

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1. Tahapan Pembuatan

Berikan uraian proses perancangan dan pembuatan *company profile* ByteDance yang dilakukan melalui beberapa tahapan.

3.1.1. Metode Pengumpulan Data

Tahap awal yang dilakukan dalam perancangan dan penyusunan *company profile* ByteDance adalah proses pengumpulan data. Tahap pengumpulan data adalah salah satu tahap paling penting dalam melakukan suatu penelitian (Sugiyono, 2016). Menurut (Sugiyono, 2016), data dapat dikumpulkan melalui berbagai metode, sumber dan situasi yang berbeda-beda. Dimana data tersebut perlu didapatkan secara detail untuk pembuatan *company profile* ini, agar setiap informasi yang ditampilkan, tidak hanya dapat dipastikan kebenarannya namun juga dapat merepresentasikan ByteDance secara tepat dan jelas sesuai tujuan yang telah ditetapkan.

Menurut Poerwandari (2007) terdapat dua bentuk dokumen yang dapat dijadikan data, yaitu dokumen publik atau resmi dan dokumentasi pribadi. Selain itu menurut Meleong (Herdiansyah, 2010), dokumen publik atau resmi dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu:

1. Dokumen internal: Berupa catatan, hasil rapat, sistem, pengumuman, instruksi suatu perusahaan, organisasi atau lembaga dan sebagainya.
2. Dokumen eksternal: Berupa informasi yang dibuat oleh pihak eksternal, seperti majalah, berita, kora, pernyataan dan sebagainya.

Penulis sendiri melakukan pengumpulan data melalui penelusuran informasi dari website resmi ByteDance, website resmi produk-produk ByteDance dan dokumen internal perusahaan yang berada pada *level* umum. Selain itu, dilakukan juga survei terhadap 40 pengguna aplikasi digital atau platform, pencari kerja atau magang dan mitra *business to business* guna untuk memperoleh tingkat *brand awareness* pengguna akan perusahaan

ByteDance secara langsung. Seperti apakah pengguna mengenal siapa itu ByteDance, apakah pengguna mengetahui bahwa aplikasi-aplikasi yang mereka gunakan merupakan produk ByteDance dan lainnya. Adanya survei ini membantu penulis dalam mencari tahu sejauh mana *brand awareness* ByteDance, serta mencari tahu informasi apa yang tidak diketahui pengguna, sehingga dapat diinformasikan melalui *company profile* ByteDance yang penulis rancang dan buat.

Gambar 3.1 Pertanyaan Survei Mengenai Identitas Pengguna

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Survei dilakukan kepada 40 individu, perempuan dan laki-laki, dan berusia 17-30 tahun. Berikut persona dari pengguna aplikasi digital atau platform, pencari kerja atau magang dan mitra *business to business* responden survei ini.

Tabel 3.1 Persona responden survei

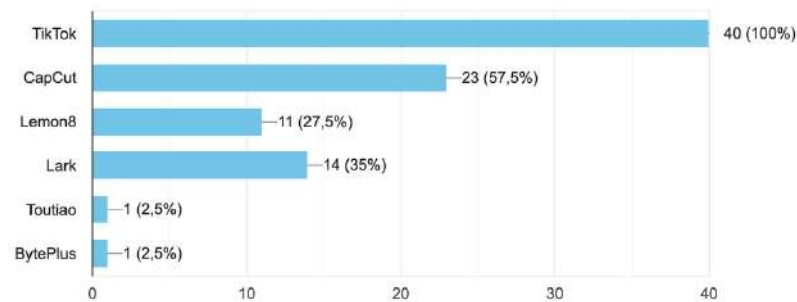
Nama	Anny	Gyu	Ruby
Usia	21	25	30
Pekerjaan	Mahasiswa & Pengguna aktif platform atau aplikasi digital.	Pencari kerja atau magang	<i>Manager marketing</i> di perusahaan <i>partner</i> potensial
Tujuan	Menggunakan aplikasi sebagai hiburan dan kebutuhan sehari-	Mencari informasi perusahaan untuk melamar dan memahami	Menilai potensi kerja sama dengan ByteDance dan

