

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

Pembuatan *company profile* VIVERE Group telah melewati beberapa tahapan pembuatan. Dimulai dengan pengumpulan data dan juga perancangan karya. Setiap tahapan tersebut dilakukan agar *company profile* yang disusun dapat mencapai target sasaran secara efektif dan pesan tersampaikan secara maksimal.

3.1.1 Pengumpulan Data

Dalam sebuah penelitian atau perancangan karya yang dilakukan, pengumpulan data merupakan salah satu proses terpenting yang harus dilakukan (Alhamid dan Anufia, 2019). Dengan adanya pengumpulan data, unsur subjektif dalam sebuah penelitian atau perancangan karya akan berkurang dan tidak bias. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan ketika hendak mengumpulkan data. Dalam perancangan *company profile* VIVERE Group, penulis menggunakan angket atau kuesioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Cahyo, Martini, dan Riana (2019) menyampaikan bahwa teknik pengumpulan data yang menggunakan angket atau kuesioner dilakukan dengan cara memberikan formulir yang berisikan pertanyaan-pertanyaan kepada seseorang maupun sebuah kelompok orang yang sesuai dengan target sasaran, untuk mendapatkan jawaban terkait hal-hal yang kemudian akan dianalisis oleh penulis.

Pada pengumpulan data untuk pembuatan *company profile* VIVERE Group ini, penulis membuat sebuah kuesioner menggunakan Google Form yang berisikan total 10 pertanyaan, mulai dari pertanyaan mengenai data responden, hingga hal-hal krusial yang para responden butuhkan dalam sebuah *company profile*. Kuesioner tersebut diisi oleh total 37 responden

yang merupakan desainer interior, arsitek, kontraktor, dan pekerja lepas yang bekerja pada bidang seni dan desain (*freelance*).



Gambar 3.1 Unit Bisnis dan Merek VIVERE Group yang Diketahui oleh Responden
Sumber: data olahan penulis (2023)

Pada kuesioner ini, penulis mencari tahu terkait unit bisnis maupun merek yang berada di bawah VIVERE Group yang diketahui oleh para responden. Hasilnya adalah VIVERE Collection menjadi unit bisnis yang paling diketahui oleh responden dan kemudian disusul dengan Vinoti Office. Sedangkan untuk Casaka dan juga Karuun, kedua unit bisnis tersebut masih kurang diketahui oleh para responden. Pengetahuan responden terhadap unit bisnis dan merek yang berada di bawah VIVERE Group menjadi penting agar penulis dapat mengetahui strategi dalam memberikan informasi yang lengkap dalam *company profile* VIVERE Group. Selain dari pengetahuan responden akan unit bisnis dan merek yang berada di bawah VIVERE Group, penulis juga mencari tahu terkait apa yang menjadi kebutuhan para responden dan harus dapat terpenuhi dalam *company profile* VIVERE Group.



Gambar 3.2 Informasi terkait VIVERE Group yang Dibutuhkan oleh Responden
Sumber: data olahan penulis (2023)

Hasilnya menyatakan bahwa para arsitek, desainer interior, kontraktor, dan para pekerja lepas yang bekerja di bidang seni dan desain, membutuhkan informasi yang jelas terkait jasa dan produk yang disediakan oleh VIVERE Group. Selain itu, informasi terkait klien yang pernah menggunakan jasa atau produk dari VIVERE Group juga menjadi salah satu komponen penting dalam *company profile*. Kemudian, masih berkaitan dengan unit bisnis dan merek yang berada di bawah VIVERE Group, para responden juga merasa bahwa penjelasan detail terkait seluruh unit bisnis dan merek tersebut merupakan sebuah hal yang penting untuk dimasukkan ke dalam *company profile* VIVERE Group.

Melalui data yang didapatkan dari kuesioner, penulis mendapatkan gambaran terkait pembuatan *company profile* yang sesuai dengan kebutuhan para pemangku kepentingan, dalam hal ini adalah arsitek, desainer interior, kontraktor, dan para pekerja lepas yang bekerja di bidang seni dan desain. Selain dari penggunaan kuesioner, penulis melakukan pengumpulan data melalui studi literatur. Pilendia (2020) menyatakan bahwa studi literatur merupakan sebuah proses pengumpulan data dengan cara membaca, mencatat, dan mengolah bahan-bahan tersebut menjadi data yang dapat digunakan untuk keperluan penelitian.

