile ini, disisipkan aksen warna kuning sebagai penyeimbang dan pemberi kesan friendly dan dinamis.

b. Pemilihan Tipografi



Gambar 4.16 *Typography*
Sumber Dokumen Pribadi



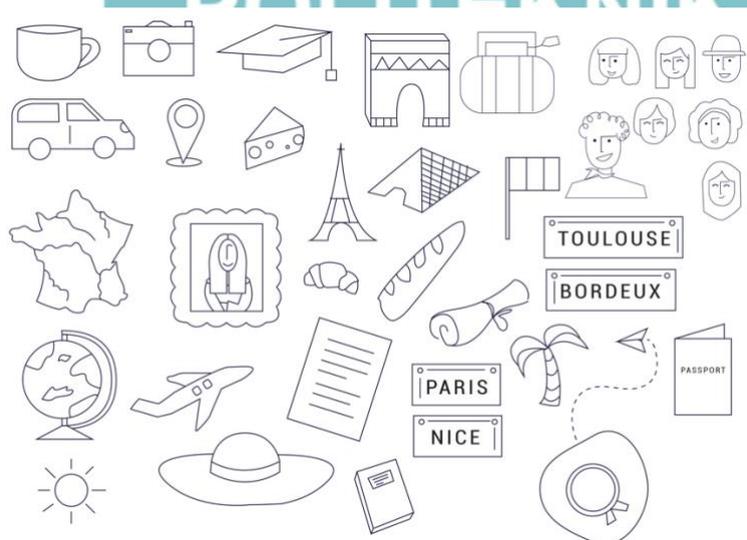
© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

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 di atas merupakan jenis font yang dipakai dalam perancangan ulang company profile Studyfrance. Jenis font yang dipakai merupakan sans serif. Roboto Reguler digunakan sebagai teks untuk isi pada konten. Bentuk tulisan yang simple dan jelas membuat jenis tulisan ini cocok digunakan dalam teks berukuran kecil. Lagu pada teks bab dan sub bab, jenis tulisan yang digunakan adalah Ginora Sans Semi Bold dan Light. Jenis tulisan ini kurang cocok diletakan pada bodytext karena beberapa huruf memiliki bentuk yang kurang terbaca pada ukuran teks kecil. Meskipun begitu, font ini merupakan font pilihan klien, yang mana font ini memiliki bentuk yang modern dan dapat terbaca pada ukuran yang lebih besar. Oleh sebab itu, jenis tulisan pada bodytext dan bab/sub bab berbeda. Khusus pada penulisan angka yang besar, seperti yang terlihat pada halaman daftar isi dan sebagai elemen pada halaman “proses persiapan studi”, memiliki teks yang berbeda. Font yang digunakan ialah Mont Heavy dengan karakteristik bold atau tegas dan jelas. Sementara font pada angka yang berukuran kecil seperti halaman, tetap sama dengan bodytext yaitu Roboto Reguler. Meskipun menggunakan jenis tulisan yang berbeda, namun font yang digunakan memiliki kesatuan yaitu kesan modern dan simple.

c. Pemilihan Ilustrasi



Gambar 4.17 Ilustrasi *line art*
Sumber Dokumen Pribadi



Gambar 4.18 Ilustrasi *solid shape*
Sumber Dokumen Pribadi

Gambar di atas merupakan ilustrasi yang dipakai dalam layout perancangan company profile Studyfrance. Terdapat 2 jenis ilustrasi yang dipakai, yaitu lineart dan solid shape. Penggunaan ilustrasi lineart dengan garis yang tegas merupakan stilasi dari sebuah objek. Stilasi berikut merupakan penyederhanaan sebuah objek yang memiliki kesan modern dan simple. Ilustrasi bentuk dengan warna yang solid datang menjadi penyeimbang elemen pada layout company profile. Bentuk-bentuk yang solid pada gambar di atas mencerminkan sisi kualitas Studyfrance. Citra kokoh, presisi, high quality dicerminkan dari bentuk yang tegas. Kedua jenis ilustrasi tersebut merupakan 2 hal yang masing-masing mewakili makna tersendiri, digabungkan sebagai penyeimbang.

d. Pemilihan Fotografi

© 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

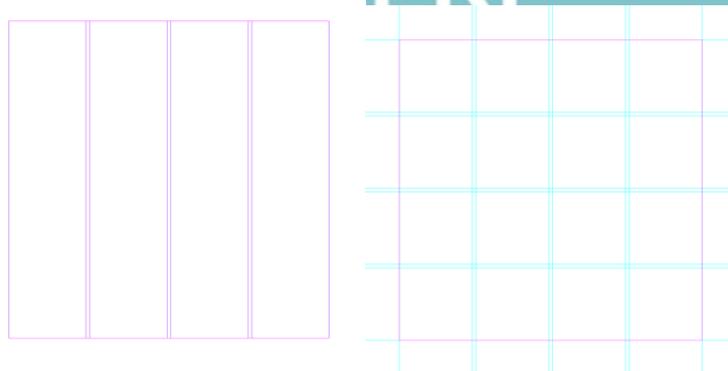




Gambar 4.19 Fotografi
Sumber Dokumen Pribadi

Jenis fotografi yang digunakan pada perancangan company profile Studyfrance yaitu fotografi full color. Fotografi banyak berperan sebagai pembatas topik atau bab. Kesan modern ditampilkan pada penggunaan layer gradasi dengan opacity 50% sebagai dasar untuk meletakkan tulisan dan juga elemen visual shape. Penggunaan layer tersebut agar memperjelas tulisan dan tidak blend dengan foto yang menjadi latar belakang. Dengan cara tersebut, foto masih tetap terlihat jelas tanpa mengganggu keterbacaan tulisan.

e. Penggunaan Grid System



Gambar 4.20 Grid System
Sumber Dokumen Pribadi

Pada *layout company profile* Studyfrance yang baru, jenis grid yang digunakan ialah modular grid dan column grid. Modular grid lebih dominan digunakan agar

© 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





© 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

mempermudah eksplorasi penempatan elemen desain. Ukuran margin *top*, *bottom*, *inside* dan *outside* ialah 2 cm dengan ukuran *Gutter* ialah 0,2 mm. *Bleed* pada *grid system* diatas berukuran 0,5 cm.

f. Cover Desain Terpilih



Gambar 4.21 Cover terpilih
Sumber Dokumen Pribadi

Gambar di atas merupakan cover terpilih untuk desain company profile Studyfrance yang baru. Proses pembuatan 3 alternatif cover telah dilakukan sesuai dengan permintaan klien. Hasil akhir cover di atas merupakan gabungan dari 2 alternatif cover yang telah dibuat dan dipilih oleh klien. Foto menara Eiffel digunakan sebagai cover karena merupakan icon dari negara Prancis. Terdapat tagline pada cover depan dan belakang sesuai permintaan klien. Warna biru dominan digunakan pada cover sebagai cerminan dari citra terpercaya dan professional. Desain cover berikut memiliki kesan kokoh dan fleksibel. Hal tersebut terlihat dari komposisi foto dan elemen visual yang membentuk garis vertical dan horizontal. Menurut Teori Hendratman (dalam Creativany et. al., 2020), garis vertikal memberikan kesan kokoh, stabil dan kuat. Garis horizontal memberikan efek ketenangan dan hal yang pasti. Selain itu garis lengkung memberikan kesan mengalir dan garis spiral memberikan kesan kelahiran dan hipnotis.



