

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Tahapan pembuatan karya *company profile* dibagi menjadi tiga bagian: pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Tahapan pertama adalah pra-produksi, yang berisi pengumpulan informasi terkait perusahaan. Tahapan kedua adalah proses perencanaan *company profile* yang akan dibuat dan disusun. Tahapan akhir mencakup evaluasi oleh tim internal untuk memastikan bahwa hasil akhir sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

3.1.1 Pra Produksi

Metode Pengumpulan Data

Tahapan ini merupakan langkah awal dalam pembuatan karya *company profile* untuk memperoleh informasi yang akan menjadi dasar penyusunan narasi yang menggambarkan identitas dan nilai perusahaan. Proses pengumpulan data yang mendalam tidak hanya informatif, tetapi juga mencerminkan karakteristik unik perusahaan. Metode pengumpulan data yang dilakukan meliputi observasi dan wawancara untuk menggali informasi yang diperlukan.

1. Observasi

Menurut Sugiyono (2013), observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati objek penelitian secara langsung, baik secara partisipatif (melibatkan diri dalam kegiatan) maupun non-partisipatif (mengamati dari luar). Dalam pembuatan *company profile* untuk RealCo, observasi dilakukan dengan mengunjungi lokasi perusahaan untuk menyaksikan alur kerja di setiap departemen serta interaksi antar karyawan. Selain itu, penulis juga akan mengamati media sosial yang dimiliki perusahaan untuk mendapatkan informasi mengenai profil perusahaan yang telah diunggah sebelumnya.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan melalui percakapan langsung dengan individu-individu kunci di perusahaan, seperti manajer, direktur, atau kepala departemen. Rowley (2017) menjelaskan bahwa wawancara adalah teknik pengumpulan data yang melibatkan interaksi langsung antara peneliti dan informan untuk memperoleh data yang mendalam melalui percakapan yang terstruktur atau semi-terstruktur. Dalam proses pembuatan *company profile* Realco, wawancara bertujuan untuk menggali informasi yang lebih rinci mengenai isi karya yang akan disusun oleh penulis, serta untuk mempelajari budaya perusahaan secara lebih mendalam, agar karya yang dihasilkan dapat selaras dengan nilai-nilai dan karakter perusahaan. Berikut adalah daftar narasumber yang akan diwawancarai oleh penulis:

- ST: *Human Resources Manager*
Human Resources Manager adalah posisi tertinggi yang bertanggung jawab untuk memberikan izin terkait pembuatan karya. Penulis memilih narasumber ini karena ia dapat menyediakan informasi yang relevan untuk karya yang akan dibuat, mengingat karya tersebut akan diserahkan kepada tim HR untuk mendukung upaya *corporate branding*.
- YG: *Creative Lead*
Creative Lead adalah *graphic designer* yang bertanggung jawab untuk membuat konten visual yang diunggah di media sosial RealCo. Alasan penulis memilih narasumber ini dikarenakan ia memiliki pemahaman mendalam tentang desain yang selaras dengan identitas perusahaan, sehingga dapat memberikan saran dan informasi mengenai desain karya agar mencerminkan nilai-nilai perusahaan.

3.1.2. Rencana Produksi

Metode Perancangan Karya

Pada tahap perancangan karya, informasi yang telah dikumpulkan disusun dalam format yang sesuai dengan kebutuhan audiens dan tujuan perusahaan. Tahapan ini berisikan desain dan tata letak karya disiapkan dengan mempertimbangkan elemen visual, seperti tipografi, warna, dan *layout*. Selain itu, pembuatan karya seperti teks, gambar, dan grafis juga dilakukan di tahap ini. Penekanan diberikan pada keterbacaan, konsistensi, dan daya tarik visual agar *company profile* mudah dipahami dan menarik bagi audiens.

a. Menetapkan tujuan pembuatan karya

Setelah memperoleh data dari hasil wawancara dengan narasumber, penulis menetapkan bahwa tujuan pembuatan karya ini adalah sebagai media promosi B2B di pasar internasional, sejalan dengan tujuan RealCo yang ingin melakukan ekspansi ke luar negeri. Selain itu, karya ini juga berfungsi sebagai upaya *branding* agar RealCo semakin dikenal oleh masyarakat luas.

