

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tahapan Pembuatan

Dalam proses pembuatan karya *Company Profile*, ada beberapa tahapan yang dilakukan secara teliti dan detail, sehingga karya akhir yang dihasilkan dapat sesuai dengan tujuan dan kebutuhan perusahaan. Berikut adalah tahapan yang akan dilakukan untuk proses pembuatan karya *Company Profile*, yaitu;

3.1.1. Fase Pertama: Penelitian Formatif

1) Tahap Pertama: Menganalisis Situasi

Untuk menganalisis situasi, dilakukan penelitian dan pencarian data melalui sumber-sumber yang kredibel. Hal ini dapat dilakukan dengan cara menelusuri berita-berita yang sudah dilansir sebelumnya mengenai industri FMCG. Setelah itu, dapat diteliti dengan lebih lanjut mengenai apa yang menjadi penyebab dari peningkatan dan persaingan karyawan di industri FMCG. Dari penelitian ini, data yang diperoleh dapat digunakan untuk menentukan *objectives* dan *goals* berikutnya yang harus dicapai.

2) Tahap Kedua: Menganalisis Organisasi

Untuk merancang *objectives* dan *goals*, maka sebelumnya harus dilakukan analisis organisasi agar dapat lebih mengenal dan mengetahui apa yang menjadi landasan dan *identity* dari proyek yang akan dirancang. Selain itu, dengan analisis ini, maka dapat diketahui kebutuhan dan permasalahan apa saja yang dialami oleh PT Kobe Boga Utama, sehingga *objectives* dan *goals* bisa lebih terarah.

3) Tahap Ketiga: Menganalisis Publik

Analisis Publik adalah tahap berikutnya yang perlu untuk dilakukan. Dengan analisis ini, maka dapat diketahui *main audience* dari *objectives* dan *goals*, serta publik yang akan dituju yaitu karyawan PT Kobe Boga Utama di *Head Office*. Hal ini akan membantu dalam proses pengerjaan proyek

berikutnya, agar proyek dapat dirancang dengan lebih terfokus dan tertuju kepada publik khusus saja.

3.1.2. Fase Kedua: Strategi

4) Tahap Keempat: Menetapkan *Goals & Objectives*

Berdasarkan penelitian formatif yang sudah dilakukan, maka akan dilanjutkan kepada tahap berikutnya, yaitu untuk menentukan *goals* dan *objectives*, yaitu *goals* untuk *relationship management* dan *acceptance objective*. Pada tahap ini, akan dilakukan analisis terhadap data yang sudah diperoleh dari fase pertama, sehingga sasaran akan lebih terfokus dan peluang untuk mencapai tujuan tugas akhir meningkat.

5) Tahap Kelima Merancang: Strategi Tindakan dan Respons

Strategi yang akan dirancang adalah strategi yang bersifat proaktif, yaitu untuk melibatkan karyawan PT Kobe Boga Utama untuk mendorong terjadinya *engagement* dari karyawan. Selain itu menginformasikan dan mengedukasi karyawan mengenai perusahaan dan *brand* produk. *Company Profile* dirancang untuk dapat saling mengenal antar karyawan dan akan memiliki segmen interaktif antar karyawan dan pihak manajemen.

6) Tahap Keenam: Mengembangkan Strategi Pesan

Melalui *Company Profile*, pesan yang ingin disampaikan oleh perusahaan adalah PT Kobe Boga Utama sebagai rumah kedua. Perusahaan menjadi tempat dimana karyawan banyak menghabiskan waktunya. Bahkan, sebagian besar dari karyawan lebih banyak menjalani harinya di tempat kerja daripada di rumahnya sendiri. Sehingga sebagai rumah kedua, karyawan di PT Kobe juga harus bisa mengenal lagi tempat tinggal keduanya beserta keluarga yang bekerja sama didalamnya. Perkenalan ini akan dirancang dalam bentuk *Company Profile* dalam bentuk yang kreatif dan mudah untuk diakses, yaitu melalui buku *platform* online dan buku fisik.

3.1.3. Fase Ketiga: Taktik

7) Tahap Ketujuh: Memilih Taktik Komunikasi

Untuk taktik komunikasi yang akan digunakan, perusahaan akan lebih berfokus untuk menggunakan *owned media* yang sudah digunakan oleh seluruh

karyawan PT Kobe Boga Utama, yaitu WhatsApp Group. Selain itu, *Company Profile* juga akan dicetak untuk disediakan di *Head Office*.