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

g. *Company Profile Studyfrance*



Gambar 4.22 *Company Profile Studyfrance*
Sumber Dokumen Pribadi

Desain *company profile* Studyfrance yang terpilih memiliki konsep visual dengan tema *Smart Flights*. Tema *Smart Flights* merupakan tema yang berasal dari turunan kata kunci *High Quality*, yaitu *Travel*. Tema ini memiliki makna bahwa mencari ilmu dan belajar dianalogikan seperti menjelajah dan menelusuri tempat layaknya kegiatan *Traveling*. Tema terpilih memberikan kesan kokoh, *friendly* dan *professional*. Buku *company profile* ini berbentuk *square* dengan ukuran 21 cm x 21 cm. *Company Profile* yang baru mencerminkan citra *professional* sebuah perusahaan sesuai dengan harapan Studyfrance. Tema *Smart Flights* dipilih karena memberikan 3 poin penting yang ingin disampaikan Studyfrance melalui *Company Profile*. Kualitas tinggi yang dimiliki Studyfrance ditampilkan melalui *layout* yang kokoh dan bentuk-bentuk yang solid. Penggunaan *whitespace* pada *layout* memberikan kesan *high quality*. *Warm* atau kehangatan yang diciptakan dari pelayanan Studyfrance ditampilkan melalui penggunaan gaya ilustrasi dengan garis yang dinamis, serta citra modern ditampilkan pada penggunaan jenis *font* Sans Serif sebagai elemen tipografi *layout* ini. *Company Profile* yang efektif dan informatif telah dikemas dalam final akhir buku *company profile* ini sesuai dengan ekspektasi Studyfrance.



© 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 4.23 *Spread Company Profile Studyfrance*
Sumber Dokumen Pribadi

Gambar di atas merupakan contoh dari beberapa eksplorasi *layout* pada *spread company profile* Studyfrance. *Layout* tetap memberikan citra kokoh namun tetap dinamis dan fleksibel. Ukuran teks yang digunakan untuk *bodytext* berukuran 9pt, pada pembatas bab berukuran 83pt dan sub bab memiliki ukuran bervariasi pada *range* 30pt.

4.3 Media Pendukung

Media pendukung dibuat untuk mendukung proses penyebaran informasi mengenai Studyfrance agar lebih luas. Beberapa media pendukung dibutuhkan untuk digunakan di beberapa acara maupun tempat. Berikut merupakan penjabaran dari media pendukung yang dibutuhkan oleh Studyfrance:

- a. Spanduk/*Street Banner*



© 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 *Street Banner*
Sumber Dokumen Pribadi

Penggunaan media spanduk/*street banner* yang dapat digantung pada tiang-tiang dipinggir jalan akan membantu meningkatkan *awareness* penduduk yang tinggal berada di sekitar lokasi Studyfrance. Hal tersebut berguna karena lokasi Studyfrance dekat dengan tempat tinggal penduduk. *Street Banner* berukuran 50 x 100 cm yang akan diletakan berderet di sepanjang jalan raya.

b. *X-Banner*



Gambar 4.25 *X-Banner*
Sumber Dokumen Pribadi



© 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

Penggunaan media *X-Banner* berukuran 150 x 70 cm akan di letakan pada lokasi Studyfrance atau keperluan pada saat adanya pameran. Pada desain *X-Banner* akan ditampilkan informasi penting mengenai Studyfrance yang menjadi *highlight* pada media turunan ini.

c. *Bussiness Card*

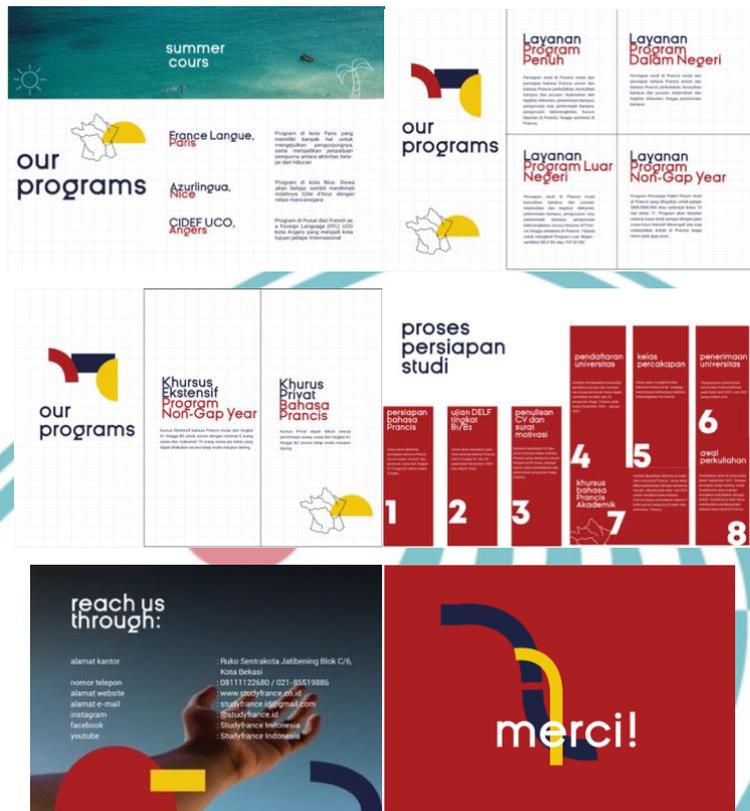


Gambar 4.26 *Business Card*
Sumber Dokumen Pribadi

Media turunan selanjutnya ialah *Business Card* dengan ukuran 12 x 6 cm. Media ini akan mempermudah komunikasi audiens dengan Studyfrance, karena dalam *Business Card* yang *compact* ini berisikan daftar kontak Studyfrance yang dapat dihubungi.

d. *Slide presentasi*





Gambar 4.27 Slide Presentasi Sumber Dokumen Pribadi

Media turunan berikut ini merupakan *slide* presentasi yang berukuran A4 *Landscape*. *Slide* presentasi ini akan dibutuhkan jika Studyfrance melakukan kunjungan ke instansi-instansi untuk mengajak bekerjasama. Selain itu, *slide* presentasi ini juga akan menampilkan tulisan dan gambar dengan jelas sehingga dapat informatif bagi audiens.

e. *Notebook*



© 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





© 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 4.28 *Notebook*
Sumber Dokumen Pribadi

Media pendukung *notebook* dapat berguna sebagai media bagi murid, atau mitra kerjasama untuk mencatat. *Notebook* ini di desain dengan *cover* depan berwarna biru biru dan warna merah putih untuk *cover* belakang.

f. *Flyer Trifold*



Gambar 4.29 *Flyer Trifold*
Sumber Dokumen Pribadi

Media pendukung terakhir yaitu *flyer trifold* berukuran 10 x 14 cm yang berisi informasi mengenai cara pendaftaran, dan informasi harga yang lebih detail. *Flyer trifold* ini dapat berguna bagi Studyfrance dalam kegiatan kunjungan sekolah. Media ini dapat disebarakan pada murid-murid atau orang tua murid agar tertarik untuk bergabung dengan Studyfrance.