Dalam proses pelaksanaannya, penulis mencari dan mengumpulkan berbagai dokumen yang menjadi sumber data-data yang dibutuhkan untuk

pembuatan *company profile*. Pada proses ini, penulis dibantu oleh Pelly Sianova selaku Head of Corporate Marketing dalam mendapatkan informasi melalui dokumen-dokumen perusahaan, seperti laporan tahunan atau *annual report* dan data internal perusahaan lainnya. Selain itu, penulis juga menggunakan berbagai sumber lainnya, seperti situs web resmi perusahaan dan media komunikasi perusahaan lainnya. Seluruh data tersebut kemudian diolah dan disusun menjadi sebuah materi yang terpadu pada *company profile* VIVERE Group.

3.1.2 Perancangan Karya

Kriyantono (2016) menyampaikan tiga tahapan dalam sebuah perancangan karya. Ketiga tahap tersebut adalah perencanaan (*planning*), penulisan (*organizing & composing*), dan evaluasi (*evaluation*). Dalam perancangan *company profile* VIVERE Group ini, penulis mengimplementasikan ketiga tahap tersebut dan membuat tenggat waktu untuk masing-masing tahap agar *company profile* VIVERE Group dapat selesai tepat pada waktunya.

Tabel 3.1 Linimasa Perancangan *Company Profile* VIVERE Group

No	Kegiatan	September				Oktober				November			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Perancangan (<i>Planning</i>)												
2	Penulisan (<i>Organizing & Composing</i>)												
3	Evaluasi (<i>Evaluation</i>)												

Setiap tahap perancangan *company profile* VIVERE Group tersebut terbagi lagi menjadi beberapa rangkaian kegiatan di dalamnya. Penulis melakukan setiap tahap tersebut dengan detail sebagai berikut:

3.1.2.1 Perencanaan (*Planning*)

a. Menyusun maksud dan tujuan menulis

Company Profile VIVERE Group menjadi salah satu media komunikasi perusahaan kepada para pemangku kepentingannya, secara khusus para arsitek, desainer interior, kontraktor, dan pekerja lepas yang bergerak pada bidang seni dan desain. Proses komunikasi ini kemudian diharapkan dapat membawa kesepakatan kerja sama antara para pemangku kepentingan dengan perusahaan terkait proyek yang dikerjakan. Penulisan materi dari *company profile* VIVERE Group ini menjadi sangat penting karena harus dapat menyampaikan informasi secara detail dan lengkap agar para pemangku kepentingan dapat mengetahui VIVERE Group sepenuhnya, termasuk untuk mengetahui produk dan jasa yang disediakan.

Dalam kata lain, maksud dan tujuan dari penulisan materi dalam *company profile* VIVERE Group ini adalah untuk meningkatkan *brand awareness* atau pengenalan para pemangku kepentingan terhadap unit bisnis dan merek yang berada di bawah VIVERE Group, produk dan jasa yang disediakan oleh VIVERE Group, dan juga informasi mendetail lainnya yang penting bagi terbentuknya hubungan kerja sama atau kolaborasi antara para pemangku kepentingan dengan VIVERE Group.

b. Penentuan tema

Pembuatan *company profile* VIVERE Group ini mengangkat tema 40 tahun berjalannya VIVERE Group dalam industri desain dan furnitur. VIVERE Group yang akan genap berusia 40 tahun pada tahun 2024, membutuhkan *company profile* dalam versi terbaru yang juga dibuat secara eksklusif. Dalam 40 tahun perkembangan VIVERE Group, terdapat nilai-nilai (*company value*) yang selalu ditanamkan dan menjadi dasar dari setiap kegiatan yang dilaksanakan, yaitu *Quality People*, *Quality Work*, *Quality Life*. Ketiga nilai tersebut selalu menjadi panduan bagi setiap keputusan yang hendak dibentuk dan menjadi dasar dari berbagai kegiatan yang

dilaksanakan, seperti pelaksanaan kegiatan yang telah terencana (*special event*) maupun pelaksanaan tanggung jawab sosial perusahaan (*Corporate Social Responsibility*).

