



PERANCANGAN BOOKLET COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. CITRA INOVASI PRIMA

Prasetya Pancatri Ayuda

Universitas Potensi Utama, Sumatera Utara

ppanca46@gmail.com

INFO ARTIKEL

ABSTRAK

Diterima : 16-05-2022

Direvisi : 04-06-2022

Disetujui : 15-06-2022

Kata kunci: Buku Company Profile, Promosi, Media

PT. Citra Inovasi Prima yang berada di Medan, Sumatra Utara merupakan salah satu perusahaan, yang bergerak di bidang kontraktor HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning) perusahaan ini memerlukan sebuah promosi, mengingat banyaknya persaingan dalam hal jasa kontraktor HVAC yang semakin banyak. Pembuatan desain ini bertujuan, untuk membuat media promosi dalam bentuk booklet company profile yang berisi mengenai informasi perusahaan untuk dapat dipromosikan melalui jasa yang ditawarkan seperti media promosi dalam menjangkau audience. Metode perancangan yang dilakukan menggunakan metode kualitatif dan deduktif melalui pendekatan dengan para narasumber yang terpercaya. Dari data yang sudah terkumpul selanjutnya akan diteliti dengan cara SWOT untuk menentukan konsep desainnya. Konsep yang ditampilkan berkesan sederhana juga modern, sesuai dengan perkembangan zaman yang ada. Pada tahap perancangan menerangkan bagaimana langkah yang dilakukan dalam perancangan desain meliputi strategi kreatif, strategi visual dan strategi media.

Hasil dari perancangan ini berupa karya booklet company profile yang akan dicetak. Diharapkan dapat digunakan oleh perusahaan ini sebagai media untuk mempromosikan PT. Citra Inovasi Prima kepada audience yang dituju.

ABSTRACT

Keywords: *Company Profile Book, Promotion, Media*

PT. Citra Innovation Prima, which is located in Medan, North Sumatra, is a company engaged in the HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning) contractor. This company needs a promotion, considering the increasing competition in terms of HVAC contractors. Making this design aims to create a media promotion in the form of a company profile booklet that contains information about a company that can make services offered through media promotion to the audience. The design method is carried out using qualitative and deductive methods through the approach of trusted sources. From the data collected, it will be analyzed using the SWOT method to determine the design concept. The concept displayed is simple and modern in accordance with the current developments. At the design stage, it explains how the steps taken in designing the design include creative strategies, visual strategies and media strategies. The results of this design, in the form of a booklet of company profile work that will be printed. It is hoped that this company can use it as a medium in promoting PT. Citra Inovasi Prima to the intended audience.

*Correspondent Author : Prasetya Pancatri Ayuda

Email : bayohafidzi1998@gmail.com

Pendahuluan

Media promosi adalah platform yang dapat anda gunakan untuk memasarkan produk dan jasa yang anda inginkan (Rachmadi & Kom, 2020). Ada banyak sekali fungsi media promosi yang bisa membawa banyak manfaat bagi bisnis yang sedang anda

jalankan. Media promosi yang paling lama berupa dari mulut ke mulut, disusul dengan brosur, katalog, poster, spanduk, baliho, iklan di radio, televisi serta efektifitas pemasarannya masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangannya dengan apa yang digunakan dalam media tersebut.

Media promosi sangat berkembang dengan maraknya promosi ranah digital seperti promosi pada jejaring media sosial. Namun, tidak satu pun media yang benar-benar dikategorikan mutlak dari segi ketepatan dan efektivitas dalam pemasarannya ([Afriansyah](#), 2015).

Penulis ingin membuat suatu media promosi yang dijadikan sebagai media utama bagi perusahaan PT. Citra Inovasi Prima dalam rangka promosi melalui cetak buku sebagai bentuk pemasaran produk dan jasa ([Rahmat](#), 2012).