4.6 Pertimbangan produksi

Penulisan pada bagian ini akan berisi informasi mengenai pertimbangan dalam proses produksi media utama dan juga media turunan serta bahan, material dan teknik cetak yang akan digunakan pada kedua jenis media yang akan direalisasikan. Berikut penjelasannya:

a. Material dan Bahan

Untuk mencetak media utama yaitu *company profile*, kertas untuk isi dan cover menggunakan dua jenis kertas yang berbeda. Pada kertas bagian isi menggunakan jenis kertas *matte paper* 150 gr, sedangkan pada bagian cover



© 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

menggunakan jenis kertas *Art Carton 310 gr* dengan *finishing doff*. Hasil cetak dari jenis kertas *matte paper* laminasi *semi-doff* memberikan kesan modern. Walaupun tidak memberikan hasil yang mengkilap, hasil cetakan akan tetap menarik perhatian pembaca. Pada media turunan *X-banner* material cetaknya akan menggunakan *albatros* yang memiliki hasil cetak yang sama dengan *company profile*, yaitu *doff*. Bahan ini sangat cocok untuk media promosi *outdoor* maupun *indoor*, karena teksturnya yang halus, ringan, mengkilap dan tidak terlalu mencolok.

b. Teknik Cetak dan *Finishing*

Teknik cetak yang akan dilakukan pada desain *company profile* ialah menggunakan *digital printing*. Hal tersebut didasari oleh kebutuhan mencetak *company profile* yang tidak banyak. Namun jika nantinya akan dibutuhkan mencetak dalam jumlah banyak, teknik cetaknya akan diubah menjadi *offset*. Dalam teknik cetak *digital printing* tidak membutuhkan warna khusus. Teknik cetak ini juga memiliki proses yang cepat. *Finishing* buku *company profile* berukuran 21 x 21 cm ini menggunakan *perfect binding* dan *soft cover*. Pemilihan *finishing perfect binding* dan *soft cover* memiliki keunggulan buku dapat bertahan dalam waktu yang lama.

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Setelah seluruh proses perancangan ulang *company profile* Studyfrance telah dilakukan, didapatkan kesimpulan sebagai berikut:

1. *Company profile* merupakan media yang digunakan perusahaan untuk menyampaikan informasi mengenai perusahaan kepada audiens atau target pasar. *Company profile* dibentuk dengan tujuan mendekati perusahaan dengan target pasarnya dan juga sebagai media untuk merepresentasikan citra perusahaan. Hal tersebut berlaku untuk Studufrance dalam menarik target pasarnya. Berdasarkan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, konsep yang diterapkan pada *company profile* Studyfrance ini adalah sesuai dengan *tone and manner* yang telah didapat, yaitu *high quality, warm, dan modern*. *Tone and manner* tersebut diambil dari data dan fakta, yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan studi literatur. Data tersebut dianalisis menggunakan matrix SWOT untuk menemukan strategi perancangan *company profile* Studyfrance. Data dan informasi yang telah diperoleh menghasilkan *creative brief* yang berguna sebagai panduan merancang desain *company profile*. *Tone and manner* yang telah didapat dikembangkan melalui *mindmapping* dan *moodboard*. Dari proses *moodboard* dilanjutkan pada proses pembuatan alternatif tema. Terdapat 3 alternatif tema yang telah dibuat yaitu *Smart Flights, Light up the Future* dan *Simply Warm*. Tema tersebut selanjutnya dibuat sketsa halus sebagai gambaran *layout* dan juga elemen visual yang akan digunakan. Dari 5 sketsa halus dipilihlah 5 komprehensif desain untuk didigitalisasi. Pada akhirnya terpilihlah 1 tema yang akan difinalisasikan menjadi hasil akhir dari *company profile* Studyfrance.
2. Pada proses perancangan *company profile* Studyfrance telah diterapkan teori-teori yang mendukung perancangan ini seperti teori media *branding*, media promosi cetak, *layout, grid system*, dan juga *company profile*.

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

Penerapan elemen-elemen desain dilakukan sesuai dengan teori *layout* yang membahas prinsip. Prinsip *balance* yang digunakan yaitu simetris dan asimetris yang ditunjukkan pada halaman isi dan juga lembar ilustrasi. Prinsip *unity* yang terlihat pada *layout* ialah penggunaan ilustrasi yang konsisten pada setiap halaman menciptakan kesatuan dari seluruh halaman *company profile*. Warna biru yang digunakan memberi kesan professional dan terpercaya. Konsep *high quality* dan *warm* diterapkan pada *layout company profile* dalam bentuk elemen visual dan juga *whitespace* yang digunakan. Jenis *font* yang digunakan ialah *Sans Serif* yaitu memberi kesan modern. Penggunaan jenis ilustrasi *Line art* mewakili kata kunci *warm* merepresentasikan fleksibilitas dari pelayanan Studyfrance yang menjunjung tinggi kekeluargaan. Sementara *solid shape* seperti kotak dan bidang lainnya memberi kesan tegas dan kokoh. Penerapan teori *grid system* dilakukan pada penggunaan *modular grid* yang menjadi *grid* dominan yang digunakan pada penempatan elemen desain. Penerapan prinsip *emphasis* juga terlihat pada penggunaan huruf lebih besar dari pada *bodytext* pada *headline* yang berguna menjadi penekanan.

3. Selain perancangan *company profile* sebagai media utama, perancangan media turunan juga dibutuhkan. Seperti media slide presentasi yang akan membantu proses penyampaian informasi pada saat kunjungan instansi untuk mempromosikan dan mengajak bekerjasama. Lalu media *X-Banner* yang cocok untuk media promosi luar dan dalam ruangan. *Street Banner/Spanduk*, dapat membantu penyebaran informasi kepada penduduk di sekitar lokasi Studyfrance. Hal tersebut membantu meningkatkan kesadaran orang-orang terhadap keberadaan Studyfrance. Kemudian media *flyer trifold* yang akan diberikan kepada calon murid atau orang tua murid, notebook sebagai media audiens untuk mencatat dan yang terakhir *business card* untuk mempermudah komunikasi perusahaan dengan konsumen.

5.2

Saran

Adapun saran kepada peneliti atau penulis selanjutnya adalah jika di kemudian hari mengangkat Studyfrance sebagai objek penelitian, pembuatan *GSM* logo Studyfrance baiknya dilakukan sebagai panduan desainer dalam membuat kebutuhan desain Studyfrance. Adanya *Graphic Standard Manual Logo* atau *GSM* bagi Studyfrance akan memberikan banyak manfaat dan dapat memperbaiki proses perancangan desain pada media promosi maupun publikasi Studyfrance nantinya. Hal tersebut dapat memberi gambaran akan penerapan logo pada media promosi cetak lainnya.