Nama	Anny	Gyu	Ruby
	hari dan mencari konten media sosial untuk melihat dan mengikuti tren.	budaya perusahaan, nilai dan peluang karir.	mengetahui layanan bisnis, solusi teknologi ataupun peluang yang ditawarkan.
Perilaku	Aktif menggunakan aplikasi digital,	Membanding beberapa <i>company profile</i> perusahaan yang dilamar dan membuka situs resmi perusahaan dan aplikasi cari tempat kerja secara rutin.	Melakukan riset perusahaan sebelum bernegosiasi dan membutuhkan informasi akurat untuk pengambilan keputusan bisnis.
Pengetahuan tentang ByteDance	Mengetahui TikTok dan CapCut, namun tidak mengetahui bahwa dua aplikasi tersebut dimiliki oleh ByteDance.	Mengetahui TikTok sebagai salah satu produk yang terkenal namun kurang mengetahui rinci akan visi misi, peluang dan lainnya dari ByteDance.	Mengetahui ByteDance adalah perusahaan global teknologi namun kurang memahami detail portofolio produk atau peluang B2B yang dimiliki.
Kebutuhan	Informasi perusahaan yang mudah dipahami, menarik dan mudah ditemukan.	<i>Company profile</i> yang informatif, lengkap, profesional, dan relevan untuk keperluan karir.	<i>Company profile</i> yang profesional, lengkap dan merepresentasikan perusahaan. Serta memiliki data yang jelas mengenai produk/layanan, pencapaian, dan lainnya.

Pada survei ini, melalui 40 pengguna tersebut, dapat diketahui, apakah beberapa pengguna tersebut yang mewakili *market target* ByteDance mengetahui ByteDance ataupun produk yang dimiliki secara detail. Berikut beberapa pertanyaan yang diajukan di dalam Google Form yang penulis buat dan sebar:

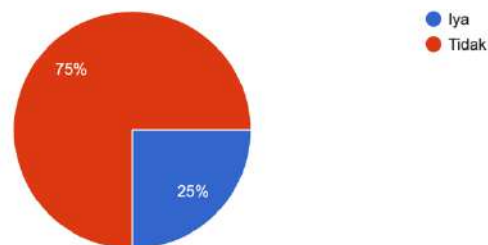
Dari daftar aplikasi dibawah ini, mana saja yang Anda tahu atau pernah gunakan? (boleh pilih lebih dari satu)

40 jawaban



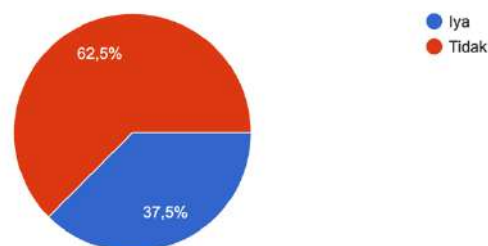
Apakah Anda tahu siapa perusahaan di balik aplikasi-aplikasi tersebut?

40 jawaban



Apakah Anda pernah mendengar "ByteDance"?

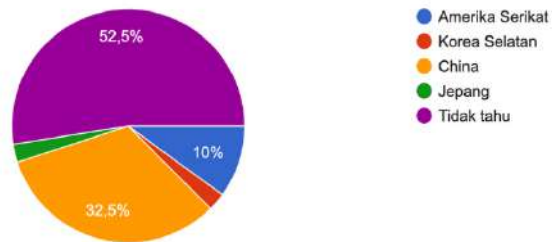
40 jawaban



UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

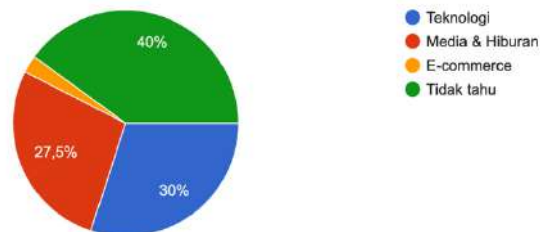
Menurut Anda, ByteDance adalah perusahaan yang berasal dari negara mana?

