

## **Perancangan Visual Buku Company Profile PT Karunia Indamed Mandiri Sebagai Media Informasi Perusahaan**

Oleh :

**Muhammad Fatah Hidayat\***

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Paramadina

E-mail: [muhammad.hidayat@students.paramadina.ac.id](mailto:muhammad.hidayat@students.paramadina.ac.id)

**Ida Susanti**

Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Paramadina

E-mail: [ida.susanti@paramadina.ac.id](mailto:ida.susanti@paramadina.ac.id)

### **ABSTRACT**

*In the current era of globalization, advances in information technology are developing rapidly in every company, one of which is in the health sector. The ability to provide information and services quickly, precisely, and accurately to consumers is an important requirement to achieve the satisfaction of a company. In a company, a Company profile is needed because it has a function as a medium of communication and delivery of information about the company to related parties, both internal and external to the company. Company profile is an image of the professionalism of a company that can be used as an effective marketing tool because there are visual elements in the form of images and text. The design and layout elements that make the Company profile design less attractive will cause distrust and disinterest of consumers in a company. The research method used in this writing is qualitative method, the data used is collected by observation, in-depth interview, and literature study. The purpose of designing this Final Work is to design a visual Company Profile book that represents the corporate identity of PT Karunia Indamed Mandiri as a medium of corporate information and creates consumer trust and interest in a company.*

### **KEYWORDS**

*Company Profile Book, Identity, Information.*

### **A. PENDAHULUAN**

Company profile dapat dipahami oleh khalayak umum karena tidak memakai unsur yang sulit untuk dipahami atau hanya dengan melihat tampilan visual maka dapat dengan mudah untuk dimengerti. Company profile dibuat oleh perusahaan dengan berbagai tujuan, meskipun dalam beberapa kasus mungkin belum secara langsung merepresentasikan identitas perusahaan. Maka dari itu perusahaan ingin membuat sebuah

Company Profile yang lebih merepresentasikan identitas perusahaan dengan tujuan untuk memberikan gambaran umum tentang identitas, sejarah, visi, misi, produk atau jasa, serta pencapaian perusahaan tersebut kepada pihak-pihak yang berkepentingan, termasuk calon klien, mitra bisnis, investor, dan masyarakat umum.

### **B. TUJUAN PENELITIAN**

Bertujuan untuk meningkatkan informasi dan merepresentasikan identitas PT. Karunia Indamed Mandiri agar lebih menarik konsumen. termasuk calon klien, mitra bisnis, investor, dan masyarakat umum.

## C. TINJAUAN PUSTAKA

### 1. Company Profile

Menurut Rachmat Kriyantono (2008) Company profile dipahami sebagai produk tulisan praktisi yang isinya terdiri dari representasi umum perusahaan. Representasi tersebut tidak benar-benar menyeluruh, serta mendalam. Perusahaan dapat memilah-milah poin-poin apa yang hendak dipublikasikan. Fungsi dari company profile yaitu agar dapat merepresentasi perusahaan yang dimanfaatkan menjadi instrumen untuk membentuk identitas dan citra perusahaan.

Perusahaan akan digambarkan sebagai perusahaan yang bagus dan menarik melalui penyajian video profil yang dikemas dengan mewah, jelas, dan detail. Berdasarkan Kamus Besar Inggris-Indonesia yang disusun oleh John M. Echols dan Hassan Shadily, company profile terdiri dari dua kata dalam bahasa Inggris yang bermakna berbeda namun sama-sama berhubungan, yakni company serta profile. Keduanya dapat diterjemahkan menurut kamus (Echols dan Shadily 131, 449) yaitu Company dipahami sebagai perusahaan, perseroan, persekutuan, firma, rombongan.