© **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





DAFTAR PUSTAKA

- Abdulhafizh, L. & Djatiprambudi, D. (2020). Perancangan Company Profile Jurusan Desain Grafis Universitas Negeri Surabaya. *Jurnal Barik*.
- Adam, D. & Hasian, I. (2019). Analisis Perkembangan Elemen Desain Cover Majalah Gogirl!. *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*.
- Ali, F. (2018). Optimalisasi Web Design STMK Trisakti Berdasarkan Prinsip Layout dan Composition. *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*.
- Anggraini, L. & Nathalia, K. (2018). *Design Komunikasi Visual*. Bandung: PT. Nuansa Cendekia.
- Armyn, R. & Heldi (2019). Perancangan Booklet Promosi Wisata Warisan Budaya Kabupaten Tanah Datar. *Jurnal Desain Komunikasi Visual*.
- Bryan, C., Sudika, I., & Aryanto, H. (2017). Perancangan Branding Perusahaan 7coffeeday. *Jurnal Adiwarna*.
- Creativany, M, Udayana, A & Remawa, A. (2020). Kajian Estetika, Fungsi dan Makna Logo Sukla Satyagraha Di Denpasar. *Jurnal Seni Rupa dan Desain*.
- Guntoro, A., Dektisa, A. & Asthararianty. (2018). Perancangan Media Promosi Brotherwood. *Jurnal DKV Adiwarna Universitas Kristen Petra*.
- Hardani (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*. Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Yogyakarta.
- Hoffman, Alma R. (2020). *Sketching as Design Thinking*. Chennai: Global Publishing Services
- Kaban, S., Irwandi & Kurniawan (2020). Unsur Unsur Visual New Zealand Engagement Session Karya Caron Kuntjoro. Repository Institut Seni Indonesia Yogyakarta.
- Kriyantono, Rachmat (2013). *Manajemen Periklanan Teori dan Praktek*. Malang: UB Press

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

- Kurniawan, I & Patria, A. (2019). Analisis Layout Buku Tematik Kelas 5 Sekolah Dasar Tema 8. *Jurnal Seni Rupa*.
- Lesmana, F. & Asthararianty. (2018). Studi Hermeneutik: Desain Layout Buku Biografi Merry Riana. *Jurnal Nirmana*.
- Landa, R (2011). *Graphic Design Solutions Fourth Edition*. Boston: Clark Baxter
- Maharsi, Indira (2016). *Ilustrasi*. Yogyakarta: Badan Penerbit ISI
- Mursalina, H., Yunanto, P & Oktaviani, V. (2019). Pengembangan Media Cetak dan Digital untuk Dellsand Kreasi Kaos Nama Sebagai Media Promosi. *Jurnal Pinter*.
- Nugroho, Sarwo (2015). *Manajemen Warna dan Desain*. Yogyakarta: Andi
- Prasetyo, B.D & Febriani, N.S (2020). *Strategi Branding Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis*. Malang: UB Press
- Putri, I & Hasian, I. (2021). Analisis Elemen Desain Grafis dari Visual Konten Instagram Indonesia Tanpa Pacaran Ditinjau dari Teori Retorika. *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*.
- Rinaldo, B. & Hasian, I. (2019). Analisis Media Kampanye Branding Augmented Reality di Museum Menggunakan Teori Desain Komunikasi Visual (Studi Kasus: Museum Perumusan Naskah Proklamasi). *Jurnal Magenta, STMK Trisakti*.
- Rustan, Suriyanto (2020). *Layout 2020*: Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia
- Sary, K.A. (2020). Media Booklet Company Profile CV. Sary Cards Samarinda Penunjang Aktifitas Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Analisis Sosial Politik*.
- Sihombing, D. (2015). *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Swasty, Wirania (2017). *Serba Serbi Warna Penerapan pada Desain*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Wahyudi, N., & Satriyono, S. (2017). *Mantra Kemasan Juara*. Jakarta: Elex Media Komputindo

Widyastuti, Sri (2017). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta Selatan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pancasila

Windura, Susanto (2013). *1st Mindmap*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo



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**© 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





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 BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA ALLYA RIZKI PUTRI
NAMA PEMBIMBING RIAN DWI ANTORO
JUDUL TUGAS AKHIR Perancangan Ulang Company Profile Studyfrance Sebagai Peningkatan Citra Baik

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	13 April 2021	pada latar belakang paragraf satu kalimatnya kurang efektif, BAB I	menghapus teori, menambahkan opini sendiri mengenai company profile
2	24 April 2021	perubahan kerangka pada landasan teori BAB II	menambahkan teori media promosi cetak, teori perusahaan jasa pendidikan
3	30 April 2021	revisi BAB II teorinya terlalu jauh	mengurangi beberapa hal yang ada pada BAB II, seperti poin-poin di warna, menghapus komponen desain grafis, dll
4	19 April 2021	menentukan metode riset untuk BAB 3, penjelasan tentang jenis metode penelitian dan pengumpulan data	mulai menyusun teori untuk BAB III, menentukan menggunakan metode yang mana
5	5 Mei 2021	keseluruhan BAB II sudah oke, tapi harus ada yang ditambahkan untuk beberapa poinnya	tipografi pada layout (dijelaskan dan gambar), elemen visual pada layout (dijelaskan dan tambah gambar
6	12 Mei 2021	perubahan kerangka teori untuk BAB 3	mengubah teori desain grafis menjadi media branding
7	19 Mei 2021	BAB III: revisi pada profile klien, customer insight, targeting, project brief	profile klien ditambah beberapa foto, customer insight hanya kesimpulan wawancara, targeting ditambah
8	15 Juni 2021	revisi sempro BAB II yaitu perombakan teori	mengerucutkan teori media branding dan media promosi cetak
9	18 Juni 2021	revisi metode riset desain	sudah melakukan sesuai dengan arahan pak rian
10	24 Juni 2021	menyerahkan progres BAB IV sampai dengan moodboard	merubah tulisan hasil pembahasan dan konsep visual sesuai arahan yang tertulis pada file word
11	1 Juli 2021	merombak mindmap dan moodboard	mengubah kata kunci simple menjadi modern, merapikan moodboard agar enak dibaca dan menambah satu moodboard grid (total 4 moodboard)
12	15 Juli 2021	sketsa halus diberi margin, bleed dan grid yang lengkap	sudah merevisi sesuai arahan yaitu memberi margin, bleed dan grid, serta memberi penjelasan lengkap pada poin penjelasan sketsa
13	21 Juli 2021	asistensi desain komprehensif	sudah sesuai dan bisa lanjut
14	26 Juli 2021	menyelesaikan FAW sesuai dengan arahan klien	boleh lanjut sesuai arahan
15	29 Juli 2021	perubahan pada font, beberapa layout yang harus dieksplorasi	sudah dilakukan sesuai arahan dan boleh lanjut
16	4 Agustus 2021	revisi saran pada BAB V	saran untuk membuat GSM pada logo dan bagaimana pada saat diaplikasikan ke media promosi cetak lainnya



