

PERANCANGAN REDESIGN BUKU COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA INFORMASI PERUSAHAAN UNTUK CITRA NUSA SERVICES

Oleh: **Firman Jamanudin Putra¹, Ida Susanti²**

Program Studi Desain Komunikasi Visual

Universitas Paramadina, Jakarta

Email : firman.putra@students.paramadina.ac.id¹, ida.susanti@paramadina.ac.id²

Abstrak

Kemajuan teknologi saat ini sangatlah mempengaruhi berbagai segi kehidupan, diantaranya dunia bisnis. Banyak hal yang telah ikut berubah seperti perekonomian, pola kehidupan Masyarakat (konsumen), maupun teknologi informasi yang merupakan bagian penting dalam aktivitas proses bisnis. Perubahan seperti ini membuat setiap Perusahaan harus dapat beradaptasi dengan baik agar dapat bertahan dan bersaing secara berkesinambungan.. Sebagai Perusahaan yang mengeluarkan brand terbaru dan mulai berkembang tentu saja membutuhkan media sebagai alat untuk melakukan promosi guna lebih meningkatkan brand awareness Perusahaan agar dapat lebih di kenal oleh Masyarakat. Dalam menjalani sebuah intansi atau Perusahaan pastinya dibutuhkan Kerjasama dengan pihak eksternal, maka dari itu diperlukan media informasi yang digunakan untuk berkomunikasi dengan mitra salah satunya adalah melalui buku company profile. Sebelumnya Citra Nusa Services sebagai Perusahaan yang bergerak dibidang outsourcing layanan dan jasa sudah menggunakan media informasi company profile, namun desain yang digunakan belum menampilkan citra dan profesionalitas Perusahaan, serta informasi yang disajikan kedalam buku tersebut masih kurang lengkap. Metode Penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah metode kualitatif, data yang digunakan dikumpulkan dengan metode observasi, in-depth interview, dan studi literatur. Maksud dan tujuan dari perancangan ini adalah untuk menghasilkan media informasi yang menampilkan citra dan profesionalitas serta meningkatkan brand awareness perusahaan, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan mitra yang bekerjasama.

Kata Kunci : Buku Company Profile, Brand Awareness, Outsourcing

PENDAHULUAN

Kurangnya media informasi yang interaktif pada Perusahaan ini sehingga membuat Perusahaan mengalami kesulitan dalam menyampaikan informasi produk untuk proses menguatkan citra Perusahaan karena belumnya mempunyai buku Company Profile yang memadai terkait informasi detail tentang produk Perusahaan. Maka dari itu buku Company Profile adalah suatu media yang sangat penting dan berguna sebagai sarana komunikasi untuk penyampaian informasi lengkap tentang Perusahaan kepada pihak-pihak yang membutuhkan.

LATAR BELAKANG

Maksud dan tujuan dari penulisan merancang buku company profile sebagai media informasi yang informatif dan dapat membantu mitra mempelajari dan lebih memahami tentang pelayanan serta jasa Citra Nusa Services serta membantu meningkatkan brand awareness terhadap Citra Nusa Services.

RUMUSAN MASALAH

Kurang adanya infromasi yang lengkap sebagai media informasi utama Perusahaan dan masih kurangnya brand awareness terhadap Citra Nusa Services.

TUJUAN PENELITIAN

Bertujuan untuk meningkatkan brand awareness Citra Nusa Services agar mempermudah para mitra dalam menjelaskan layanan serta jasa kepada para calon mitra.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif yang dilakukan dalam 3 tahapan, yaitu studi literatur, in depth interview, dan dokumen *review*.

PEMBAHASAN

Brand Awareness

Menurut Kotler dan Keller, (2009:179). Brand awareness (kesadaran merek) adalah kemampuan untuk mengidentifikasi (mengakui atau mengingat) merek dalam kategori, dengan cukup rinci untuk melakukan pembelian. Brand Awareness (Kesadaran merek) merupakan kemampuan konsumen mengidentifikasi suatu merek pada kondisi yang berbeda, dapat dilakukan dengan pengenalan merek dan pengingatan kembali terhadap suatu merek tertentu. Kesadaran merek melalui paparan berulang sehingga konsumen merasa mengenal merek tersebut, menurut (Keller:2003), dalam Saputro, dkk (2016). Menurut Aaker dalam buku karya Freddy Rangkuti (2009 : 39), Brand Awareness (kesadaran merek) adalah kesanggupan seseorang calon pembeli untuk mengenali atau mengingat kembali bahwa suatu merek merupakan bagian dari kategori produk tertentu.

Company Profile

Menurut Mainamah (LittleJohn StephenW. dan Karen A. Foss, 2018) Company Profile adalah sebuah aset suatu Lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya. Dan menurut Binanto (LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss, 2018) Company Profile adalah identitas dari suatu perusahaan, baik dalam bidang jasa maupun produk yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan kepada pelanggan tentang.

