

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

a. Data Primer

Tahap awal yang paling krusial dalam pembuatan *company profile* PT Bumi Serpong Damai (BSD) adalah pengumpulan data, yang akan menjadi landasan utama untuk mengarahkan keseluruhan proses penyusunan profil perusahaan ini. Pengumpulan data dilakukan secara internal dan juga eksternal.

Pengumpulan data internal dilakukan melalui wawancara dengan narasumber utama yaitu project manager Commercial BSD City. Tujuannya, agar penulis dapat memperoleh informasi mengenai produk-produk yang dimiliki. Dengan pengalaman bertahun-tahun dalam melakukan pemasaran dan pengelolaan produk, project manager memiliki wawasan yang lebih dan dapat memberikan saran terkait hal-hal yang sebaiknya dimasukkan dalam *company profile* agar produk dapat ter-highlight dengan baik. Selain itu, penulis juga melakukan wawancara singkat dengan Graphic Designer PT Bumi Serpong Damai, untuk memperoleh *insight* mengenai hal-hal terkait visual yang perlu diperhatikan dalam perancangan *company profile*.

Narasumber	Jabatan
Andriani Otang	Project Manager BSD City
Beatrice Fidela	Graphic Designer

Tabel 2. 2 Narasumber Utama

Dalam wawancara penulis dengan Andriani Otang, penulis memperoleh informasi mengenai kebutuhan dari BSD. Andriani Otang menyebutkan bahwa saat ini Commercial BSD membutuhkan *company profile* yang sifatnya informatif dan juga ringkas sebagai materi pengenalan perusahaan kepada karyawan, terutama untuk karyawan di divisi *sales* yang baru

bergabung. Lalu, *company profile* tersebut juga harus dapat menyoroti produk dan keunggulan yang dimiliki oleh BSD City sebagai pengembang properti terkemuka. Baik dari segi fasilitas, hingga keunggulan lokasi yang dimiliki oleh masing-masing produk. Andriani Otang juga menyarankan penulis untuk menggunakan warna-warna yang tegas dan merepresentasikan perusahaan secara lebih elegan. Pada wawancara tersebut, penulis ditunjukkan sebuah buku *company profile* yang dimiliki oleh BSD City dan telah ada sejak tahun 2015.

Andriani Otang menyampaikan bahwa banyak terdapat kekurangan pada *company profile* yang lama. Dengan ukurannya yang cukup besar dan berupa buku *hard-copy*, akhirnya *company profile* tersebut tidak banyak terpakai sebagai media penjualan. Terlebih, dengan metode penjualan kini yang serba daring, *company profile* tersebut tidak banyak terpakai. Selain itu, terlihat bahwa dalam *company profile* tersebut memiliki terlalu banyak tulisan paragraf yang tidak terlalu diperlukan. Alih-alih membuat pembaca semakin paham, tulisan tersebut lebih menarik untuk diabaikan. Maka dari itu, diharapkan *copywriting* pada karya penulis dapat dikemas secara ringkas, namun pesannya juga dapat tersampaikan dengan baik.

Untuk menentukan konsep visual dalam *company profile* ini, penulis melakukan wawancara dengan salah satu *Graphic Designer* PT Bumi Serpong Damai, Beatrice Fidela. Beatrice menjelaskan bahwa perusahaan umumnya menggunakan font sederhana seperti Montserrat untuk tampilan yang profesional dan mudah dibaca. Untuk skema warna, juga ditunjukkan mengenai warna apa saja yang biasa dipakai oleh BSD City dan produk-produknya. Selain itu, juga diberikan akses ke aset foto perusahaan untuk mendukung desain visual.