© 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 BIMBINGAN TUGAS AKHIR

PROGRAM STUDI DESAIN GRAFIS
JURUSAN TEKNIK GRAFIKA PENERBITAN
POLITEKNIK NEGERI JAKARTA

NAMA MAHASISWA ALLYA RIZKI PUTRI

NAMA PEMBIMBING MRR. TIYAS MAHENI DK, S.H, M.H

JUDUL TUGAS AKHIR PERANCANGAN ULANG COMPANY PROFILE STUDYFRANCE SEBAGAI PENINGKATAN CITRA BAIK

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	20 mei 2021	kerapihan penulisan bab 1 2 3	merapihkan penulisan bab 1 2 3
2	24 juni 2021	merapihkan penulisan setelah sempro	mengganti tulisan proposal tugas akhir menjadi tugas akhir, dan detail-detail penulisan yang masih menbrok
3	20 juli 2021	menyerahkan bab 4 dan revisi kerapihan penulisan	mengubah bahasa asing ke huruf italic, beberapa sub bab masih ada yang terlalu masuk ke dalam, mengubah
4	24 juli 2021	pengulangan kesalahan yang sama dan ada beberapa poin yang masih belum direvisi	masih merapihkan detail-detail penulisan yang masih berantakan, perubahan ukuran huruf dan spasi
5	27 juli 2021	masih ada yang belum di revisi, dan melakukan kesalahan yang sama	sudah dilakukan revisi
6	5 agustus 2021	perbaikan kerapihan penulisan	sudah dilakukan revisi
7	6 agustus 2021	revisi penulisan	sudah dilakukan revisi
8	7 agustus 2021	revisi minor pada penulisan daftar pustaka	sudah dilakukan revisi sesuai arahan

*untuk menjadi acuan bimbingan selanjutnya

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN



© 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





© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Transkrip wawancara dengan responden 1

Hari/Tanggal : Senin, 17 Mei 2021

Pukul : 15.00

Bertemu tatap muka

Nama : Naila Ardina

Jabatan : CEO Studyfrance

Perusahaan : Studyfrance

Allya : “Halo kak Naila, hari ini aku akan tanya-tanya seputar Studyfrance seperti apa ya...”

Naila Ardina : “Baik aya. Boleh mulai aja sekarang”

Allya : “Boleh certain kak pengalaman *audiens* dengan *company profile* Studyfrance yang lama? “

Naila Ardina : “Oke baik aya. Jadi waktu itu Studyfrance lagi kunjungan ke Sekolah, lebih tepatnya SMA Negeri di Jakarta. Bertemulah dengan salah satu guru dan kami pihak SF memberikan *company profile* kami sebagai memberikan kejelasan, malah membuat bingung. Ternyata informasinya ngga ditampilkan secara jelas dan audiens kami gak paham ketika dikasih *company profile* kita. Ibu tersebut malah bertanya balik dan kami harus menjelaskan ulang hal yang sebenarnya sudah ada di dalam *company profile* tersebut. Akhirnya setelah kami cari tau kenapa selalu seperti itu, ternyata memang dari *looks* nya saja, *company profile* kita kurang professional dan tidak mencerminkan banget perusahaan ini. Makannya, kami berfikir untuk membuat ulang, mendesain ulang, karena *company profile* itu juga salah satu cara kita berkomunikasi sama calon *customer* kita. Jadi *company profile* ini yang pertama harus meyakinkan dan keliatan bernilai. Karena produk yang kami tawarkan itu mahal lho... berkualitas.”

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

Allya : “Oh paham kak. Jadi malah membuat masalah lagi ya kak bukan menyelesaikan masalah. Kak Naila boleh certain ngga awal berdirinya SF kenapa bisa bertiga membangun ini?”

Naila Ardina : “Jadi awalnya, aku, Ridho dan Rahmat sama sama lulusan UNJ Pendidikan Bahasa Prancis. Singkat cerita aku dan Rahmat ketemu lagi karena Rahmat kerja di IFI sama aku, terus dia harus ke Prancis waktu itu. Karena waktu aku lumayan longgar di IFI, aku *apply* kerja di Lembaga lain, dan ketemu lagi sama Ridho. Dari situ kita berdua berpikir untuk ketemu lagi sama Rahmat untuk ngobrolin masalah ngajar mengajar.. Disitu kita juga dapet ilmu oh ternyata begini ya ngajar di Lembaga. Setelah itu kita ngobrol, kita berpikir kalau kayaknya kita bisa deh untuk buat Lembaga kaya gini, karena kita bisa semua, kendala kita cuma di uang. Harusnya yang baik salah satu dari kita kan ada yang pengusaha, tapi akhirnya singkat cerita saudara dekatku mau menyuntikkan dana, karena mereka juga latar belakangnya Pendidikan jadi mau bantu. Akhirnya jadilah tempat ini....

Allya : “Terus kak, waktu pertama kali buka, cara promosiinnya kaya gimana? Terus apa yang dijual dan menjadi daya tarik utama biar orang mau nengok kesini...?”

Naila Ardina : “Nah, waktu itu sih kita emang dari mulut ke mulut. Kami awalnya emang ngejualnya mimpi-mimpi aja sih, karena kita juga banyak tau informasi tentang Pendidikan di Prancis dan tau gimana proses segala macam, jadi dari situ kita jualnya”

Ridho : “Iyaa, karena produk kita kan juga gak murah, sejuta dua juta, tapi ratusan juta. Berkualitas banget lah, *exclusive*, waktu itu kita bener-bener pelan-pelan ngajaknya, kita tarik dulu secara emosional. Ibaratnya, yang mau kuliah di luar negri aja gak banyak, nah ini spesifik kuliah di Prancis.”

Allya :”Gimana kak cara narik muridnyaa secara emosional?”



© 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

Naila Ardina :”Waktu itu kita jual nama temen kita, si Rahmat in ikan lulusan Paris, hahaha. Jadi kita sambil certain kisahny dia gimana kuliah di sana dan sebagainya. Waktu itu ada 3 murid dateng kesini tiba-tiba, akhirnya kita presentasiinlah, mereka mau tau kaya gimana. Dulu aku sempet banting harga aya... yang penting ada murid dulu. Harusnya 160jutaan, jadi 130jutaan”

Aya :”Oh segitu ya kak? Aku gak mikir sampe segitu harganya kak hahaha”

Naila Ardina :”Iyaa, malah kit aini lebih murah. Dibanding competitor kita, kaya euro management, tesla dan lain-lain... mereka bisa sampe 260jutaan.”

Aya :”Kalo sama kompetitornya persaingannnya kaya gimana kak? Keliatannya kompetitornya udah pada lama-lama ya kak berdirinya dan rata-rata lebih dari satu negara..”

Naila Ardina :”Iyaa, jauh lebih dulu mereka dan SF itu jatohnya masih muda banget. Kaya contohnya euro management, dia udah lama nanti kamu bisa liat infonya di website mereka. Mereka *concernnya* ke lebih dari 1 negara, hampir seluruh eropa.... Excellence juga Prancis Jerman. Banyak negara-negaranya...”