Untuk mencapai tujuan dari perancangan *Company Profile*, maka akan dilaksanakan beberapa taktik sebagai berikut;

- a. Menggunakan ilustrasi, untuk dapat meningkatkan rasa ingin tahu dan minat dari pembacanya. Informasi yang disampaikan melalui *Company Profile* cukup banyak, sehingga penting bagi ilustrasi atau gambar disediakan di masing-masing penjelasannya, agar pembaca bisa lebih memahami informasi yang ingin disampaikan
- b. Menggunakan *corporate identity* dari PT Kobe Boga Utama, sehingga *image* yang ingin dibangun oleh perusahaan dapat melekat di benak karyawan saat mereka membacanya hingga kedepannya.
- c. Menggunakan taktik umpan balik, yaitu dengan menyediakan *quiz* berhadiah di akhir halaman *Company Profile*. Hal ini dilakukan agar karyawan dapat mengetes kemampuan mereka atas informasi yang sudah dipaparkan di *Company Profile*. Dengan *quiz* ini, pihak manajemen juga bisa lebih mengetahui kemampuan karyawan dalam memahami isi dari *Company Profile* yang sebelumnya sudah dibagikan.

8) Tahap Kedelapan: Mengimplementasikan Perencanaan Strategis

Setelah melakukan ketujuh tahapan, maka dapat diteruskan kepada tahap berikutnya, yaitu untuk melaksanakan perancangan strategi. Berikut adalah perencanaan lini waktu perancangan *Company Profile*:

No.	Tahap	Uraian kerja	September	Oktober	November
1.	Pre Produksi	Riset pengumpulan data dan analisis	■		
2.		Perancangan content plan		■	
3.	Produksi	Perancangan desain dan tata letak		■	
4.		Perancangan copywriting		■	
5.		Pengumpulan dokumentasi dan aset perusahaan			■
6.		Penggabungan konten dan penyelesaian akhir			■
7.		Penyerahan <i>Company Profile</i> kepada Head of Human Capital dan Direksi untuk pengecekan			■
8.		Melakukan Revisi			■
9.	Pasca Produksi	Penyebaran survey Pre-test			■
10.		Penerbitan <i>Company Profile</i> (melalui media intranet dan email + pencetakan buku)			■
11.		Penyebaran survey Post-test			■
12.		Evaluasi			■

Gambar 3.1 Perencanaan Lini Waktu Perancangan *Company Profile*

Sumber: Olahan Penulis (2023)

Untuk mengimplementasikan perencanaan strategis, ada 3 tahapan yang harus dilaksanakan, yaitu tahap pra-produksi, produksi, dan pasca produksi. Selama proses perancangan *Company Profile* akan dilakukan beberapa kegiatan sesuai dengan tahapan yang sudah dirancang, yaitu;

a. Riset Pengumpulan Data dan Analisis

Tahapan ini menjadi awalan dari proses perancangan strategis, yaitu akan dilakukan riset dan pengumpulan data, serta melakukan analisis dan pengolahan atas data yang disiapkan. Data yang dikumpulkan adalah informasi yang dapat mendukung pengembangan strategi dan penyampaian informasi melalui *Company Profile*, sehingga dapat menjadi media komunikasi internal bagi karyawan PT Kobe Boga Utama. Informasi yang dipaparkan melalui *Company Profile* juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan karyawan yang lebih dalam terhadap perusahaan.

b. Perancangan *Content Plan* (Rubrikasi Konten)

Tahapan berikutnya yang dijalani adalah untuk merancang rubrikasi konten, Rubrikasi Konten dirancang dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara umum terhadap rancangan *Company Profile* yang akan dibuat. Selain itu, dengan rubrikasi konten dapat terlihat pula pembagian tiap halamannya untuk masing-masing konten, seperti konten mengenai pengetahuan umum perusahaan, *product knowledge*, dan struktur organisasi per departemennya masing-masing.

Rubrikasi Konten digunakan untuk menentukan tata letak dari isi *Company Profile*. Hal ini juga akan memudahkan proses kedepannya pada perancangan desain dan *copywriting*, sehingga sudah dapat diperkirakan aset desain apa saja yang diperlukan serta *copywriting* yang diperlukan dalam masing-masing halaman tersebut.

c. Perancangan Desain dan Tata Letak

Pada tahapan ini, desain dan tata letak dari keseluruhan *Company Profile*. Tata letak dari informasi dan aset ilustrasi perusahaan akan dirancang

dengan sebaik mungkin, agar *target audience* yang membaca *Company Profile* dapat mengerti dan memahami informasi yang dibaca.

d. Perancangan *Copywriting*

Pada tahapan ini, informasi dan data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis akan diproses kembali menggunakan *copywriting*, sehingga sesuai dengan gaya penulisan *Company Profile*. Informasi yang dimasukkan juga akan disunting terlebih dahulu, untuk memastikan kualitas dan kredibilitas perusahaan yang tercantum pada *Company Profile*.