40 jawaban



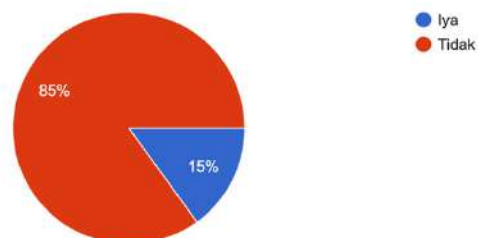
Menurut Anda, ByteDance merupakan perusahaan yang bergerak di bidang apa?

40 jawaban



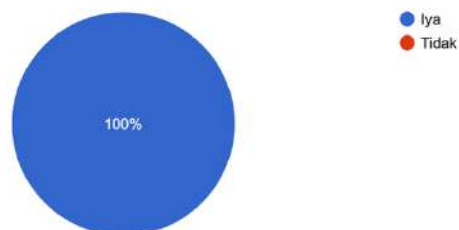
Apakah Anda mengetahui bahwa daftar aplikasi tersebut merupakan produk dari perusahaan ByteDance?

40 jawaban



Menurut Anda, apakah company profile dapat membantu menambah pengetahuan Anda tentang ByteDance secara rinci dan jelas?

40 jawaban



Gambar 3.2 Pertanyaan Survei Mengenai ByteDance

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Hasil survei dari 40 responden tersebut menunjukkan bahwa hanya sebagian dari produk ByteDance yang mereka ketahui dan gunakan. Selain itu survei juga menunjukkan bahwa ByteDance selaku perusahaan pemilik berbagai aplikasi digital populer tersebut tidak diketahui oleh 85% pengguna. Tidak hanya itu dari survei juga menunjukkan 100% bahwa dengan adanya *company profile* yang detail dapat membantu pengguna, audiens, mitra potensial dan pemangku kepentingan lainnya untuk mengetahui dan mengenal ByteDance lebih baik dan dalam lagi.

3.1.2. Metode Perancangan Karya

Setelah memiliki data pendukung dari hasil penyebaran kuesioner dan data perusahaan, dilakukan tahap penyusunan dan perancangan *company profile*. Tahap perancangan karya ini dibagi menjadi tiga tahapan, yaitu *planning*, *organizing & composing*, dan *evaluation* (Kriyantono, 2016). Ketiga tahapan tersebut dilakukan dengan tujuan agar perancangan *company profile* dapat berjalan dengan baik. Berikut lini masa perancangan *company profile* ByteDance:

Tabel 3.2 Lini Masa Perancangan *Company Profile* ByteDance

No	Aktivitas	September				Oktober				November		
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3
1	<i>Planning</i>											
2	<i>Organizing & Composing</i>											
3	<i>Evaluation</i>											

3.1.2.1 *Planning*

Tahap *planning* dimulai dengan menetapkan apa maksud dan tujuan perancangan *company profile* ini. Hal ini penting agar seluruh tahap dan proses perancangan berjalan dengan baik dan sesuai dengan keperluan perusahaan. Dalam konteks ini, *company profile* ByteDance dirancang dengan tujuan untuk meningkatkan *brand awareness*, sekaligus memperkuat citra perusahaan ByteDance. Selain itu, *company profile* ini

juga bertujuan memperkenalkan secara lebih dalam produk serta inovasi teknologi yang dikembangkan oleh ByteDance, yang diharapkan dapat meningkatkan kolaborasi bisnis dan kepercayaan pihak lain. Dimana pada akhirnya, *company profile* ini digunakan sebagai media untuk memperkenalkan perusahaan kepada para pemangku kepentingan, seperti calon mitra kerja, klien potensial, lembaga yang ingin menjalin kerja sama, hingga pihak-pihak industri yang berpotensi kerja sama dengan ByteDance di berbagai sektor teknologi, pemasaran dan media digital.