Sementara itu profile memiliki arti riwayat, gambaran dan tampang. visi, misi, Isi dari Company profile mencakup alamat, asal usul perusahaan, filosofis perusahaan, identitas perusahaan (mencakup gedung dan kantor, uniform, kualitas audio visual,

interior, logo, ataupun kualitas cetakan), strategi perusahaan, budaya perusahaan, deskripsi tentang produk-produk dan jasa, sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan, program pengembangan dimasa mendatang. prestasi dan keunggulan perusahaan, gambaran tentang SDM, serta laporan perkembangan perusahaan. Berdasarkan pernyataan di atas mampu ditarik kesimpulan bahwasanya company profile adalah media tentang jati diri atau image perusahaan yang isinya mencakup segenap kegiatan perusahaan, budaya perusahaan, maupun kelebihan jasa atau produk dari perusahaan.

Seluruhnya memiliki tujuan agar dapat untuk mengenalkan, menyebarluaskan, maupun meyakinkan audiens untuk tertarik mengenal dan melihat identitas perusahaan tersebut.

Company profile dapat berwujud corporate identity, buku company profile, halaman website, serta video company profile yang dapat mendeskripsikan image suatu company. Dalam hal ini penulis memilih video company profile untuk mengenalkan, menyebarluaskan, serta meyakinkan audiens untuk tertarik mengenal dan melihat identitas perusahaan Sssinergy Event Organizer. "Profil Perusahaan (Company Profile) adalah produk tulisan praktisi Public Relations yang berisi gambaran umum perusahaan". Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan, ada perusahaan yang memilih membuat company profile berdasarkan kepentingan publik sasaran.

Ada company profile yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok, dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publiiknya berbeda-beda.



**Gambar 1. Contoh Company Profile**

## 2. Warna

Menurut buku *Teori Warna* Ahmad Yahya Kahfi (2021) Warna adalah kesan yang diperoleh mata dari cahaya yang dipantulkan oleh benda-benda yang dikenainya. Corak rupa benda yang dikenainya, seperti biru, hijau, dan sebagainya, dapat memberikan persepsi tertentu. Dalam kaitan visual, warna memiliki arti berupa rona, corak, atau kesan tertentu, misalnya hitam, hijau, merah, dan putih. Warna muncul akibat adanya cahaya yang dipantulkan oleh benda tertentu.

Warna tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetis, tetapi juga memiliki peran penting dalam membangun komunikasi visual. Warna mampu menyampaikan pesan, menciptakan suasana, serta memengaruhi emosi dan perilaku manusia. Oleh karena itu, pemilihan warna dalam suatu karya desain tidak bisa dilakukan secara sembarangan, melainkan harus

mempertimbangkan konteks, tujuan, serta audiens yang dituju.

Warna dalam teori Ahmad Yahya Kahfi tidak hanya dipahami sebagai fenomena optik, tetapi juga sebagai media komunikasi yang sarat makna dan emosi. Pemahaman yang mendalam terhadap teori warna akan membantu dalam menciptakan karya visual yang tidak hanya menarik secara estetis, tetapi juga efektif secara komunikasi.

## 3. 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. Surianto Rustan mengatakan di dalam bukunya (2009, 0) “Layout dapat dijabarkan tataletak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu, untuk mendukung konsep/ pesan yang dibawanya.” Sebuah buku bila melihat kembali pengertiannya pada bab sebelumnya, buku memiliki tugas sebagai pembawa pesan. Pesan yang ingin disampaikan melalui buku bukan hanya melalui tulisannya, namun juga melalui desainnya

### A. Elemen Layout

Elemen layout menurut Rustan (Rustan, 2009) dibagi menjadi tiga bagian. Bagian-bagian tersebut terdiri dari elemen teks biasanya yang berhubungan dengan tipografi, kemudian elemen visual (gambar), dan elemen tidak terlihat (seperti margin, dan grid). Sementara bila melihat

penjelasan Lee (Lee, 2004) dalam bukunya, Lee berpendapat elemen dalam buku langsung tertuju kepada teks, ilustrasi, caption, space (ruang kosong/jarak), running heads, dan folio. Sebuah buku, majalah dan lainnya biasanya mengandung hampir seluruh atau hanya sebagian elemen-elemen layout. Kebutuhan satu sama lain berbeda-beda. Rustan mengatakan bahwa tujuan menggunakan atau adanya elemen–elemen tersebut untuk menyampaikan informasi di dalam buku, majalah dan lainnya secara lengkap dan tepat, kemudian hal lainnya adalah untuk kenyamanan, dan kemudahan pembaca.