b. Menetapkan target audiens

Klien B2B, seperti distributor dan pengecer, memerlukan informasi tentang produk, layanan, serta keunggulan kompetitif RealCo untuk menilai potensi kerja sama. Berikut adalah target audiens yang dituju:

- Gender: Laki-laki dan Perempuan
- Umur: 38-53 tahun (Generasi X)
- SES level: A dan B
- Geografi: Asia Tenggara (Singapura, Malaysia, Thailand)
- Psikografi: Mengutamakan inovasi, keberlanjutan, kualitas produk yang dapat memenuhi standar internasional dan tertarik dengan nilai etika bisnis yang kuat dan dapat beradaptasi dengan tren industri yang cepat berubah.

c. Menetapkan media

Berdasarkan hasil wawancara, media yang digunakan adalah media digital berbentuk PDF. Pembentukan *company profile* dalam format digital mudah diakses dan dibagikan melalui email atau platform digital lainnya,

memungkinkan audiens untuk mengunduh dan menyimpan informasi penting dengan mudah. Media digital juga memungkinkan pembaruan yang cepat dan efisien, sehingga informasi terbaru tentang perusahaan dapat segera disampaikan kepada klien dan mitra. Penggunaan media digital berbentuk PDF tidak hanya meningkatkan aksesibilitas, tetapi juga efisiensi dalam penyampaian informasi.

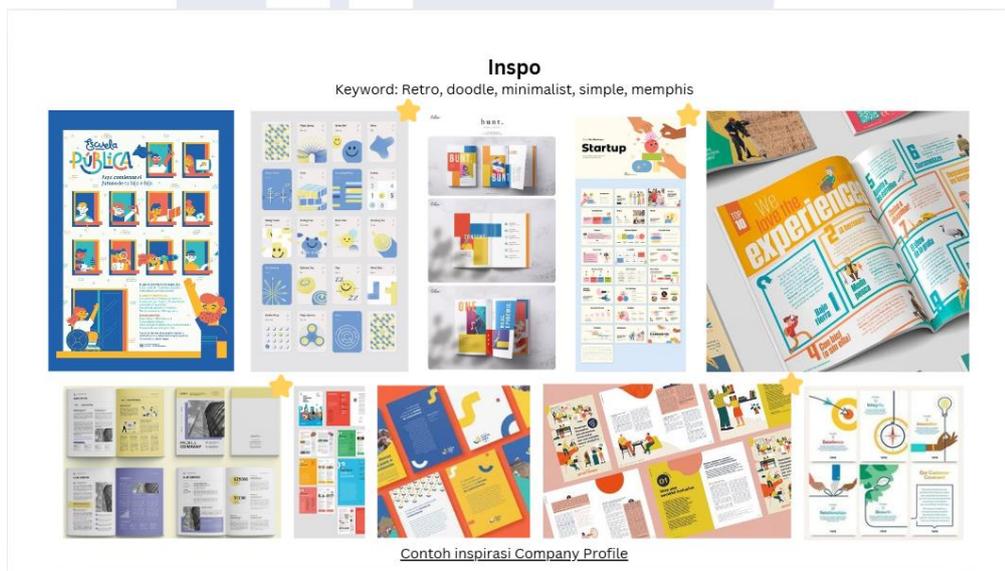
d. Rencana penulisan

Rencana penulisan untuk *company profile* ini akan mengadopsi pendekatan *copywriting* yang informatif, persuasif, dan berfokus pada *brand*. *Copy* yang digunakan akan menekankan nilai-nilai inti perusahaan, layanan yang ditawarkan, serta keunggulan kompetitif yang dimiliki. Dalam penulisan, akan diterapkan gaya bahasa yang jelas dan mudah dipahami, dengan sentuhan *storytelling* untuk menghidupkan narasi perusahaan dan membangun koneksi emosional dengan audiens. Penggunaan *brand copywriting* juga akan digunakan dalam menciptakan identitas yang konsisten dan menarik. Hal ini akan mencakup pemilihan kata-kata yang mencerminkan karakter dan misi perusahaan. Dengan pendekatan ini, diharapkan *copy* yang dihasilkan tidak hanya informatif, tetapi juga mampu memperkuat citra merek dan menginspirasi pembaca untuk berinteraksi lebih lanjut.