e. Pengumpulan Dokumentasi dan Aset Perusahaan

Pada tahapan ini, akan dilakukan pengumpulan aset visual yang dapat digunakan ke dalam *Company Profile*. Dokumentasi yang dikumpulkan adalah berupa foto-foto karyawan serta tampilan area dan lokasi kerja karyawan PT Kobe Boga Utama. Selain itu, akan dilakukan juga sesi dokumentasi baru untuk penghargaan-penghargaan yang sudah diterima oleh PT Kobe Boga Utama, serta dokumentasi foto produk yang diproduksi oleh brand-brand PT Kobe Boga Utama. Dokumentasi ini akan digunakan pada *Company Profile* agar kedepannya ketika karyawan membaca *Company Profile*, dapat terlihat gambaran dari apa saja yang menjadi *company identity* dari PT Kobe Boga Utama.

Selain dokumentasi, akan diperlukan aset-aset dari perusahaan untuk menjadi aset visual dalam *Company Profile*. Aset perusahaan yang disediakan antara lain, *key visuals* untuk *advertorial brand*, *packshot* dari produk-produk brand PT Kobe Boga Utama, serta logo dari setiap brand yang ada di PT Kobe Boga Utama. Dengan aset perusahaan ini, karyawan dapat lebih mengenal visualisasi dari produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan.

f. Penggabungan Konten dan Penyelesaian Akhir

Pada tahapan ini, akan diperhatikan kesatuan dari informasi teks dan aset ilustrasi yang ada, agar sesuai dengan *corporate identity* dan *image* perusahaan. Selain itu, akan dipastikan pula jika tampilan visual dari

Company Profile sudah menarik dan tidak menarik perhatian lebih dari informasi teks.

- g. Penyerahan *Company Profile* kepada Head of Human Capital dan Direksi untuk Pengecekan

Pada tahapan ini, *Company Profile* yang sudah selesai dirampungkan, akan diserahkan terlebih dahulu kepada Head of Human Capital dan Direksi untuk dilakukan Pengecekan. Hal ini penting untuk dilakukan karena *Company Profile* yang dirancang akan disebarluaskan kepada karyawan lainnya, sehingga pihak manajemen harus memastikan terlebih dahulu apakah informasi yang dibagikan sudah sesuai dengan kebutuhan perusahaan atau tidak.

- h. Melakukan Revisi

Pada tahapan ini, jika terdapat beberapa kesalahan atau ketidaksesuaian pada *Company Profile*, maka harus dilakukan revisi. *Company Profile* akan dirancang kembali sesuai dengan revisi yang diberikan, kemudian akan diserahkan kembali kepada Head of Human Capital, hingga pada akhirnya akan menerima persetujuan untuk dapat disebarluaskan.

- i. Penyebaran Survey Pre-Test

Ketika *Company Profile* sudah selesai dirancang, maka sebelum *Company Profile* disebarluaskan, akan dilakukan survey Pre-Test terlebih dahulu kepada karyawan sebagai responden. Survey Pre-Test ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat *engagement* dan pengetahuan informasi mengenai perusahaan karyawan yang menjadi responden, sebelum membaca dan memahami *Company Profile*.

- j. Penerbitan *Company Profile*

Pada tahapan ini, *Company Profile* akan disebarluaskan melalui *WhatsApp Chat*. *Company Profile* diterbitkan melalui dua media, yaitu media digital dalam bentuk *flipbook* dan dicetak dalam bentuk buku fisik. Karyawan yang menjadi responden akan dikelompokkan menjadi dua, untuk diberikan dua perlakuan yang beda, yaitu kelompok pertama akan menerima *Company Profile* dalam bentuk digital, dan kelompok kedua akan

menerima *Company Profile* dalam bentuk buku. Hal ini dilakukan untuk melihat dan membandingkan efektivitas peningkatan *engagement* dari masing-masing media publikasi.

k. Penyebaran Survey Post-Test

Ketika karyawan yang menjadi responden sudah membaca dan memahami *Company Profile*, maka tahapan selanjutnya yang akan dilakukan adalah untuk mengisi survey Post-Test. Survey Post-Test dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat *engagement* dan pengetahuan umum mengenai perusahaan karyawan yang menjadi responden, serta untuk mengetahui kritik dan saran yang dapat diberikan pada rancangan *Company Profile* secara keseluruhan.

l. Evaluasi

Pada tahapan ini, hasil data dari Pre-Test dan Post-Test yang sudah diterima dari para responden, akan diolah dan dianalisis. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk mengukur tingkat keberhasilan dari *objective* perancangan *Company Profile*, yaitu untuk meningkatkan ikatan dan *engagement* antara perusahaan dan karyawan, serta dapat meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan karyawan yang lebih dalam terhadap perusahaan melalui *Company Profile*.