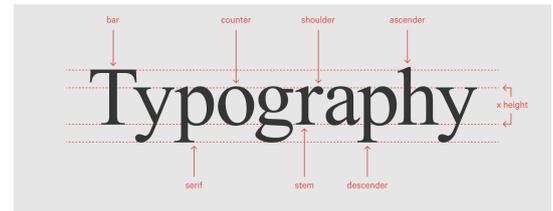
#### B. Prinsip Layout

Empat hal yang merupakan prinsip layout adalah sequence, emphasis, balance, unity (Rustan, 2009). Rustan mengatakan bahwa prinsip layout ini merupakan sebuah formula untuk membuat sempurna sebuah layout (Rustan, 2009). Sequence adalah urutan perhatian. Emphasis adalah penekanan pada suatu hal tertentu bisa saja warna, atau tulisan. Balance adalah keseimbangan dimana dibutuhkan dalam sebuah desain. Unity adalah kesatuan yang dapat membuat seluruh desain layout menjadi sebuah kesatuan yang utuh.

#### 4. Tipografi

Tipografi berasal dari kata Yunani *tupos* (yang diguratkan) dan *graphoo* (tulisan). Pemilihan jenis dan karakter huruf, serta cara pengelolaannya akan sangat menentukan keberhasilan desain dalam komunikasi. Dibaca atau tidaknya sebuah pesan tergantung pada penggunaan

huruf (type face) dan cara penyusunannya. Informasi yang menarik bisa saja tidak dilirik pembaca karena disampaikan dengan tipografi yang buruk (Supriyono, 2010:23).



**Gambar 2. Tipografi**

#### 5. Informasi

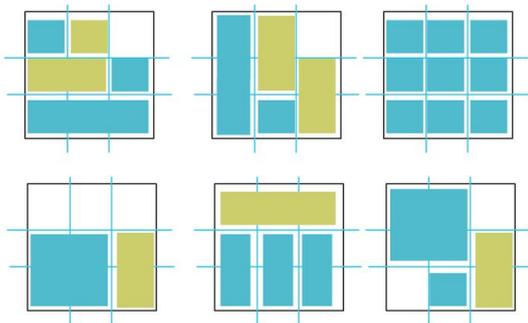
Informasi merupakan suatu kumpulan data yang sudah diproses untuk memperoleh pengetahuan yang lebih berguna untuk mencapai suatu sasaran. Suatu informasi dapat dikatakan bernilai apabila informasi tersebut memberikan suatu manfaat yang lebih dibanding dengan kita hanya melihat data yang ada. (Ferry Ferdian, 2017)

Ada beberapa pengertian informasi diantaranya: menurut H.M. Yogianto dalam bukunya yang berjudul Analisis dan Desain Sistem Informasi Pendekatan Terstruktur pengertian informasi sebagai berikut: “informasi merupakan data yang telah diproses ke dalam suatu bentuk yang mempunyai arti bagi si penerima dan mempunyai nilai nyata serta terasa bagi keputusan saat itu atau keputusan yang akan datang.” Menurut Gordon B. Davis dalam bukunya yang berjudul Kerangka Dasar Sistem Informasi Manajemen memberikan pengertian informasi sebagai berikut: “Informasi adalah data yang telah diolah menjadi sebuah bentuk yang berguna dan nyata atau berupa nilai yang dapat dipahami dalam keputusan sekarang

maupun yang akan datang.” (Sri Ipnuwati, 2015.)

## 6. Grid

Grid adalah panduan dalam mengatur teks dan gambar yang terdiri dari garis vertikal dan horizontal sehingga membuat format kolom dan margin (Landa, 2014). Grid digunakan untuk mengatur konten agar mudah dibaca dan diterima oleh pembaca. Penggunaan grid dapat membantu dalam peletakan elemen halaman dengan akurasi yang lebih baik (Ambrose & Harris, 2011). Desainer dapat menghindari penempatan elemen secara acak dengan menggunakan grid. Grid memiliki beberapa jenis yang membuat banyak kemungkinan dalam peletakan elemen dan desain.