Aya :”Produk yang ditawarkan sama SF tuh detailnya seperti apa sih kak? Yang aku tau ini lulus Bahasa Prancis, terus lulus untuk kuliah di Prancis. Kalau detailnya seperti apa kak?”

Naila Ardina :”Prancis tuh gaada tes akademik aya. Jadi universitas disana melihat surat motivasi dan CV kamu, keterkaitan motivasi kamu dengan jurusan yang kamu pilih. Kalau kita kan test es aja, nanti gatau nyemplungnya dimana, gak efektif. Kaya Thoriq, mau masuk Psikologi, Rayhan mau masuk bisnis, karena orangtuanya punya 14 toko di tanah abang, nah disitu universitas Prancis dicocokin sama jurusannya. Jadi persiapannya Bahasa, CV, surat motivasi, rencana karir dan dokumen-dokumen. Semua kita bantuin, nanti kalo mereka udah lengkap, pasti nanti langsung dapet subsidi 10.000-15.000 euro



© 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

per tahun. Thoriq atau Rayval kuliahnya S1 3 tahun dan tidak ada skripsi, bayarnya juga Cuma 3 juta per smester.”

Aya :”Jadi SF jual disitanya juga ya kak perbandingan kuliah disini dan di Prancis, ternyata jauh lebih efektif.”

Naila Ardina :”Jerman murah aya, tapi Jerman tesnya banyak banget dan ribet. Kalau kuliah di Prancis tes akademik gak ada, skripsi pun engga.. Jadi SF tuh jual kesitu.. Siapa yang gamau kuliah gaada skripsi kan hahaha”

Aya :”Bener juga kak, terus apalagi kak kira-kira yang jadi alasan kenapa Prancis itu lebih baik? Karena kan kita harus bisa mempromosikan Prancisnya ya kak..”

Naila Ardina :”Nah ini, Prancis tuh punya motto, Pendidikan adalah hak semua orang. Gak hanya orang yg udah cerdas, kita gak bisa makanya kita kuliah. Mereka gitu pola pikirnya, jadi walaupun mereka gagal, itu karena passion dan gak cocok. Jadi nanti sistemnya hukum alam, siapa yang kuat siapa yang punya motivasi kuat, mereka akan selesai sampai akhir. Kalau gak cocok, pindah ke jurusan lain.”

Aya :”Oooh begitu, keren jug ya kak. Kalau dari alur atau sistemnya itu gimana kak bisa diceritain ngga?”

Naila Ardina :”Mulai dari persiapan Bahasa 6 bulan, september awal, persiapan DELF, penulisan CV dan motivasi. Kita itu bisa daftar ke 27 universitas sekaligus. Sebar surat motivasi kesana. Nanti misalnya dari 27 universitas 10 yang nerima, nanti dari situ kita saring lagi. Jadi enak, kita yang milih universitas. Kalau disini kan maksimal 2-3. Ini 27 loh. Pendaftaran kampus itu untuk D3 S1, itu Desember ke Januari. Beberapa murid dari Indonesia tuh masih ada aja yang suka telat daftar, dan sepertinya mereka butuh asistensi kaya dibimbing gitu, apalagi target kita kan orang-orang yang mampu rela mengeluarkan uang banyak demi Pendidikan. Oiya, kita juga pecah program akhirnya, biar biayanya gaterlalu mahal.”

Aya :”Kak kelebihan Studyfrance itu apa yah kak?”



© 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

Naila Ardina :”Semua anak SF itu 6 bulan lulus, dapet universitas, dan langsung berangkat. Kita juga bantuin gak secara Bahasa doang. Tapi kita bimbing sampai mereka masuk awal perkuliahan disana. Terus SF juga menghasilkan beberapa murid yang punya nilai DELF tertinggi seindonesia pada saat itu.”

Aya :”Okee kak, kalau masalah competitor, siapa yang menurut kakak keberadaannya mengancam SF?”

Naila Ardina :”Sebenarnya competitor ada 5 kali yaaa, Cuma yang lebih terancam sama keberadaan IFI. Karena mereka di bawah langsung kedutaan besar Prancis, dan mereka besar, bawa nama kedutaan. Muridnya banyak banget. Akhir-akhir ini beberapa program aku ada yang diserap sama mereka, aku jadi terancam hahaha.”

Aya ;”Citra SF sendiri yang ingin kakak sampaikan ke audiens tuh apa aja kira-kira?”

Naila :”Yang aku liat dari SF nih kita lebih menjunjung tinggi kekeluargaan. Kalau disbanding SF, disana mereka masih ada batesan. Masih terlalu formal. Tapi, walaupun kita santai, kita juga tau, kalau lagi ngajar, murid harus gimana sama guru dan sebaliknya. Tapi kalo diluar jam ngajar, kita tuh kaya temen, kaya adik dan kakak. Kita juga sukan nongkrong dan hangout bareng juga sama murid. Kadang kita nongkrong disini, kamu bisa liat suasana SF kaya rumah. Jadi y akita emang kekeluargaan banget.”

Aya :”Kalau menurut kakak, *company profile* yang baru nanti akan sengaruh itu ngga sama proses promosi ke sekolah atau individu lain nantinya?”

Naila Ardina :”Jelas ngaruh banget aya, karena kesan orang pertama kali kan akan diliat dari *company profile* nya seperti apa. Jadi bikin orang gak males baca dan gak males untuk cari tau apa yang ada di dalam *company profile* itu...”



© 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

Aya :”Okedeh kak kalau begitu, makasih untuk ngobrolnyaa. Nanti kalau ada kekurangan lagi aku bisa tanya langsung melalui Whats App yah kak.”

Naila Ardina :”Okee siap, sama samaa”

Transkrip wawancara dengan responden 2

Hari/Tanggal : Senin, 17 Mei 2021

Pukul : 16.00

Bertemu tatap muka

Nama : Rayval Ramadhan

Umur : 19 Tahun

Jabatan : Pelajar di Studyfrance

Allya :”Halo Rayval, boleh tau motivasinya mau kuliah di Prancis kenapa?”

Rayval :”Karena orangtuaku nyuruh dan punya latar belakang yang ada hubungannya dengan Prancis.”

Allya :”Awal tau nya dari mana, kalau ada SF? Internetkah atau gimana?”

Rayval :”Tadinya aku sempet di kompetitornya SF, tapi akhirnya ada yang saranin aku, disini. Dan aku juga rumahnya daerahnya gak jauh dari SF, jadinya aku tertarik untuk pindah kesini.”

Allya :”*First impression* kamu dengan SF apa?”

Rayval :”Waktu itu SF lagi *open house* dan aku dateng. Mereka presentasi, dan membuat aku mikir ini Lembaga baru dan koku dah tau banget mengenai Prancis. Terus setelah aku bergabung disini kesannya itu *ambiencenya* enak banget. Studyfrance itu keluarga banget. Banyak ngobrol dan makan, main bareng. Begitu pun dengan murid-murid lain yang baru kenal. Dari sisi pengajarannya, professional banget dan mendidik anak-anaknya total dan keren banget. Mendorong kita.”