Booklet adalah sebuah buku seukuran dengan ukuran yang diinginkan dan digunakan untuk mewakili perusahaan dalam rincian dari produk ataupun jasa ([Ridariono](#), 2017). Booklet juga ibaratnya sebuah utusan yang membawa pesan penting dari penampilan sebuah perusahaan dan desain booklet sendiri dapat mewakili gambaran sebuah perusahaan tersebut ([Rigawa et al.](#), 2015). Seorang marketing sangatlah penting dalam memasarkan produk atau jasa yang dia bawa untuk membantu meningkatkan penjualan dari PT. Citra Inovasi Prima ([Siregar](#), 2021).

PT. Citra Inovasi Prima sendiri menjadi perusahaan penyedia layanan yang berkualitas, handal & terpercaya. PT. Citra Inovasi Prima perancangan sistem tata udara yang inovatif dan kompetitif serta bertanggung jawab dalam melakukan pekerjaan yang sedang dikerjakan, memberikan pelayanan yang dapat memuaskan audience & menjamin profesionalisme bekerja dan bekerja sama yang baik untuk menghasilkan hasil yang diinginkan ([Sukoco](#), 2018).

Booklet adalah salah satu pilihan untuk meningkatkan sebuah bisnis karena, booklet sendiri menjelaskan setiap segala sesuatu tentang produk dengan bantuan gambar dan penjelasan yang tidak terlalu panjang tetapi tepat dan padat dan lebih efisien dalam memasarkannya karena bersifat buku ([Firaina](#), 2019). Sebuah booklet harus memiliki desain yang menarik baik agar selalu menjadi titik untuk menarik perhatian sejumlah besar audience.

Sebuah perusahaan dalam bidang apapun harus memiliki booklet. Setelah marketing meninggalkan klien, booklet adalah solusi terbaik agar klien tetap ingat dengan apa yang telah terkandung dalam pemasaran yang diberikan oleh suatu perusahaan karena setiap klien bisa membawanya kemana pun dia pergi. Oleh karena itu penulis tertarik untuk merancang booklet ini sebagai media promosi PT. Citra Inovasi Prima.

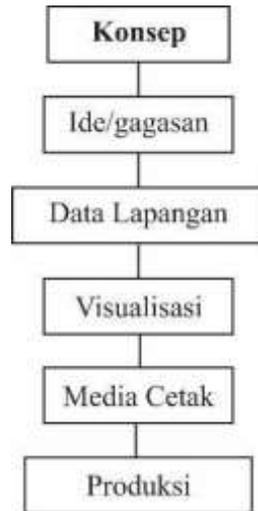
Metode Penelitian

Metode penelitian pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan terhadap perusahaan tersebut dan dalam solusi memecahkan suatu ide serta merealisasikan arah dari pembuatan media promosi, diperlukan proses pengumpulan data. Semua data yang terkumpul, kemudian dianalisis sehingga didapatkan informasi

yang diperlukan untuk mengembangkan konsep media promosi berupa buku company profile PT. Citra Inovasi Prima.

Metode analisa yang dilakukan adalah dengan menggunakan metode Metode deduktif lebih tepat untuk menguji hipotesis, sebaiknya dalam perancangan atau strategi menggunakan analisis SWOT ([Asmara, 2011](#)), dimana data-data atau informasi yang telah terkumpul beserta dokumentasi yang sudah ada akan dikembangkan dan dianalisis lebih lanjut agar dapat diolah menjadi karya Book;et Company Profile yang akan dibuat.

Adapun diagram alur peneliti, berdasarkan mengenai proses perancangan yang dijadikan sebagai acuan dalam perancangan ini sebagai berikut :



Gambar 1. Flow chart Alur perancangan

Hasil Dan Pembahasan

Dalam merancang sebuah media promosi perlu membuat strategi kreatif dengan menentukan target market yang merupakan pengguna dari jasa atau produk yang ditawarkan dengan sebuah data yang ada khususnya demografi dan geografis, selain itu target audience yang merupakan faktor pengaruh yang dijabarkan. Berikut ini adalah penjabaran dari target audience dan target market yang ingin dituju :

1. Target Market Demografi

Jenis kelamin : Yang terdiri dari Laki-laki dan perempuan

Ekonomi : Kalangan ekonomi menengah ke atas

Segmen Geografis : Wilayah Sumatra Utara.