Menurut Agustrijanto (2001) Company profile atau profil Perusahaan yaitu gambaran umum mengenai diri suatu Perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku atau media lainnya.



Gambar 1. Contoh Company Profile

Layout

Desain, baik untuk apapun itu memiliki banyak elemen layout di dalamnya. Swan (Swan, 2001) dasar dari sebuah desain adalah menyatukan semua elemen untuk menyampaikan pesan, dimana pesan tersebut terdiri dari kata-kata (words), foto, ilustrasi yang dikombinasikan dengan warna. Layout dapat dijabarkan tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu, untuk mendukung konsep/pesan yang

dibawanya.” Menurut Rustan (Rustan, 2009) dalam sebuah desain layout terkadang hanya ada elemen teks saja, dan tidak ada elemen visual, atau sebaliknya elemen teks yang banyak dan sedikit menggunakan elemen visual; dan terdapat pilihan terakhir hanya ada elemen visual dan tidak ada elemen teks.

Supaya pesan dapat tersampaikan dengan baik, maka diperlukan prinsip-prinsip layout. Terdapat empat prinsip layout yaitu antara lain:

- a. Sequence, urutan informasi yang dilihat oleh pembaca. Agar materi lebih mudah diproses, pendekatan ini membantu pembaca memutuskan bagian mana yang harus dibaca terlebih dahulu sehingga informasi lebih mudah dicerna.
- b. Emphasis, penekanan yang menjadi vocal point layout. Penekanan dapat dilakukan dengan cara memberi ukuran tipografi yang lebih besar dari pada yang lainnya, penggunaan warna kontras, peletakkan di posisi yang menarik perhatian, atau bentuk serta style yang berbeda dengan lainnya.
- c. Balance, pembagian berat yang merata pada bidang layout. Dengan prinsip balance, suatu bidang akan menghasilkan kesan yang seimbang. Hal ini dilakukan dengan memasukkan elemen di posisi yang tepat.
- d. Unity, kesatuan elemen-elemen desain serta pesannya. Setiap elemen pada layout tidaknya harus memiliki kesatuan dari jenis huruf, warna, gaya ilustrasi, dan lainnya sehingga pesan dapat tersampaikan sesuai dengan target pembaca yang dituju.

Tipografi

Tipografi adalah seni merancang, menyusun, dan mengatur tata letak huruf dan jenis huruf dengan pengaturan penyebarannya pada ruang-ruang yang tersedia (Sudarma dkk, 2015,37). Tipografi berperan sebagai ilmu yang terlibat dalam tata letak layout, bentuk, ukuran dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu, terutama estetika (L Anggraini dan K Nathalia, 2014, 50). Teks dalam buku memiliki peran utama sebagai sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi, sehingga diperlukan memilih tipografi yang tepat agar teks mudah dibaca.

Menurut Adi Kusrianto (2007) tipografi adalah ilmu atau skill yang berkaitan dengan profesi penata aksara di percetakan maupun seniman-seniman yang bekerja di perusahaan pembuat aksara (disebut Type Foundry). Jarang orang yang tertarik, bahkan banyak yang tidak tahu apakah Tipografi (dalam bahasa inggris “Typography”) itu.



Gambar 2. Tipografi

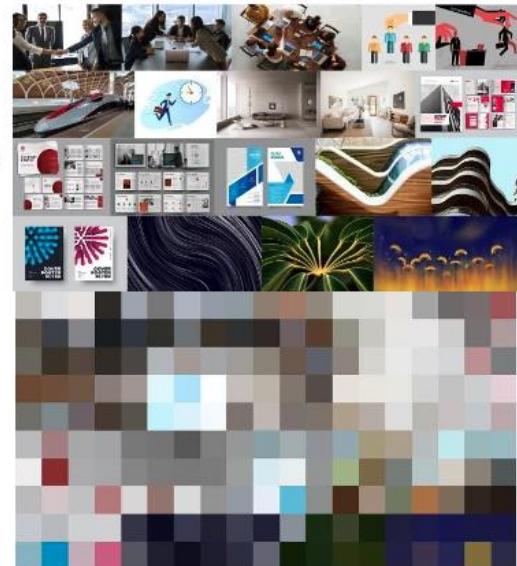
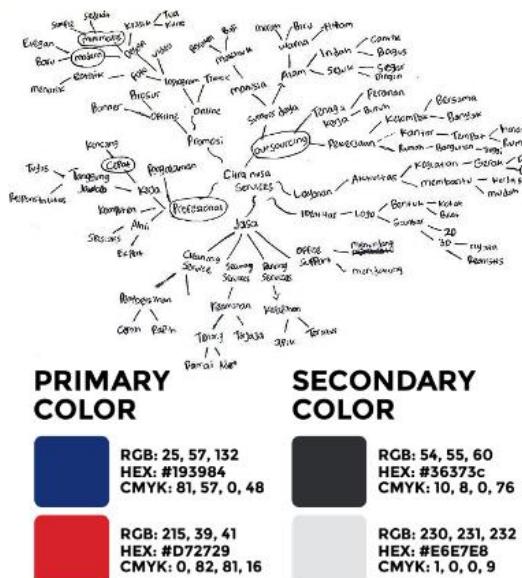
Fotografi