Berkaitan dengan hal tersebut, setiap pesan yang disampaikan pada *company profile* VIVERE Group berangkat dari nilai *Quality People*, *Quality Work*, dan *Quality Life* yang secara terus-menerus ditanamkan dan diimplementasikan secara nyata yang kemudian mendukung VIVERE Group bertahan sampai 40 tahun perjalanan dalam industri desain dan furnitur.

c. Penyesuaian tulisan dan gambar dengan media yang digunakan

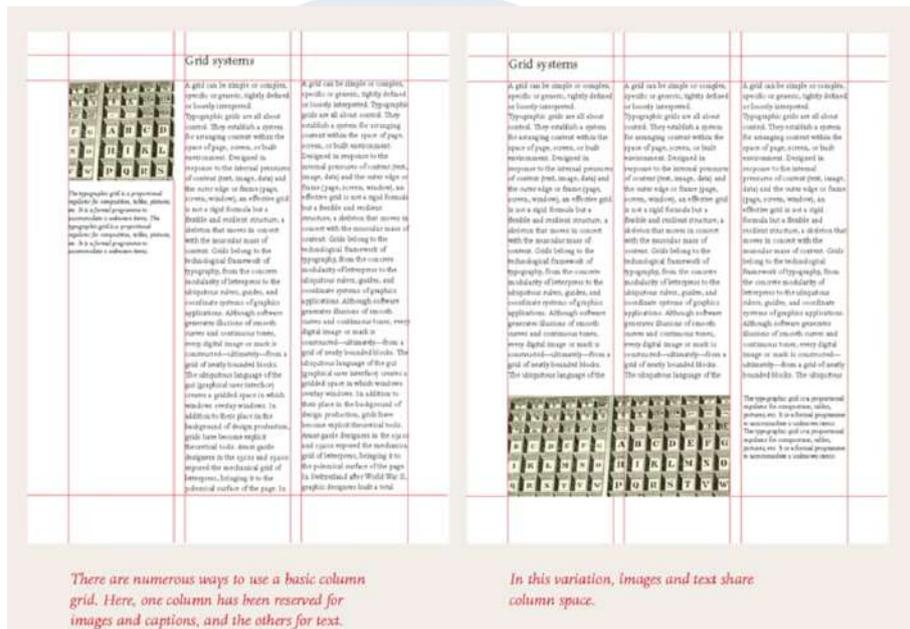
Company profile VIVERE Group diproduksi dalam versi cetak. Berkaitan dengan hal tersebut, terdapat beberapa karakteristik media baca yang harus diperhatikan agar pesan yang disampaikan dapat tersampaikan secara maksimal kepada para pemangku kepentingan.



Gambar 3.3 Tipografi Sans Serif
Sumber: toptal.com (2018)

Pertama adalah tipografi yang merupakan penyusunan huruf dan teks secara tepat agar tulisan dapat dibaca, jelas, dan menarik secara visual bagi pembaca. Dalam proses perancangan *company profile* ini, jenis tipografi yang dipilih adalah Sans Serif yang memiliki jenis-jenis tulisan (*font*)

dengan bentuk yang jelas dan tanpa adanya bentuk lebih pada setiap ujung huruf. Hal ini membuat tulisan, secara khusus tulisan yang panjang, dapat lebih mudah dibaca oleh pembaca. Terdapat beberapa jenis bentuk tulisan yang terdapat pada tipografi Sans Serif, dan yang digunakan untuk *company profile* VIVERE Group adalah jenis Neo-Grotesque.