Allya :”Mafaat yang kamu rasain setelah bergabung sama SF apa?”



© 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

- Rayval :”Aku ngerasa lebih rajin karena SF bikin aku tau apa sih mau aku dan tujuan aku belajar disini. Jadi SF bener-bener kasih aku *impact* yang besar dalam nerusin Pendidikan aku nantinya.”
- Allya :”Menurut kamu disekitar SF tuh banyak gak spanduk atau banner yang bikin *aware* mengenai SF?”
- Rayval :”Belom ada sih, masih kurang buat orang *aware* tentang adanya SF disini. Masih butuh sih untuk ditaro di luar komplek”
- Allya :”Boleh minta saran dan masukan tentang *company profile* SF? Dan komentar boleh selagi aku kasih liat *compro* nya SF.”
- Rayval :”ini tulisan di proses studi masih ngga jelas sih, bikin males bacanya. Tulisannya terlalu banyak dan gak nyaman. Jadi bikin pusing.”
- Allya :”Menurut kamu *compro* ini udah sesuai sama *imaganya* SF belom?”
- Rayval :”Ini ngga mencerminkan Studyfrance sih... Masih kurang banget, karena gak terlihat professional dan gak menarik perhatian...”
- Allya :”Terima kasih Rayval.. Sekian obrolannyaa”
- Rayval :”Siap, sama samaa”

Transkrip wawancara dengan responden 3

Hari/Tanggal : Senin, 17 Mei 2021

Pukul : 17.00

Bertemu tatap muka

Nama : Thoriq Yahya

Umur : 19 Tahun

Jabatan : Pelajar di Studyfrance/murid *Homeschooling* Kak Seto

Allya :”Halo Thoriq, boleh kita mulai yaa”

Thoriq :”Siaap kak”

Allya :”Motivasi kamu untuk masuk SF apa?”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

- Thoriq :”Aku suka Bahasa Prancis dari aku masih SD, jadi emang udah niat aja mau kuliah di sana pas udah besar”
- Allya :”First impression kamu dengan SF itu apa? Boleh certain?”
- Thoriq :”Aku dulu sempet *underestimate* aja sih... hahaha. Karena salah satu pelajarnya ngomong pake aksen Bahasa Indonesia. Tapi ternyata dia jago banget, karena dia juga sekarang jadi dosen di Prancis. Itu jadi naikin kepercayaan aku sama SF dan gak *underestimate* lagi”
- Allya :”Okeee. Nilai *plus* SF apa dibanding tempat lain, karena katanya kamu pernah coba di tempat lain.”
- Thoriq :”Disini lumayan kejam karena di *push* banget pengajaran disini. Tapi bagus. Kalo ditempat lain itu test DELF nya pake buku soal soal percobaan, tapi kalo disini pake soal beneran yang *real*. Terus belajar disini itu enak banyak koneksi, dan banyak informasi, karena pengajar di SF itu kan orang-orang yang punya koneksi luas di dunia perkuliahan di Prancis.”
- Allya :”Kalau pengajarannya disini kaya gimana?”
- Thoriq :”Kekeluargaan banget sih disini. Bikin gak segan bahkan untuk memperdebatkan masalah pelajaran dengan guru sendiri. Saking belajarnya enak disini, aku bisa dapet nilai DELF tertinggi, alhamdulillah. Terus disini tuh membantu banget untuk mencari titik tengah. Menjawab masalah-masalah yang aku bingungin kaya mau kuliah jurusan apa. Jadi enak banget bisa konsultasi sedalam itu.”
- Allya :”Kamu udah pernah liat *company profile* Studyfrance? Kalau belum aku kasih liat dan kamu boleh ya kasih pendapat dan komentar..”
- Thoriq :”Baik kak.. Kalo menurut aku disini masih banyak tulisan yang gak jelas dan gak rapi. Ada poin pin penting yang harusnya di *highlights* supaya terbaca, malah engga. Kaya di halaman ini, tulisan nyaru sama *backgroundnya* yang rame. Beberapa *layout* juga masih berantakan, kaya gaada pembatasnya, malah hampir kepotong.



© 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

Terus tulisannya masih terlalu banyak banget kesannya, orang jadi males untuk baca.

Allya :”Menurut kamu ini udah mencerminkan SF belum?”

Thoriq :”Kalo meneurut aku jelas belum. Ini maaf kaya murahan banget padahal kan jasanya SF itu berkualitas dan mahal... Kurang professional sih kayaknya, bisa diperbaiki lagi. Ini masih belum menarik. Mungkin dari penggunaan desainnya gak konsisten ya kak, beda-beda dan kelihatan masih ragu. Justru kan *compro* tuh yang diliat ya desainnya... Bukan begitu ya kak.. Kayaknya nanti kakak bisa deh dibuat desainnya yang menarik dan kekinian”

Allya :”Oke Thoriq makasih atas *sharing-sharing*nya, semoga lancar kuliah di Prancis tahun ini. Terima kasih banyak ya...”

Thoriq :”Sama sama kak...”

Transkrip wawancara dengan responden 4

Hari/Tanggal : Jumat, 16 April 2021

Pukul : 13.00

Wawancara via *WhatsApp Call*

Nama : Evandion Brilliant Dinindar Kurniadi

Umur : 19 Tahun

Jabatan : Alumni Studyfrance dan Peraih nilai tertinggi DELF

Allya :”Halo kak boleh dimulai yah. Kalo boleh diceritain gimana waktu itu pertama kali tau tentang Studyfrance?”

Billy :”Kalo aku waktu itu pertama kali tau SF dari social media, karena ada iklan di Instagram yang nyangkut jadinya aku bisa tau ada SF. Nilai plusnya juga dia deket sama rumahku, masih disekitar rumahku, jadi aku coba aja dateng kesana.”

Allya :” *First Impression* kamu saat itu gimana tentang SF?”



© 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

- Billy :”Waktu itu karena baru buka jadi masih sepi dan sedikit ya orangnya. Tapi lama kelamaan, SF ini menjunjung kekeluargaan banget dan bikin nyaman cara belajarnya.”
- Allya :”Manfaat yang kamu udah dapet selama belajar disaana itu apa aja?”
- Billy :”Puji Tuhan, aku dapet nilai terbaik, jadi nilai DELF ku itu terbaik dan aku lulusan SF. Jadi SF ini pilihan yang tepat, karena cara mengajar mereka bikin kita sebagai muridnya gak males-malesan, mungkin juga ditambah sama pengajarnya yang ramah dan baik semua. Kita kata temen, Cuma masih tau batas karena mereka guru dan kita murid.”
- Allya :”Sebelumnya akum mau tau pendapat kamu, *company profile* itu sepenting apa buat perusahaan?”
- Billy :”Kalo menurut aku itu sebagai munculnya kesan pertama orang dengan perusahaan tersebut, jadi bisa menjadi daya tarik saat perusahaan menawarkan untuk kerja sama.”
- Allya :”Ohh baik kalo begitu. Sekarang berarti kamu ada di Prancis ya? Boleh certain gak keunggulan disana itu kaya apa?”
- Billy :”Iyaaa sekarang aku kuliah di satu universitas di kota Toulouse. Disini aku dapet jurusan yang sesuai dengan *concern* aku dimana, disini juga gaada skirpsi dan enak pembelajarannya. Jadi kita gaada tuh yang Namanya salah masuk jurusan, karena persiapannya juga kan mateng banget di SF.”
- Allya :”Oke billy. Sekarang aku mau kasih liat *company profile* nya SF, kamu boleh kasih saran dan komentar”
- Billy :”Menurutku sih masih ada beberapa halaman yang gak rapi, terus desainnya juga jadul banget, bikin orang gak tertarik. Tulisannya ada yang ngga rapi dan typo, jadi kesannya juga udah gimana gitu ya... Saranku sih di desainnya dibuat lebih menarik, biar orang baru yang mau tau SF itu semangat...”