b. Data Sekunder

Tidak hanya melakukan wawancara, selanjutnya, dilakukan studi pustaka untuk mengumpulkan data sekunder yang terdapat dalam buku, literatur, catatan, serta dokumen yang relevan dengan laporan. Penulis

banyak melakukan studi pustaka berdasarkan laporan-laporan pada website ke.umn.ac.id, tujuannya untuk mempelajari standar karya yang ada, dan dapat melakukan perbaikan agar karya selanjutnya lebih baik. Selain itu, penulis juga melakukan studi melalui *company profile* maupun *e-brochure* kompetitor PT Bumi Serpong Damai yang juga bergerak di bidang properti. Penulis juga terutama mempelajari karya-karya terdahulu yang terdapat pada tabel 2.1 sebagai referensi.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Metode perancangan karya ini dibagi menjadi dua tahapan utama, yaitu perencanaan produksi dan produksi. Kedua tahapan ini dirancang untuk memastikan bahwa karya yang dihasilkan tidak hanya memiliki kualitas yang baik, tetapi juga sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Tahapan perencanaan produksi mencakup berbagai langkah awal seperti penentuan tujuan, rencana penulisan, dan media publikasi, yang menjadi landasan penting dalam proses kreatif. Sementara itu, tahap produksi berfokus pada implementasi data dan ide yang telah dirancang sebelumnya untuk menghasilkan karya yang utuh dan sesuai dengan standar perusahaan. Pembagian tahapan ini membantu menjaga alur kerja yang sistematis dan terstruktur sehingga mempermudah pencapaian hasil yang optimal.

3.1.2.1 Perencanaan Produksi

Setelah riset selesai dilakukan, tahap selanjutnya yang penulis lakukan adalah mengolah hasil observasi data menjadi sebuah perencanaan dalam menciptakan *company profile*.

3.1.2.1.1 Menyusun objektif sebagai pedoman penyusunan

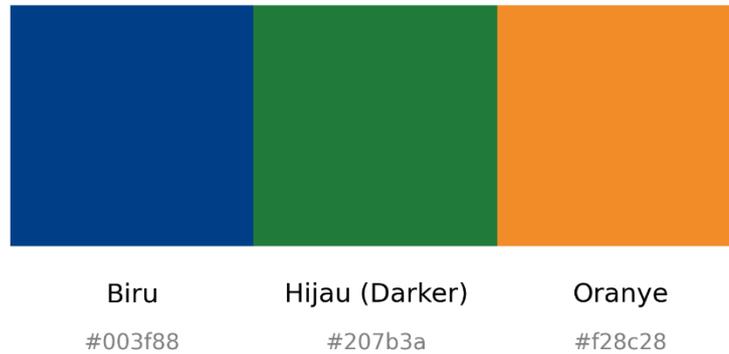
Dalam penyusunan objektif pembuatan karya *company profile*, penulis melakukan diskusi dengan Project Manager Commercial BSD City. Hasil dari diskusi tersebut adalah bahwa Commercial BSD City membutuhkan adanya aset/materi yang merangkum pesan-pesan yang ingin disampaikan oleh BSD City, terutama mengenai bagaimana BSD City ingin mengembangkan kota modern yang ideal dengan berbagai ekosistem yang mendukung kehidupan warganya. Selain itu, diharapkan karya *company profile* ini sekaligus dapat menjadi materi edukasi,

terutama bagi karyawan baru di divisi Sales yang sangat membutuhkan pemahaman mendalam tentang produk (product knowledge) agar dapat menjelaskan dengan baik kepada klien-klien mereka. Begitu pula, karyawan PT Bumi Serpong Damai di divisi Commercial dapat memperoleh pengetahuan yang lebih luas mengenai produk-produk komersial di BSD City. Diharapkan ketika seseorang membacanya, akan mengerti potensi yang dimiliki oleh BSD City sebagai kota mandiri.