Rencana penulisan juga akan menggunakan bantuan dari AI, khususnya Poe. Penggunaan AI dapat membantu menghasilkan ide-ide baru, memberikan saran dalam pemilihan kata yang tepat, serta memastikan bahwa gaya bahasa tetap konsisten. Selain itu, Poe memiliki kemampuan kontekstual yang kuat dan dapat menganalisis audiens dengan mendalam, memberikan rekomendasi yang relevan untuk meningkatkan daya tarik *copy*. Fleksibilitas dalam gaya penulisan dan kemampuan untuk menangkap nuansa emosional juga menjadikan Poe sebagai alat yang sangat berguna. Dengan bantuan teknologi ini, proses penulisan akan lebih cepat dan hasil yang diperoleh lebih optimal, memungkinkan perusahaan untuk mencapai tujuan komunikasi dan pemasaran dengan lebih efektif.

e. Pemilihan referensi

Setelah menganalisis berbagai referensi, penulis memutuskan untuk berpatokan pada visualisasi tema doodle, fun, dan *colorful*. Pemilihan tema ini didasarkan pada kemampuannya untuk menarik perhatian dan menciptakan suasana yang ceria serta menyenangkan. Desain *doodle* memberikan kesan informal dan kreatif, yang cocok untuk menggambarkan dinamika perusahaan yang inovatif. Selain itu, penggunaan warna-warna cerah tidak hanya mampu membangkitkan semangat, tetapi juga membantu menyampaikan pesan dengan lebih efektif. Dengan mengadopsi elemen-elemen ini, diharapkan *company profile* yang dihasilkan dapat mencerminkan identitas perusahaan secara positif dan menarik bagi audiens.



Gambar 3. 1 Referensi Company Profile

Sumber: Olahan Penulis (2024)

f. Pemilihan konsep visual

Company profile RealCo dibuat sedemikian rupa dengan konsep visual yang dimiliki oleh perusahaan. Pemilihan konsep visual dibantu oleh Rahmi selaku desainer perancangan *company profile* dan Yohanes Yogie selaku *graphic designer lead* RealCo. Beberapa elemen konsep visual yang akan digunakan:

- *Font*: *Font* yang akan digunakan adalah Poppins, yang dikenal dengan desainnya yang *modern* dan bersih. Poppins menawarkan berbagai bobot, mulai dari ringan hingga tebal, sehingga memungkinkan penulis untuk menekankan informasi penting sekaligus menjaga konsistensi visual. Gaya huruf yang bulat dan ramah menciptakan kesan yang *approachable*, selaras dengan tema *doodle* dan *fun* yang diusung. *Font* Poppins sebelumnya seringkali digunakan untuk konten RealCo di media sosial.



Gambar 3. 2 Tangkapan layar font Poppins di konten media sosial

Sumber: Tangkapan Layar Instagram @realco.id (2024)

- *Color pallete*: *Color pallete* yang dipilih terdiri dari hijau, kuning, oranye, putih, dan pink. Warna hijau melambangkan pertumbuhan dan keberlanjutan, sementara kuning memberikan kesan ceria dan optimis. Oranye memberikan nuansa hangat dan mengundang, menciptakan suasana yang bersahabat. Putih akan digunakan sebagai warna latar untuk memberikan ruang dan kejelasan, sedangkan pink menambahkan elemen keceriaan dan kreativitas. Kombinasi warna ini tidak hanya menarik secara visual, tetapi juga mencerminkan identitas perusahaan yang dinamis dan inovatif, sesuai dengan yang biasanya digunakan di media sosial RealCo.