© Hak Cipta milik Politeknik Negeri Jakarta

Hak Cipta :

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

Allya :”Oh baik billy terima kasih, *goodluck* kuliahnya di sana semoga lancer!”

Billy :”Sama sama, terima kasihh”

Transkrip wawancara dengan responden 5

Hari/Tanggal : Senin, 17 Mei 2021

Pukul : 10.00

Wawancara via *Whats App Chat*

Nama : Yuanita Susana

Jabatan : Kepala Kak Seto Learning Center dan Kemitraan

Allya :”Boleh saya mulai wawancaranya ya kak..”

Nitha :”Baik, silahkan”

Allya :” Saya ingin bertanya tugas dari Kak Seto Learning Center itu apa ya kak jabatan kakak di *Homeschooling* Kak seto?”

Nitha :” Tugas utama KSLC adalah pemenuhan kebutuhan pendampingan belajar untuk peserta didik Sekolah Kak Seto dan sekolah eksternal lainnya, Sementara untuk Kemitraan, saya bertugas menjembatani setiap Mahasiswa/i baik jenjang S-1 maupun S-2 yang sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir mereka. Saya juga bertanggungjawab menyediakan kebutuhan pendampingan belajar bagi mitra kerja kami yg mengadakan ajang pencarian bakat yang mengharuskan kontestannya untuk tinggal di karantina.”

Allya :”Oh begitu kak baik. Alasan apa yang membuat sekolah ini ingin bekerja sama dengan SF?”

Nitha :” Awalnya SF datang ke sekolah kami, melakukan pendekatan persuasif untuk bisa bekerjasama. Karena salah satu peserta didik kami sudah bergabung dengan SF dan diterima di berbagai universitas di Perancis. Kami membuka diri untuk bekerjasama



© 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

dengan berbagai kampus maupun agent seperti SF yang memiliki tujuan yg sama dengan kami.”

Allya :”Oh seperti itu kak. Waktu itu bagaimana cara SF datang ke sekolah untuk mempromosikan SF ya kak?”

Nitha :”Waktu itu mereka menggunakan media media promosi seperti slide presentasi sih..”

Allya :”Yang buat kakak tertarik bekerja sama dengan SF itu apa ya kak?”

Nitha :” Kami sudah bekerjasama dengan berbagai agent, namun kebetulan kami belum memiliki agent di Perancis. Dan kami tertarik saat kak Naila menjelaskan bahwa biaya hidup di Perancis bisa ditanggung oleh pemerintah jika lolos masuk ke Universitas negerinya. Bagi orang-orang yang berkeinginan untuk tinggal di Perancis atau tertarik dengan negara Perancis, tentunya Bahasa Perancis menjadi hal yg wajib utk dipelajari ya kak. Dan tingkat kesulitannya pun jauh lebih tinggi dibanding bahasa Inggris maupun Korea.”

Allya :”Apakah *first impression* yang kakak dapat ketika melihat SF?”

Nitha :” Menarik sih kak.. Kami juga baru tau bahwa peserta didik kami sudah lebih dulu bergabung dengan SF, bahkan dengan predikat yang baik. Jadi, menurut saya saat itu tidak ada salahnya kami bekerjasama...”

Allya :”Baik kak. Apakah kaka sudah pernah melihat *compro SF*? Kalau belum saya izin untuk share *company profile* Studyfrance kesini dan meminta pendapat serta saran yang mungkin bisa diberikam sebagai masukan.”

Nitha :” Saat bertemu Kak Naila, sepertinya kak Naila hanya menjelaskan mengenai SF secara verbal. Tapi saya agak lupa, kak Naila membawa brosur atau Company Profile atau tdk. Baik kak boleh..”

Allya :” Menurut kakak setelah melihat desain dari company profile yang lama itu, apa kesannyaa? Boleh kalau mau mengkritik dari sudut pandang kakak sebagai mitra kerja SF, untuk masukan untu saya nanti...”



© 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

Nitha

:” Masih ada beberapa yg typo sih..Design nya masih terlalu simple ya kak, kurang kekinian. Mungkin nanti setelah di re-design oleh kakak bisa jauh lebih menarik.”

Allya

:”Menurut kakak, apakah *company profile* tersebut sudah mencerminkan profesional bagi Studyfrance?”

Nitha

:” Secara subjektif ya kak, karena saya tipe orang yg detail, jadi kesempurnaan jadi hal utama yg saya soroti. Bagi saya, sebuah *company profile* merepresentasikan profesional sebuah perusahaan atau lembaga tsb. Jika dalam penulisan masih terdapat typo, saya menilai perusahaan tersebut belum profesional. Karena seharusnya sebelum di blast ke publik, sudah melalui tahap review dari level manager sampai direktur.”

Allya

:”Apakah kakak pernah melihat *company profile* dari perusahaan sejenis?”

Nitha

:” Pernah. Beberapa perusahaan bahkan merevisi comp.prof nya menyesuaikan dengan design yg sedang kekinian. Agar menarik dan terus up-to-date.”

Allya

:”Apakah kakak ada saran untuk *company profile* yang baru nanti?”

Nitha

:”Dibuat simple namun tetap *eye cathing* ya kak..”

Allya

:”Baik terima kasih”

POLITEKNIK
NEGERI
JAKARTA

LAMPIRAN



© 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





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

ALLYA RIZKI PUTRI



GRAPHIC DESIGNER

Halo, saya Allya Rizki Putri, saya seorang mahasiswa desain grafis. Saya memiliki cara pandang, bahwa seni dan desain merupakan sebuah cara untuk merefleksikan dan mengekspresikan diri kita. Dengan itu, saya sangat tertarik pada bidang ini.

PROFILE

- Bekasi, 27 April 1999
- JL, KH Sanip 2, No. 92, Bojongkulur, Gunungputri, Bogor.
- 0877-8516-2972
- aya.allyaputri@gmail.com
- @ayaidk/@not.a.mess

education.

2015 - 2017
SMA SWASTA
BUNDA

2017 - 2021
POLITEKNIK NEGRI
JAKARTA
Desain Grafis

SKILLS



personality.



interest.

painting.
singing.
listening to music.
writing.