3.1.2.1.2 Konsep Visual

Untuk menentukan konsep visual yang akan digunakan dalam company profile ini, penulis juga melakukan wawancara dengan Graphic Designer PT Bumi Serpong Damai, Beatrice Fidela. Dalam wawancara tersebut, Beatrice menjelaskan bahwa perusahaan umumnya menggunakan font yang sederhana seperti Montserrat, untuk memastikan tampilan yang profesional dan mudah dibaca. Pemilihan font Montserrat yang jelas dan profesional dapat memberikan kesan yang bersih dan terorganisir. Mengenai skema warna, meskipun bervariasi sesuai dengan proyek yang sedang dikerjakan, warna-warna seperti biru, hijau, merah, dan oranye sering menjadi pilihan karena mampu merepresentasikan identitas perusahaan yang dinamis.

Dalam pemilihan warna, penulis setuju dengan pendapat narasumber. Penulis melakukan riset terhadap warna yang cocok untuk mencerminkan PT Bumi Serpong Damai sebagai perusahaan yang memiliki produk modern dan inovatif. Penulis secara khusus mencari tahu mengenai elemen visual untuk PT Bumi Serpong Damai, penulis melakukan riset mendalam dan memilih kombinasi warna biru, hijau, dan oranye serta font Montserrat.



Gambar 4. 1 Color Palette

Setelah mencoba mencari kombinasi warna yang sesuai, penulis menemukan kombinasi pada gambar 4.7. Kombinasi ini sebelumnya telah penulis konsultasikan dan mendapat persetujuan dari Project Manager dan Graphic Designer untuk memastikan kesesuaian dengan standar perusahaan. Biru adalah warna yang secara universal diasosiasikan dengan stabilitas, kepercayaan, dan profesionalisme. Menurut psikologi warna, biru menciptakan rasa aman dan kredibilitas, sehingga sering digunakan dalam desain yang memerlukan kesan formal dan terpercaya (Gage, 2013). Dalam konteks PT Bumi Serpong Damai, biru mencerminkan modernitas dan profesionalisme yang relevan dengan citra perusahaan. Penulis selanjutnya memilih warna hijau untuk merepresentasikan keseimbangan, kedekatan dengan alam, dan keberlanjutan. Hijau sering digunakan dalam desain yang ingin menonjolkan koneksi dengan lingkungan dan keberlanjutan. Warna ini menguatkan visi BSD City sebagai kota mandiri yang mendukung gaya hidup berkelanjutan dengan lingkungan yang hijau.

Dalam desain ini, oranye digunakan untuk menarik perhatian audiens dan memberikan dinamika pada elemen visual. Selain itu, oranye juga mencerminkan salah satu elemen logo BSD City yang berwarna oranye. Penulis juga memilih warna memberikan sentuhan semangat dan kreativitas pada desain. Font Montserrat dipilih untuk melengkapi elemen visual yang modern dan profesional. Sebagai font sans-serif, Montserrat memiliki tampilan bersih, minimalis, dan kontemporer. Menurut penelitian, sans-serif ideal untuk menciptakan kesan inovatif dan elegan pada media digital maupun cetak (Lupton, 2016). Hal ini sesuai dengan karakter PT

Bumi Serpong Damai yang ingin menunjukkan keunggulan dan relevansi di era modern.

Kombinasi warna biru, hijau, dan oranye sebagai aksent menciptakan keseimbangan visual yang menarik. Ketiga warna ini bekerja sama untuk menghasilkan desain yang tidak hanya estetis, tetapi juga memiliki daya tarik psikologis, mencerminkan nilai-nilai modernitas, inovasi, dan keberlanjutan dari PT Bumi Serpong Damai. Dalam wawancara, ia juga memberikan panduan tentang lokasi penyimpanan foto-foto di OneDrive perusahaan, yang dapat digunakan untuk mendukung elemen visual dalam *company profile* ini. Dengan panduan ini, konsep visual yang diterapkan diharapkan mampu mencerminkan profesionalisme dan nilai-nilai merek BSD City, serta mendukung komunikasi yang efektif dan menarik bagi audiens.