Gambar 3. 3 Tangkapan layar skema warna di konten media sosial

Sumber: Instagram @realco.id (2024)

- *Layout*: Format *layout* yang digunakan adalah A4 (21 x 29,7 cm atau 210 x 297 mm). Ukuran ini memungkinkan ruang yang cukup untuk menyajikan informasi secara terstruktur dan jelas. *Layout* akan dirancang agar mudah dibaca dan akan disesuaikan dengan format E-book. *Layout* penulisan yang digunakan dalam *company profile* ini dapat dilihat secara rinci pada Lampiran A.
- *Typography*: *Typography* akan diperkuat dengan penggunaan ukuran font yang bervariasi untuk menandai hierarki informasi. Judul akan menggunakan ukuran yang lebih besar dan tebal untuk menarik perhatian sebesar 200pt, sementara subjudul dan isi teks akan menggunakan ukuran yang lebih kecil tetapi tetap jelas dan mudah dibaca sebesar 60pt.

g. Membuat *draft* penulisan

Tahapan selanjutnya adalah pembuatan *draft* penulisan *company profile* dengan pengumpulan informasi dasar tentang perusahaan yang sudah didapatkan sebelumnya. Penulis menyusun kerangka atau *outline* yang dapat diakses di Lampiran B untuk mengorganisir informasi secara logis, memastikan isi yang jelas dan terstruktur. Kegunaan penulisan *draft* ini sangat

penting karena memudahkan penulis dan desainer dalam mengisi company profile secara sistematis.

Pembuatan *timeline* proses perancangan *company profile* RealCo dengan terperinci yang menggambarkan setiap tahap proses pengembangan dari awal hingga akhir, dengan penentuan waktu yang jelas untuk setiap aktivitas. *Timeline* ini tidak hanya membantu menjaga proyek tetap terorganisir, tetapi juga memudahkan penulis dalam melacak waktu dengan *deadline* pengumpulan yang sudah ditentukan.

Tabel 3. 1 Timeline Perancangan Company Profile

| No. | Kegiatan | Juli | | Agustus | | | | September | | | | Oktober | | | | November | | | | Desember | | | |
|-----|--------------------------------|------|---|---------|---|---|---|-----------|---|---|---|---------|---|---|---|----------|---|---|---|----------|---|---|--|
| | | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | |
| 1 | Penentuan topik | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | Diskusi dengan pihak Realco | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | Riset & pengumpulan data | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | Menyusun brief & layout | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 5 | Menghubungi desainer & diskusi | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 6 | Pembuatan karya | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 7 | Revisi & pengecekan terakhir | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 8 | Pengumpulan | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

3.1.3 Pasca Produksi

Target Luaran/Publikasi/HKI

Target luaran dari penulisan *company profile* ini adalah menghasilkan karya yang tidak hanya informatif, tetapi juga menarik dan mencerminkan identitas perusahaan secara efektif. Publikasi ini diharapkan dapat digunakan sebagai alat promosi untuk meningkatkan visibilitas perusahaan di masyarakat umum, serta menarik perhatian calon klien dan mitra bisnis. Target luaran ini akan memastikan bahwa *company profile* dapat berkontribusi pada penguatan merek dan reputasi

perusahaan di industri, serta memberikan nilai tambah yang berkelanjutan dalam upaya pemasaran dan komunikasi. Selain itu, *company profile* yang dihasilkan juga dapat berfungsi sebagai materi presentasi dalam berbagai kesempatan, seperti pameran, seminar, atau pertemuan bisnis.

3.2. Rencana Anggaran

Rencana anggaran untuk penulisan *company profile* mencakup estimasi biaya yang diperlukan untuk setiap tahap proses, mulai dari penelitian dan pengumpulan informasi hingga desain grafis. Dengan merinci semua komponen anggaran, penulis dapat memastikan penggunaan sumber daya yang efisien dan menghindari pemborosan. Berikut merupakan tabel rencana anggaran yang akan diperlukan oleh penulis:

Tabel 3. 2 Rencana Anggaran

| No. | Keterangan | Biaya |
|-----|----------------------------|--------------|
| 1. | Jasa Graphic Designer | Rp.2.000.000 |
| 2. | Apresiasi untuk Narasumber | Rp.300.000 |
| | Total | Rp.2.300.000 |

Sumber: Olahan Penulis (2024)