Gambar 3.4 *Multicolumn Grid*
Sumber: smashmagazine.com (2017)

Selain pemilihan tipografi yang tepat, terdapat juga pemilihan tata letak (*layout*) dari setiap tulisan yang terdapat pada *company profile* VIVERE Group. Tata letak ini dipilih agar setiap informasi yang disampaikan dapat mudah dibaca dan menarik juga secara visual. Pada proses pembuatannya, *multicolumn grid* digunakan sebagai panduan untuk peletakan setiap materi informasi yang akan disampaikan pada setiap halamannya. Penggunaan *multicolumn grid* ini bersifat fleksibel sehingga setiap zona yang terbentuk dapat digunakan untuk berbagai jenis konten. Seperti contohnya, terdapat beberapa zona yang berisikan tulisan saja, tetapi terdapat zona lainnya berisikan ilustrasi atau gambar saja. Selain itu, penggunaan *multicolumn grid* juga bermanfaat untuk materi atau pesan

yang panjang dan membutuhkan ruang (*space*) yang banyak untuk penyampaianya.



Gambar 3.5 Referensi *Company Profile*
Sumber: studio8585.com (2020)

Masih berkaitan dengan penyesuaian tulisan dan gambar dengan media yang digunakan, *company profile* VIVERE Group dibuat dengan nuansa *simple & elegant* yang juga menggambarkan keseluruhan perusahaan tersebut. Terdapat beberapa desain yang menjadi referensi pembuatan *company profile* ini agar desain yang dibuat dapat menampilkan sisi *simple & elegant* dan di saat yang bersamaan tetap memberikan kemudahan bagi para pembaca untuk membaca setiap informasi yang disampaikan.

d. Analisis target sasaran

VIVERE Group sebagai sebuah perusahaan yang telah bergerak hampir 40 tahun di bidang furnitur dan desain interior memiliki banyak pemangku kepentingan. Namun yang menjadi pemangku kepentingan utama dalam VIVERE Group merupakan arsitek, desainer interior, kontraktor, maupun para pekerja lepas yang bergerak pada bidang seni dan desain. Para pemangku kepentingan tersebut sangat memungkinkan untuk menggunakan berbagai jasa dan produk yang disediakan oleh VIVERE Group dalam setiap proyek mereka. Dengan demikian, pembuatan *company profile* VIVERE Group ini secara khusus diutamakan untuk para arsitek, desainer

interior, kontraktor, maupun para pekerja lepas yang bergerak pada bidang seni dan desain.

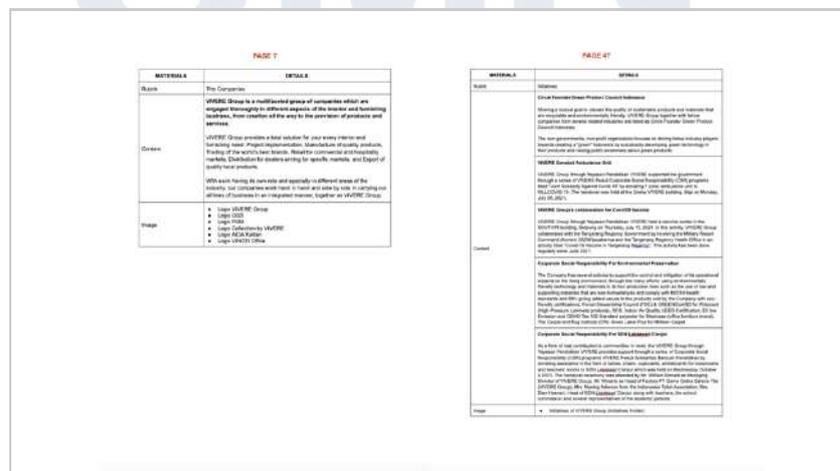
e. Pemilihan media

Terdapat berbagai bentuk *company profile* yang dapat dipilih oleh sebuah perusahaan, bergantung pada kebutuhan masing-masing perusahaan. *Company profile* VIVERE Group ini merupakan *company profile* yang secara eksklusif dibuat untuk sekaligus memperingati 40 tahun perjalanan VIVERE Group dalam industri furnitur dan desain interior. Masih berkaitan dengan target sasaran dari *company profile* ini yang adalah arsitek, desainer interior, kontraktor, maupun para pekerja lepas yang bergerak pada bidang seni dan desain, VIVERE Group memilih *company profile* dalam versi cetak (*hard copy*). Nantinya *company profile* tersebut akan dibagikan secara langsung kepada target sasaran pada saat perayaan 40 tahun VIVERE Group.