3.1.2.1.3 Rencana penulisan

Dalam perencanaan penulisan karya *company profile* ini, penulis tidak berfokus pada penjualan reputasi perusahaan. Tujuan utama dari karya ini adalah untuk memaparkan potensi BSD City sebagai kota mandiri yang sedang dikembangkan oleh PT Bumi Serpong Damai dan Sinar Mas Land. Dengan tujuan utama karya ini untuk digunakan sebagai materi pelatihan bagi sales internal atau karyawan perusahaan, penulis ingin memberikan pengetahuan yang lebih informatif mengenai perusahaan dan berbagai produk yang sedang dijalankan, serta perkembangan proyek-proyek yang ada di BSD City.

Meskipun ada bagian yang mencakup informasi dasar mengenai perusahaan, seperti pendiri, visi, dan misi, hal ini hanya dimaksudkan sebagai pengantar dan pengetahuan awal. Fokus utama karya ini adalah menggali lebih dalam mengenai potensi BSD City sebagai kota mandiri yang berkembang pesat. Penulis ingin menekankan aspek pengembangan kota dan menjelaskan lebih rinci tentang produk dan potensi produk yang ada di BSD City, serta bagaimana hal tersebut dapat memberikan nilai lebih bagi pengembangan kawasan dan pasar. Dengan cara ini, *company profile* ini akan menjadi lebih relevan dan berguna baik sebagai materi pelatihan untuk karyawan internal maupun sebagai alat promosi yang lebih efektif,

dengan memberikan gambaran yang lebih jelas tentang potensi dan kesempatan yang ada di BSD City.

Berkaca pada *company profile* yang dibuat sekitar tahun 2015, proporsi gambar dan tulisan di dalamnya tidak seimbang. Tulisan yang ada cukup panjang dan bertele-tele. Sehingga, *company profile booklet* tersebut akhirnya tidak banyak dipakai dan disebarluaskan. Maka dari itu, berdasarkan hasil diskusi penulis dengan Andriani Otang dan evaluasi dari karya sebelumnya, bentuk karya yang paling efektif untuk dibuat adalah *company profile* dalam bentuk *slides power point*.

Desain grafis yang efektif adalah kunci untuk menciptakan komunikasi visual yang mudah dipahami dan menarik. Desain yang baik tidak hanya tentang estetika, tetapi juga bagaimana elemen-elemen visual disusun agar pesan yang ingin disampaikan lebih mudah dicerna oleh audiens. Dalam pembuatan *company profile*, tata letak yang terstruktur dan jelas akan membantu audiens mengikuti alur informasi dengan lebih lancar. Maka dari itu, untuk mendukung kualitas karya, dalam pembuatan karya, penulis memutuskan untuk menggunakan jasa *graphic designer* yang juga merupakan salah satu *staff* di divisi Commercial BSD. Hal ini dilatarbelakangi oleh adanya *skill* dan pengalaman yang dimiliki oleh seorang *graphic designer* dalam memvisualisasikan *brief* yang penulis buat menjadi karya sesuai dengan standar perusahaan yang sejauh ini dikenal oleh *graphic designer* tersebut. Tujuannya, penulis ingin memastikan karya ini betul-betul menjadi cerminan perusahaan dan dapat digunakan secara berkelanjutan. Meskipun menggunakan jasa *graphic designer*, penulis memegang peranan paling besar dalam proyek ini melalui pembuatan *brief* dan *copywriting* yang semuanya berasal dari ide penulis. Serta, konsep besar *company profile* juga berasal dari penulis.

Dalam satu karya *company profile* ini, akan di-*update* fasilitas dan produk baru yang ada di BSD City dan berkaitan dengan komersial. Rencana penulisan *company profile* juga bertujuan untuk menjual dan menonjolkan setiap fitur dari proyek-proyek yang ditawarkan. Pendekatan ini dirancang untuk langsung menarik minat dan perhatian audiens dengan menekankan nilai tambah dan keunggulan dari proyek-proyek komersial BSD.