3.1.4. Fase Keempat: Penelitian Evaluatif

9) Tahap Kesembilan: Mengevaluasi Perencanaan Strategis

Untuk mengevaluasi hasil dari perencanaan strategis, maka akan dilakukan Pre-Test dan Post-Test kepada karyawan *Head Office* PT Kobe Boga Utama. Hal ini dilakukan agar dapat dilihat perbedaan dan perubahan yang terjadi sebelum dan sesudah *Company Profile* dipublikasikan. Respons dari karyawan akan dinilai menggunakan skala likert, dengan keterangan (1) sangat tidak setuju, (2) tidak setuju, (3) setuju, (4) sangat setuju. Skala likert merupakan skala penelitian yang digunakan untuk mengukur sikap atau pendapat dari responden. Skala ini juga digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap serangkaian pertanyaan. Oleh karena itu, untuk mengukur tingkat persetujuan dari karyawan terhadap *Company Profile*, maka

digunakan skala likert yang akan memaparkan setuju dan tidak setujunya karyawan terhadap serangkaian pernyataan yang ditampilkan melalui Pre-Test dan Post-Test. Selain skala likert, akan digunakan juga skala dikotomis dengan keterangan 'Ya' dan 'Tidak'.

Pre-Test akan berisi beberapa pernyataan sebagai berikut:

- i) Saya sudah memahami pengetahuan umum mengenai perusahaan (skala 1-4)
- ii) Saya sudah memahami *product knowledge* yang diproduksi oleh brand PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)
- iii) Saya sudah memahami informasi umum mengenai struktur departemen di *Head Office* PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)
- iv) Saya berbicara positif mengenai PT Kobe Boga Utama kepada pihak internal dan eksternal (skala 1-4)
- v) Saya memiliki keinginan tinggi untuk bertahan dan menjadi karyawan PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)
- vi) Saya memiliki inisiatif tinggi untuk dapat berkontribusi pada kesuksesan dan tujuan bisnis PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)

Post-Test akan berisi beberapa pernyataan sebagai berikut;

- i) Saya sudah memahami pengetahuan umum mengenai perusahaan (halaman 1 - 24) (skala 1-4)
- ii) Saya sudah memahami *product knowledge* yang diproduksi oleh brand PT Kobe Boga Utama (halaman 25 - 44) (skala 1-4)
- iii) Saya sudah memahami informasi umum mengenai departemen di *Head Office* PT Kobe Boga Utama (halaman 45 - 66) (skala 1-4)
- iv) Saya sudah melakukan *quiz* yang tertera di halaman terakhir *Company Profile* (ya/tidak)
- v) *Company Profile* mendorong saya untuk berbicara positif mengenai PT Kobe Boga Utama kepada pihak internal dan eksternal (skala 1-4)
- vi) *Company Profile* mendorong saya untuk memiliki keinginan lebih tinggi untuk bertahan dan menjadi karyawan PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)

- vii) *Company Profile* mendorong saya memberikan inisiatif lebih untuk dapat berkontribusi pada kesuksesan dan tujuan bisnis PT Kobe Boga Utama (skala 1-4)
- viii) Tampilan *Company Profile* sudah baik (skala 1-4)
- ix) Informasi di *Company Profile* sudah tersampaikan dengan baik (skala 1-4)
- x) Kritik untuk keseluruhan *Company Profile*
- xi) Saran untuk keseluruhan *Company Profile*

3.2 Anggaran

Untuk melaksanakan strategi komunikasi *Company Profile*, maka diperlukan beberapa pengeluaran biaya untuk mendukung keberhasilan strategi. Berikut adalah rincian anggaran yang diperlukan untuk melaksanakan strategi komunikasi *Company Profile*;

Tabel 3.1. Tabel Anggaran

No.	Keterangan	Jumlah	Harga Satuan	Total
1.	Pencetakan <i>Company Profile</i>	1	Rp188.450	Rp188.450
2.	Graphic Designer	1	Rp500.000	Rp500.000
TOTAL KESELURUHAN				Rp688.450

Sumber: Olahan Penulis (2023)

3.3 Target Luaran/Publikasi

Company Profile akan diterbitkan melalui dua media publikasi, yaitu melalui media digital dalam bentuk digital *flipbook* dan media cetak dalam bentuk buku. Media penyebaran konten yang digunakan untuk publikasi adalah WhatsApp Chat dan akan diserahkan langsung dalam bentuk buku.