Gambar 3. Grid

## D. METODE

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

## E. HASIL DAN PEMBAHASAN Proses Perancangan



**Tenaga Ahli**

- PEMANGUNG JAWAB TEKNIK
- MANAGER PELAKSANA
- TEKNIK LINGKUNGAN
- SANITARY
- PEMIPAN GAS
- FILTER PIPA
- JURU LAS OXYATETYLENE
- WELDER
- PEMBUATAN SAMPAH/LIMBAH

- ROCHIMAH RANANTU & JULIANDI IMAM P
- MARIA KHUSNUL K.
- E. V. SUGIHARTO
- M. E. SAPUTRO
- BIBI YUSRIYANTO
- MUHAMMAD ZAKI
- TRI RUBIHARTO
- STARIFUDHI
- KA KUSUMA, JAYA

3



**Hospital Furniture (Alat Kesehatan)**

Unit fabrikasi dikembangkan untuk menghasilkan produk - produk standar hospital furniture untuk kebutuhan rumah sakit maupun produk customize dengan berbagai tipe sesuai kebutuhan user.

10

**Instalasi Gas Medis**

Unit Central Gas Medis yaitu perangkat untuk mengontrol pendistribusian gas melalui perpipaan menuju titik outlet pada ruang ruang dibutuhkan. Seperti R.Operasi, R.IGD, R.ICU, R.VK, R.Perina, R.Perawatan, dsb.

11

**Gambar 4. Gambar Perancangan**

**F. KESIMPULAN**

Perancangan visual buku company profile Karunia Indamed Mandiri bertujuan untuk menciptakan visual buku yang dapat merepresentasikan identitas perusahaan serta

dapat digunakan sebagai media informasi utama untuk Perusahaan. Memberikan informasi secara lengkap menyeluruh seperti profile perusahaan, visi, misi, struktur organisasi perusahaan,, produk, sertifikat, daftar populasi, serta kegiatan yang sudah dilakukan oleh Perusahaan. Selain itu masih ada beberapa client atau mitra yang masih kesulitan untuk mengetahui informasi mengenai Perusahaan karena harus mengakses website dan belum memlki sosial media yang aktif untuk memberikan informasi tentang perusahaan.

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 mitra dapat mudah untuk mengakses informasi Perusahaan dan berharap dapat melakukan Kerjasama. Pemilihan media cetak berbentuk buku memiliki beberapa keunggulan yaitu mudah dibawa dan dibaca dimana saja serta visual yang menarik mebuat pembaca akan lebih tertarik untuk mebaca buku Company Profile.

**G. DAFTAR PUSTAKA**

Ferdian, Ferry. (2017). Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan Berbasis Ipinuwati Sri, 2015. Perancangan Sistem Informasi Penjualan Pada Toko Minak. Singa.

Kriyantono, Rachmat. 2012. Teknis Praktis Riset Komunikasi. Jakarta. Kencana

Landa, R. (2014). Graphic design solutions 5th Edition. Massachusetts:

Lee, Marshall. (2004). Bookmaking: Third edition.

- Liliweri, Alo. 1991. Komunikasi Antarpribadi.  
Bandung. PT. Citra Aditya Bakti
- London: W.W. Norton & Company.
- Rustan, Surianto (2009) Layout, dasar, &  
penerapannya. Jakarta : PT. Gramedia  
Pustaka Utama
- Supriyono, Rakhmat. 2010. Desain  
Komunikasi Visual, Teori dan aplikasi.  
Yogyakarta: Penerbit And
- Swann, Alan. (2001). How to understand and  
use design and layout. Ohio: Quarto  
Publishing
- Wadsworth.Ambrose, G., & Harris, P. (2011).  
Basic Design Layout (2nd ed.)