Di era digitalisasi, *company profile* dalam bentuk digital sangat diperlukan. Terutama, dengan sistem marketing perusahaan yang sebagian besar sudah digital. Saat ini-pun, brosur yang biasanya dicetak secara digital, telah diminimalisir dan beralih kepada *e-brochure* yang disematkan pada Instagram. Power point merupakan salah satu format yang *versatile*. Satu hal yang paling penting adalah karya ini memiliki keberlanjutan, karena jika ada produk-produk ataupun *update* kembangan terbaru di BSD City, hanya tinggal ditambahkan saja dalam *slide*.

3.1.2.1.4 Menetapkan Media Publikasi

Company profile ini akan disebarluaskan kepada karyawan divisi Commercial PT Bumi Serpong Damai, terutama bagi karyawan baru. Tujuan dari distribusi ini adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang produk-produk komersial di BSD City dan berbagai fasilitas yang ada. Diharapkan, melalui *company profile* ini, karyawan dapat memperoleh pengetahuan yang cukup untuk menjelaskan dengan jelas potensi BSD City kepada klien dan calon investor, serta meningkatkan efektivitas komunikasi dalam proses penjualan.

3.1.2.2 Produksi

Tahapan produksi merupakan tahapan yang krusial. Dalam tahap ini, akan diimplementasikan data-data yang telah diperoleh dari tahap pra-produksi, sehingga dapat menjadi sebuah karya yang utuh. Langkah pertama yang dilakukan penulis adalah dalam membuat draft penulisan. Tahap ini merupakan langkah penting dalam proses penyusunan *company profile*, yang bertujuan untuk merancang struktur penulisan dengan lebih sistematis. Dengan menyusun draft awal, proses ini akan mempermudah pengembangan ide-ide pokok dan memastikan bahwa penyusunan profil perusahaan berjalan dengan arah dan struktur yang jelas.

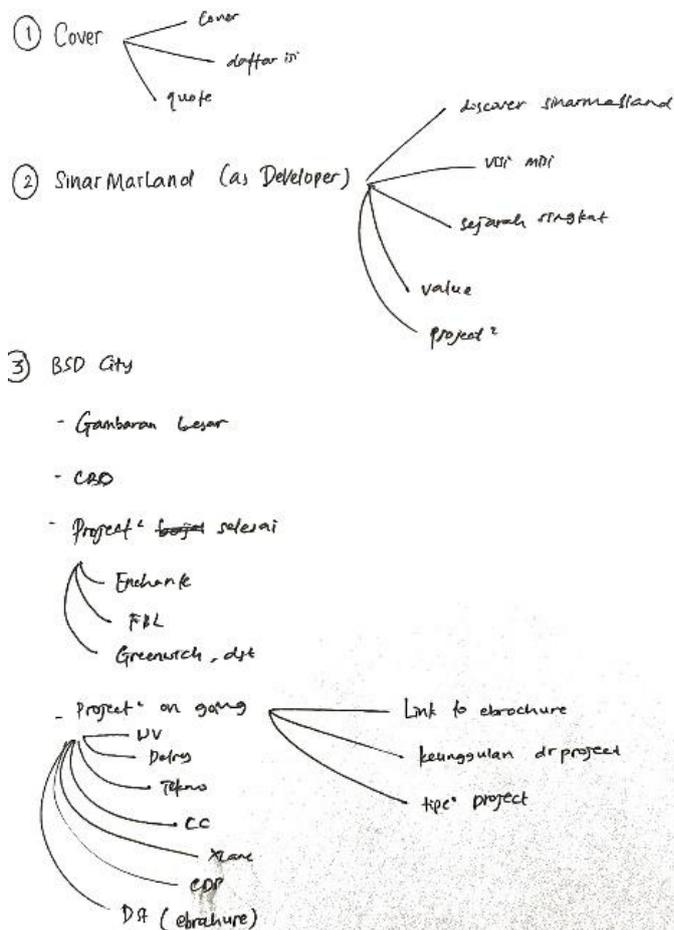
Pertama, penulis melakukan *brainstorming outline company profile*. Dalam selembar kertas, penulis mencatat poin-poin yang sempat disampaikan oleh Project Manager saat wawancara mengenai hal yang perlu dimasukkan dalam karya *company profile* ini. Penulisan *outline* ini juga dibuat berdasarkan hasil diskusi penulis dengan bapak Harry Mores selaku dosen Desain Komunikasi Visual. Dalam