3.1.2.2 Penulisan (*Organizing & Composing*)

a. Pembuatan rancangan penulisan

Pada proses penulisan materi *company profile* VIVERE Group, penulis membuat rancangan penulisan menggunakan Google Document.



Gambar 3.6 Informasi Materi *Company Profile* VIVERE Group
Sumber: data olahan penulis (2023)

Pada Google Document tersebut terdapat informasi yang berisikan detail kebutuhan dari setiap halaman dari *company profile* tersebut, seperti materi atau informasi apa yang hendak disampaikan pada halaman tersebut beserta dengan gambar yang dibutuhkan sebagai penjas dari tulisan yang diberikan. Hal ini dilakukan agar mempermudah desainer grafis dalam membuat desain serta visual dari *company profile* VIVERE Group. Melalui informasi yang telah diberikan, desainer grafis kemudian membuat visualisasi dari setiap materi dan informasi tersebut menggunakan Adobe Indesign dan juga Adobe Illustrator.

b. Sistematika penulisan

Banyaknya informasi yang disampaikan pada *company profile* VIVERE Group membuat setiap penulisan yang dilakukan harus dalam bentuk yang sederhana, jelas, dan terarah. Selain itu, *company profile* merupakan sebuah media komunikasi yang bersifat formal dan akan dibaca oleh para pemangku kepentingan. Dengan demikian, penggunaan bahasa dalam setiap penulisan materi harus dalam bentuk yang formal. Selain itu, setiap materi serta informasi yang disampaikan oleh penulis dalam *company profile* VIVERE Group ini adalah dalam bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Inggris ini dilakukan agar para pemangku kepentingan yang berasal dari luar Indonesia, seluruh informasi yang disampaikan pada *company profile* tersebut, dapat dimengerti secara maksimal. Terakhir, dalam setiap materi atau informasi yang disampaikan, istilah-istilah yang berkaitan erat dengan industri furnitur dan desain interior diberikan penjelasan secara lengkap agar ketika pemangku kepentingan yang berasal dari luar industri seni dan desain membaca *company profile* tersebut, mereka dapat tetap mengerti seluruh istilah tersebut.

c. Struktur dan urutan penulisan pesan

Dalam sebuah *company profile* terdapat berbagai materi dan informasi yang akan disampaikan oleh sebuah perusahaan. Dalam penyampaiannya,

penulis telah mengurutkan berbagai materi dan informasi tersebut agar seluruh materi dan informasi yang hendak disampaikan dapat tersampaikan secara jelas dan maksimal. Urutan penulisan pesan tersebut dijabarkan dalam bentuk rubrik *company profile* yang kemudian juga menjadi panduan bagi desainer grafis untuk membuat dan mendesain *company profile* dari VIVERE Group.