2. Target Audience

Dilihat dari segmen psikografi, maka target audience PT. Citra Inovasi Prima yaitu dari semua infra struktur, semua jenis terkhusus lembaga, perusahaan/instansi baik itu negeri maupun swasta yang membutuhkan jasa konstruksi di bidang HVAC (Heating, Ventilation, and Air Conditioning).

Booklet Company Profile PT. Citra Inovasi Prima membutuhkan media promosi yang terdapat di dalamnya tentang sejarah singkat, visi & misi, lokasi perusahaan yang dilakukan hingga contoh project ([Jazuli, 2016](#)). Booklet ini dibuat dengan menggunakan software Adobe Illustrator sebanyak 3 halaman dan dicetak dalam kertas A4. Booklet yang dibuat menggunakan tema yang simple & elegan dengan menyesuaikan produk dan

jasa yang dipasarkannya ([Mulyono, 2013](#)). Untuk pemasaran booklet secara tercetak maupun dibagikan kepada pihak instansi pemerintah/swasta sebagai media promosi terbaru. Dunia grafis sangat penting dalam pembuatannya dikarenakan agar desain yang dibuat tidak monoton dan jadal ([Firmanzah, 2020](#)). Dalam konsep kreatif, rancangan yang matang gaya desain dan apa saja yang ingin disampaikan kepada audience sehingga yang mampu memberikan karya untuk memberitahukan isi dari booklet yang dibuat dan menjadi pembeda dari saingan yang ada. Terdapat 2 (dua) bentuk pesan yang disampaikan dalam pembuatan booklet company profile yaitu :

1. Visual verbal

Berawal dari judul, yang merupakan kalimat utama dari pesan yang disampaikan berupa kalimat persuasif, isi yang jelas & singkat sehingga mudah dipahami oleh target audience.

2. Visual non verbal

Sebagai pesan pembantu dari isi yang disampaikan dalam sebuah desain berupa foto proyek untuk memperjelas atau menerangkan teks maupun pesan dan juga sebagai pemikat tersendiri, menggunakan font yang sesuai dengan tema dan sifat dari pesan yang disampaikan, memilih warna yang sesuai dengan logo perusahaan dan tidak ketinggalan zaman, serta menciptakan desain yang simple dan mudah dipahami dengan baik, berikut penjelasannya :

a. Tipografi

Tipografi adalah suatu bentuk kesenian dalam teknik memilih dan memilah huruf dengan desain yang dibuat, untuk menciptakan kesan tertentu, guna kenyamanan membaca seefisien mungkin dan dapat menarik peminat pembaca serta font tertentu bisa menciptakan citra perusahaan yang diperkenalkan ([Baihabibi, 2018](#)). Cara memilih dan menggunakan jenis font sesuai dengan tema atau sifat pesan yang terkandung, sehingga mudah dibaca/diingat serta tidak kecampur dengan desain yang dibuat.

b. Warna

Warna berpengaruh sangat penting dalam membuat citra dari orang yang melihatnya ([Tafiprios & Arbi, 2015](#)). Pemilihan warna, diatur dengan tujuan tema juga latar belakang dari desain yang diciptakan, juga dapat mencerminkan aura dari gambaran perusahaan. Dalam desain ini warna yang diambil adalah warna biru. Biru melambangkan persahabatan, gerak cepat, kesuksesan, dan warna putih yang tidak menunjukkan arti polos seakan kinerja yang jujur dan bertanggung jawab, kesederhanaan, bersifat netral. Pemilihan warna diatas sesuai dengan karakter PT. Citra Inovasi Prima sehingga, dapat menjadi daya tarik dan pembeda dengan perusahaan lain.

c. Ilustrasi

Dalam buku ini menampilkan gambaran foto/dokumentasi dari perusahaan tentang apa saja yang pernah dikerjakan, selain itu terdapat gambaran berupa produknya, para pekerja dan juga hal-hal yang berkaitan dengan PT. Citra Inovasi Prima.

d. Layout

Layout adalah susunan dari sebuah elemen desain terhadap suatu desain di salah satu media tertentu untuk mendukung konsep atau pesan yang dibuat ([Rustan, 2008](#)).