diskusi ini, penulis bertanya mengenai elemen-elemen apa saja yang seharusnya ada dan di masukkan dalam sebuah karya *Company profile* dari sudut pandang dosen Desain Komunikasi Visual. Menurut beliau, visi misi dan unit bisnis penting untuk dimasukkan ke dalam *Company profile*. Selain itu, bagaimana pengembangan kota mandiri BSD City yang dilakukan oleh PT Bumi Serpong Damai juga harus *diupdate*. Terlebih lagi, melihat pembangunan BSD City yang tentunya sudah lebih maju dari tahun 2015 (tahun update *Company profile* terakhir), tentunya pembangunan BSD City sudah bertumbuh dari area Timur (East BSD), Central (Central BSD), dan kini merambah ke Barat (West BSD).

Berdasarkan hal itu, penulis melakukan perancangan *outline* garis besar yang dijelaskan pada gambar dibawah.



Outline Comprof Commercial BSD



Gambar 3. 1 Rancangan Karya Tahap Pertama

Penulis membagi dalam 3 poin besar. Poin pertama adalah bagian cover yang berisi daftar isi serta *quote*. Lalu, selanjutnya membahas Sinar Mas Land sebagai *developer* yang kini memiliki proyek yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia seperti Kota Wisata Cibubur. Penulis juga akan menjelaskan *value* yang dimiliki oleh Sinar Mas Land perusahaan.

Setelah membahas mengenai Sinar Mas Land, penulis mengerucutkan topik ke dalam ranah BSD City sebagai salah satu proyek pembangunan kota mandiri yang dimiliki oleh Sinar Mas Land. Pembahasan mengenai BSD City penulis bagi dalam beberapa bagian. Bagian pertama adalah mengenai fasilitas yang saat ini ada di BSD City. Fasilitas yang dimaksud adalah *tenants* dalam berbagai sektor seperti

rumah sakit yang merupakan sarana kesehatan, mall yang merupakan sarana hiburan, *dealer* mobil yang merupakan sarana otomotif, dan sekolah yang merupakan sarana edukasi. Fasilitas merupakan sebuah hal yang menjadi tolak ukur keberhasilan sebuah kota. Semakin banyak, baik, dan terjangkau fasilitasnya maka akan mempermudah hidup warganya.

Setelah membahas mengenai fasilitas yang ada di BSD City, pembahasan selanjutnya berfokus pada produk-produk komersial yang saat ini sedang dikembangkan. Produk komersial tersebut meliputi berbagai jenis properti seperti ruko, business loft, dan kawasan perkantoran yang dirancang untuk mendukung kebutuhan bisnis modern sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi di kawasan ini.

Salah satu contohnya adalah The Loop BSD, kawasan ruko modern yang menawarkan desain fasad terkini, community plaza, serta alfresco dining area. Lokasinya yang berada di Mozia Loop, area dengan tingkat lalu lintas tinggi, memberikan nilai tambah berupa visibilitas optimal bagi tenant di kawasan ini. Selain itu, Northridge BSD juga menjadi daya tarik utama dengan posisinya di jalan utama BSD City. Kawasan ini dikelilingi perumahan premium, pusat hiburan, dan institusi pendidikan, sehingga cocok untuk bisnis yang mengincar target pasar yang beragam.