Sudarma (2014:2) memberikan pengertian bahwa media foto adalah salah satu media komunikasi, yakni media yang bisa digunakan untuk menyampaikan pesan/ide kepada orang lain. Media foto atau istilahkan dengan fotografi merupakan sebuah media yang bisa digunakan untuk mendokumentasikan suatu momen atau peristiwa penting. Menurut Bull (2010:5) kata dari fotografi berasal dari dua istilah yunani: photo dari phos (cahaya) dan graphy dari graphe (tulisan atau gambar). Maka makna harfiah fotografi adalah menulis atau menggambar dengan cahaya. Dengan ini maka identitas fotografi bisa

digabungkan menjadi kombinasi dari sesuatu yang terjadi secara alamiah (cahaya) dengan kegiatan yang diciptakan oleh manusia dengan budaya (menulis dan menggambar/melukis).

Sudjojo (2010), mengemukakan bahwa pada dasarnya fotografi adalah kegiatan merekam dan memanipulasi cahaya untuk mendapatkan hasil yang kita inginkan. Fotografi dapat dikategorikan sebagai teknik dan seni. Dalam bukunya *Jurnalistik Foto: Suatu Pengantar*, Gani & Kusumalestari (2014:4) mengutip dari Sudjojo (2010:vi) bahwa fotografi sebagai teknik adalah mengetahui cara-cara memotret dengan benar, mengetahui cara-cara mengatur pencahayaan, mengetahui cara-cara pengolahan gambar yang benar, dan semua yang berkaitan dengan fotografi sendiri. Sedangkan fotografi sebagai karya seni mengandung nilai estetika yang mencerminkan pikiran dan perasaan dari fotografer yang ingin menyampaikan pesannya melalui gambar/foto

Proses Perancangan



Gambar 3. Gambar Perancangan

ANALISIS DATA

Data diambil dari referensi buku dan e-journal mengenai perancangan company profile, media informasi, dan *brand awareness*.

KESIMPULAN

Perancangan visual buku company profile Citra Nusa Services bertujuan untuk meningkatkan brand awareness serta menciptakan visual buku yang dapat digunakan sebagai media informasi utama untuk Perusahaan. Memberikan informasi secara lengkap menyeluruh seperti about us, visi, misi, struktur Perusahaan, owner statement, our services, keunggulan, our client serta kegiatan yang sudah dilakukan oleh Perusahaan. Selain itu masih ada beberapa client atau pelanggan yang kesulitan untuk mengetahui informasi mengenai Perusahaan karena harus mengakses website dan terkadang informasi di website masih belum terkini dan tidak lengkap.

Untuk itu dibutuhkannya media informasi dalam bentuk cetak agar memudahkan client untuk mengetahui informasi terkini Perusahaan, selain memberikan informasi yang menyeluruh visual Company Profile juga dapat juga menjadi media promosi untuk Perusahaan sehingga client ataupun pelanggan dapat mudah untuk mengakses informasi Perusahaan dan berharap dapat melakukan Kerjasama dengan client. Pemilihan media cetak berbentuk buku memiliki beberapa keunggulan yaitu mudah dibawa dan dibaca dimana saja serta terlihat professional.

DAFTAR PUSTAKA

Ambrose, G., & Harris, P. (2011), *Basic Design Layout*, 2011 Rustan, Surianto (2009), *Mendesain Logo*, 2009

Sudjana (2007), *Strategi dan Media Pembelajaran*, 2007 Azhar Arsyad (1995), *Strategi Pembelajaran*, 1995

Adi Kursrianto (2007), *Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual*, 2007 Rustan, Surianto(2010), *Huruf Font Tipografi*, 2010

Marcus, Sudjojo (2010), "Tak-Tik Fotografi" 2010

Gani, Rita & Kusumalestari, Ratri Rizki (2013), *Foto Jurnalistik Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosa Rekatama Media, 2013

Rustan, Surianto. (2008). *Layout, Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama. Sihombing, D. (2001). *Tipografi dalam desain grafis*.PT. Gramedia Pustaka

Aditya Gesa Nugraha . (2018). Pengaruh Brand Awareness, Aditya Gesa Nugraha, Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMP, 2018.

Khafif Ali Akbar. (2016). *Analisis Implementasi Buku*, Khafif Ali Akbar, FKIP UMP, 2016. Studi Hermeneutik: Desain Layout Buku Biografi Merry Riana.

Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol.9 No.1 April 2022 Analisa Peranan Public Relation PT.Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi Mareta Puri Rahastine

Universitas Bina Sarana Informatika.

Adi Kursrianto (2007), *Buku Pengantar Desain Komunikasi Visual*, 2007.

Monica, M., & Luzar, L. C. (2011). Efek warna dalam dunia desain dan periklanan. *Humaniora*, 2(2), 1084-1096.