RUBRIK COMPANY PROFILE VIVERE GROUP			
PA NO	TITLE	SUBTITLE	Checklist
1	Front Cover		✓
2	Table of Contents		✓
3	Table of Contents		✓
4	Letter from Founder & Chairman		✓
5	Letter from Founder & Chairman		✓
6	Who Companies	Description of the companies	✓
7	Who Companies	Description of the companies	✓
8	Milestones	Milestones part 1	
9	Milestones	Milestones part 2	
10	Our Approach	Our Approach	
11	Our Approach	Vision, Mission, and Value	✓
12	Quality People	Statement of Quality People	✓
13	Quality People	Additional statement about Quality People	✓
14	Board of Management	List of Board of Management	
15	Board of Management	Image (Board of Management)	
16	Quality Work	Statement of Quality Work	✓
17	Quality Work	Image (Project)	✓
18	Quality Work	Statement about Our Project	✓
19	Quality Work	Additional statement about Our Project	✓
20	Our Products	Auto-Finance	✓
21	Our Products	Multinational Technology Company	✓
22	Our Products	Financial Institution	✓
23	Our Products	Abroad Indonesia	✓
24	Our Products	Government Institution	✓
25	Our Products	BPR (Koperasi)	✓
26	Our Products	Texas Small Business, TIM	✓
27	Our Project	Daugh Lab	
28	Our Facility	Statement about Our Facility	✓
29	Our Facility	Certifications	✓
30	Our Facility	Statement about Trading, Information about VITRA & SKIUG	✓
31	Our Facility	Information about STEELCASE, MILLIKEN, LIGHTSPACE	✓
32	Our Facility	Information about AEB, GRABO, WOVEN MADE, GELFLOR	✓
33	Our Facility	Information about WILSONART & ANBORITE, BOLON, KARSLUN	✓
34	Our Facility	Statement about Retail	✓
35	Our Facility	Information about VIVERE Collectors	✓
36	Our Facility	Information about KOSMUS	✓
37	Our Facility	Information about CASAKA	✓
38	Our Facility	Information about VINGOTTI	✓
39	Our Facility	Image (PBB products)	✓
40	Our Facility	Statement about Distribution	✓
41	Our Facility	Information about CARITA	✓
42	Our Facility	Statement about Export	✓
43	Our Facility	Image (Product)	✓
44	Our Facility	Statement about Quality Life	✓
45	Our Facility	Image (CSR)	✓
46	Our Facility	Statement about Initiatives, list of initiatives	✓
47	Our Facility	List of initiatives	✓
48	Our Facility	Achievements	✓
49	Our Facility	VIVERE HQ & Factories	✓
50	Our Facility	List of clients part 1	✓
51	Our Facility	List of clients part 2	✓
52	Our Facility	Back Cover	✓

Gambar 3.7 Rubrik *Company Profile* VIVERE Group
Sumber: data olahan penulis (2023)

Company profile VIVERE Group dimulai dengan daftar isi yang memberikan informasi detail mengenai isi dari *company profile* tersebut dan kemudian dilanjutkan dengan pesan dari Founder & Chairman VIVERE Group, yaitu Bapak Deddy Rochimat. Setelah itu, informasi berikutnya yang disampaikan adalah seluruh unit bisnis yang berada di bawah VIVERE Group agar pemangku kepentingan yang membaca *company profile* tersebut dapat langsung mengetahuinya secara detail. Kemudian, *company profile* dilanjutkan dengan penjabaran tonggak pencapaian atau *milestones* dari VIVERE Group. Lalu, masuk ke dalam bagian visi dan misi serta nilai atau *value* yang selalu ditanamkan pada VIVERE Group. Bagian ini kemudian dilanjutkan dengan penjabaran dari masing-masing nilai atau *value* yang telah disampaikan yaitu, *Quality People*, *Quality Work*, dan *Quality Life*.

Pada bagian akhir dari *company profile* VIVERE Group, terdapat informasi mengenai penghargaan yang telah didapatkan oleh VIVERE Group dan kemudian dilanjutkan dengan informasi mengenai kantor pusat serta pabrik-pabrik yang dimiliki oleh VIVERE Group. Terakhir, terdapat daftar klien yang pernah menggunakan produk maupun jasa dari VIVERE Group.

3.1.2.3 Evaluasi (*Editing & Rewriting*)

a. Sebelum tulisan disebarakan kepada publik

Selama proses perancangan dan pembuatan *company profile* VIVERE Group, penulis melakukan evaluasi terhadap materi dan visualisasi dari *company profile* tersebut kepada dua pihak. Pertama adalah internal perusahaan, yaitu Pelly Sianova selaku Head of Department dari Divisi Corporate Marketing VIVERE Group. Sedangkan pihak kedua adalah Bapak Agus Kustiwa, selaku dosen ahli yang memahami detail pembuatan sebuah *company profile*. Evaluasi kepada pihak internal perusahaan dan kepada dosen ahli masing-masing dilakukan sebanyak dua kali, yaitu pada masa pembuatan dan juga ketika *company profile* tersebut sudah final dan melalui tahap revisi dari evaluasi pertama yang dilakukan.