Keunggulan lain dari produk-produk komersial BSD City adalah lokasinya yang strategis dengan akses mudah ke berbagai fasilitas pendukung. Hal ini menjadikan properti komersial di kawasan ini sebagai pilihan menarik bagi investor atau calon pelanggan yang ingin memaksimalkan potensi pasar sekaligus mendapatkan nilai investasi yang menjanjikan.

Draf naskah ini akan diterapkan dalam bentuk presentasi PowerPoint, dengan slide yang menggambarkan BSD City secara umum, fasilitas yang tersedia, detail produk-produk komersial, serta infografis yang menampilkan potensi investasi. Visualisasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran jelas dan menarik bagi karyawan baru, agar mereka dapat memahami produk yang ditawarkan perusahaan serta berbagai perkembangan terbaru terkait produk-produk tersebut. Dengan materi ini, diharapkan karyawan baru dapat memperoleh pemahaman yang lebih

mendalam mengenai nilai-nilai perusahaan, visi dan misi, serta berbagai lini produk yang ada di dalam perusahaan.

3.2. Rencana Anggaran

Dalam proses pembuatan *Company profile Commercial* PT Bumi Serpong Damai, terdapat anggaran yang dikeluarkan oleh penulis untuk mendukung terciptanya karya tersebut. Berikut merupakan rincian biayanya :

Tabel 3. 1 Rencana Anggaran Pengerjaan Karya

No	Keterangan	Jumlah	Biaya Satuan	Total
1	Apresiasi <i>Interviewee</i>	2 orang	Rp 250.000	Rp 500.000
2	Apresiasi <i>Graphic Designer</i>	1 orang	Rp 1.000.000	Rp 1.000.000
GRAND TOTAL				Rp 1.500.000

Anggaran di atas adalah seluruh biaya yang dikeluarkan oleh penulis dalam perancangan karya *company profile*. Biaya pertama adalah biaya apresiasi berupa *hampers* kepada pihak yang telah menjadi narasumber penulis. Anggaran kedua adalah bentuk apresiasi penulis kepada *staff Graphic Designer* yang telah menjadi supervisi desain selama proses pembuatan karya.

3.3. Target Luaran/Publikasi

Company profile Commercial PT Bumi Serpong Damai (BSD) akan dipublikasikan dalam bentuk soft-copy Power Point dan PDF yang akan disebarakan secara eksklusif kepada karyawan divisi Commercial PT Bumi Serpong Damai, terutama karyawan baru. *Company profile* ini dirancang untuk menjadi bagian dari materi edukasi yang komprehensif bagi karyawan yang bertugas di divisi *sales* dan *promotion*. Hal ini bertujuan agar mereka memiliki pemahaman yang mendalam mengenai produk dan proyek yang ditawarkan oleh BSD City, serta perkembangan kawasan yang sedang dan akan datang.

Tujuan utama dari penyebaran *company profile* ini adalah untuk memberikan pengetahuan yang lengkap dan terverifikasi mengenai berbagai proyek dan potensi

kawasan BSD City. Dengan informasi yang jelas dan terstruktur, karyawan diharapkan dapat menjelaskan dengan tepat dan meyakinkan kepada klien, baik itu calon investor atau pembeli properti, mengenai produk-produk komersial yang tersedia. Ini akan memperkuat kemampuan karyawan dalam memberikan informasi yang valid dan mengurangi risiko misinformasi kepada klien.

Selain itu, *company profile* ini juga akan berfungsi sebagai referensi internal yang memudahkan karyawan untuk memahami nilai dan keunggulan setiap proyek yang ditawarkan di BSD City. Dengan informasi yang terkini dan terstruktur, karyawan dapat lebih siap dalam menjawab pertanyaan atau menangani diskusi dengan klien, serta lebih percaya diri dalam menjalankan tugas mereka. Elemen-elemen yang ada dalam *company profile* ini juga dapat digunakan sebagai materi presentasi untuk mendukung promosi dan pemasaran, memudahkan proses komunikasi internal dan eksternal dalam memaparkan produk dengan lebih efektif dan menarik.