Perancangan yang digunakan mengambil bentuk portrait, yang masing-masing disesuaikan dengan bidang penyusunan beberapa gambar/tulisan yang tersusun yang dapat melengkapi dari data yang ada lalu membentuk suatu komposisi yang konseptual dan menambah daya tarik tersendiri.



Gambar 2. Desain *Booklet Company Profile*



Gambar 3. Hasil jadi *Booklet Company Profile*

Kesimpulan

Kesimpulan pada perancangan ini yang pertama penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan secara nyata dalam perancangan yang telah dilakukan yaitu berupa company profile dan media promosi lainnya. Dalam berkarya penulis menggunakan dasar ilmu desain dengan mempertimbangkan unsur-unsur serta prinsip-prinsip desain dalam perancangan yang dibuat.

Kesimpulan yang kedua yaitu penulis dapat menghasilkan karya company profile. Diharapkan dapat digunakan perusahaan sebagai promosi dalam mengiklankan perusahaan kepada masyarakat. Selain itu media promosi ini berisi tentang profile perusahaan yang berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan lain dalam menjalin kerja sama dengan PT. Citra Inovasi Prima.

Kesimpulan yang ketiga yaitu penulis dapat menghasilkan iklan yang simple tetapi tepat, padat, dan jelas dengan desain yang modern dan inovatif dengan budget yang seminimal mungkin untuk promosi yang dilakukan.

Bibliografi

- Afriansyah, R. (2015). *LKP: Perancangan Media Promosi Event Speakup, Reblood, dan Surabaya Java Script Meetup di Forward Factory*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Asmara, P. W. (2011). *Evaluasi Pelaksanaan Standard Operating Procedure (SOP) Pada Usaha Franchising Dengan Menggunakan Metode Benchmarking (Studi Kasus di Alfamart Cilacap)*.
- Baihabi, A. P. (2018). *TA: Perancangan Video Iklan Layanan Masyarakat Tentang Proses Produksi Garam Krosok Berbasis Media Sosial untuk Menginformasikan Masyarakat*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Firaina, R. (2019). *PENGERTIAN, JENIS-JENIS DAN KARAKTERISTIK BAHAN AJAR CETAK MELIPUTI BROSUR, LEAFLET, FLYER, POSTER DAN WALLCHART*. <https://doi.org/10.31227/osf.io/mwbtg>
- Firmanzah, M. R. (2020). *LKP: Perancangan Konten Digital Grafis di Sosial Media Instagram Visit East Java di Jatim Information Technology Creative Surabaya*. Universitas Dinamika.
- Jazuli, S. (2016). *Analisis Swot strategi pemasaran produk pembiayaan pada BMT El-Syifa Ciganjur*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- Mulyono, Y. (2013). *Perancangan Promosi Gong Studios Melalui Media Komunikasi Visual*.
- Rachmadi, T., & Kom, S. (2020). *The Power of Digital Marketing (Vol. 1)*. Tiga Ebook.
- Rahmat, R. M. (2012). Analisis Strategi Pemasaran Pada PT. Koko Jaya Prima Makassar. *Univ. Hasanuddin*, 1–79.
- Ridariono, N. R. (2017). *LKP: Perancangan Company Profile PT. Elok Manis Berupa Booklet Dan Motion Graphic Sebagai Penunjang Promosi*. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya.
- Rigawa, A., Wirasari, I., & Desintha, S. (2015). Perancangan Promosi Wisata Danau Linow Di Sulawesi Utara. *EProceedings of Art & Design*, 2(1).
- Rustan, S. (2008). *LAYOUT dasar dan penerapannya*. Gramedia Pustaka Utama.
- Siregar, S. (2021). *Analisis strategi pemasaran dalam meningkatkan penjualan CV. Martabe Prima Lestari*. IAIN Padangsidempuan.
- Sukoco, S. A. (2018). *New Komunikasi Pemasaran teori dan aplikasinya*. Pustaka Abadi.
- Tafiprios, T., & Arbi, R. (2015). Evaluasi Desain Kemasan, Popularitas Merek dan Budaya Konsumen terhadap Citra Merek Aqua. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(3), 96654.



© 2022 by the authors. Submitted for possible open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY SA) license (<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>).