Kedua pihak ini, yaitu pihak internal perusahaan dan dosen ahli, wajib untuk melakukan evaluasi terlebih dahulu sebelum *company profile* VIVERE Group dipublikasikan dan didistribusikan kepada publik. Pihak internal perusahaan melakukan evaluasi terkait kebenaran dan kredibilitas seluruh materi dan informasi yang disampaikan pada *company profile* tersebut. Selain itu pihak internal perusahaan juga memerhatikan setiap visualisasi dari *company profile* tersebut yang harus sesuai dengan detail *brand guidelines* yang sudah disampaikan. Sedangkan dosen ahli memberikan evaluasi terkait rubrik *company profile*, seperti setiap materi atau informasi yang harus terdapat pada sebuah *company profile*. Kemudian dosen ahli juga memberikan evaluasi terkait sistematika penulisan materi

dan informasi yang disampaikan pada *company profile* VIVERE Group tersebut.

b. Sesudah tulisan disebarakan kepada publik

Evaluasi yang dilakukan ketika *company profile* VIVERE Group telah didistribusikan kepada publik adalah evaluasi yang dilakukan dengan cara bertanya langsung kepada para pemangku kepentingan yang menerima *company profile* tersebut. Penulis melakukan evaluasi ini dengan menggunakan Google Form yang disebarakan kepada para responden dari kuesioner yang penulis gunakan untuk pengumpulan data ketika awal membuat rancangan pembuatan *company profile* VIVERE Group. Evaluasi ini dilaksanakan kepada responden yang dahulu telah mengisi kuesioner mengenai pengetahuan mereka akan VIVERE Group agar penulis dapat mengetahui secara langsung dampak atau hasil dari pembuatan *company profile* VIVERE Group ini kepada para pemangku kepentingan. Hasil yang dimaksud adalah seperti seberapa tinggi peningkatan pengetahuan para pemangku kepentingan terhadap VIVERE Group dan unit bisnis serta merek yang berada di bawahnya.

3.2 Anggaran

Dalam proses perancangan dan pembuatan *company profile* VIVERE Group ini, terdapat anggaran atau biaya yang dikeluarkan oleh penulis. Berikut merupakan rincian dari biaya yang dikeluarkan:

Tabel 3.2 Anggaran Pembuatan *Company Profile* VIVERE Group

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya Satuan	Total
1	Jasa <i>graphic designer</i>	1 orang	Rp2.370.000,00	Rp2.370.000,00
2	Cetak <i>company profile</i>	3 buku	Rp560.000,00	Rp1.680.000,00
Grand Total				Rp4.050.000,00

Seluruh biaya tersebut merupakan biaya yang dikeluarkan selama proses perancangan dan pembuatan *company profile* VIVERE Group. Biaya pertama yang dikeluarkan adalah untuk *graphic designer* yang membuat seluruh visualisasi dari *company profile* VIVERE Group. Sedangkan untuk kebutuhan sidang Tugas Akhir yang dilaksanakan oleh penulis, *company profile* VIVERE Group ini dicetak sebanyak dua buku.

3.3 Target Luaran

Company profile VIVERE Group akan dipublikasikan secara eksklusif dalam versi cetak (*hard copy*) yang kemudian akan didistribusikan atau dibagikan kepada target sasaran utama dari VIVERE Group yang adalah para arsitek, desainer interior, kontraktor, dan para pekerja lepas yang bekerja di bidang seni dan desain pada saat perayaan 40 tahun VIVERE Group. *Company profile* VIVERE Group ini akan secara langsung disebarakan oleh Divisi Corporate Marketing yang mengepalai berbagai unit bisnis dan merek lainnya yang berada di bawah VIVERE Group.

Selain itu, nantinya *company profile* VIVERE Group ini juga akan dipublikasikan secara digital dan disebarakan melalui beberapa media seperti *e-mail* maupun Whatsapp kepada pemangku kepentingan lainnya. Baik dalam versi cetak maupun dalam versi digital, kedua bentuk dari *company profile* ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan (*awareness*) kepada para pemangku kepentingan yang kemudian dapat berdampak pada pembentukan kerja sama atau kolaborasi antara VIVERE Group dengan para pemangku kepentingan tersebut.