Setelah menetapkan tujuan, langkah berikutnya adalah menentukan tema dan konsep desain *company profile*, agar selaras dan merepresentasikan citra ByteDance. Sebagai perusahaan teknologi global, ByteDance dikenal memiliki citra yang modern, inovatif dan *tech-centric* dengan penggunaan bahasa Inggris sebagai bahasa komunikasi utamanya. Oleh karena itu, *company profile* ini dirancang dengan mencerminkan konsep tersebut. Selain tema, penyusunan *company profile* juga didasarkan pada *brand guidelines* yang disusun oleh tim kreatif ByteDance sebagai acuan desainer *company profile*. Dokumen *brand guidelines* ini berisi mengenai *font*, bentuk, ilustrasi, warna dan tata letak dari identitas ByteDance. *Brand guidelines* ini menjadi panduan penting agar hasil akhir *company profile* dapat mencerminkan identitas visual perusahaan secara konsisten. Mengikuti *brand guidelines*, warna utama yang digunakan pada *company profile* ini adalah warna biru, turquoise dan putih, yang menggambarkan modern, kreativitas, teknologi dan inovasi. Lalu untuk font sendiri menggunakan tipe “xxx dan yyy”. Kedua font tersebut menggambarkan karakter dari ByteDance, dengan bentuk yang tegas, modern sedikit bulat dan dinamis menggambarkan identitas ByteDance yang modern, inovatif dan kreatif.

Selain font, *layout* juga berperan penting dalam membantu meningkatkan daya tarik visual dan mempermudah pembacaan informasi. Untuk itu, desainer menggunakan *modular grid*, yaitu tata letak yang membagi halaman menjadi enam hingga tujuh kolom. *Grid* ini

mempermudah peletakan dan pembacaan informasi, karena dapat ditulis pada bagian-bagian kecil, sehingga memberikan hasil visual yang seimbang dan menarik. *Company profile* ByteDance dibuat dalam format digital, yaitu dokumen PDF. Pemilihan format ini disesuaikan dengan karakter ByteDance yang berbasis teknologi dan menjalankan sebagian besar kegiatan komunikasi serta kolaborasinya secara online. Hal ini juga dikarenakan format PDF dapat memberikan informasi yang lengkap dan disertai elemen visual seperti gambar, ilustrasi, dan infografis tanpa menghilangkan kualitas tampilan *company profile* nya. Selain itu, *company profile* digital memiliki nilai tambah dari segi efisiensi dan fleksibilitas karena dapat diakses dan dibagikan secara mudah melalui berbagai platform daring. Meskipun begitu, file digital *company profile* ByteDance juga dapat dicetak dalam bentuk *hard copy* jika suatu saat diperlukan saat pertemuan tatap muka dengan pemangku kepentingan.

3.1.2.2 Organizing & Composing

Setelah seluruh materi dan data perusahaan terkumpul pada saat tahap perancangan, tahap yang dilakukan selanjutnya adalah *organizing & composing*. Bertujuan untuk merancang struktur isi konten yang akan digunakan dalam *company profile*. Selama penyusunan *company profile* ByteDance, peran saya adalah sebagai *Creative Director* yang tidak hanya berfokus pada memimpin proses kreatif, tetapi juga penyusunan isi konten, penentuan gaya visual dari *company profile*, pemilihan warna, font, elemen dan lainnya yang disesuaikan dengan *brand guideline* ByteDance. Saya memastikan seluruh elemen hingga informasi sesuai dengan citra dan karakter perusahaan.

Dalam perancangan ini, saya mengarahkan satu orang *graphic designer* yang bekerja bersama membantu desain *company profile* ini. Saya memberikan arahan teknis maupun estetika, serta memastikan setiap desain yang dihasilkan sesuai dengan standar dan karakter ByteDance. Proses revisi juga saya pimpin secara langsung, setiap kali terdapat evaluasi dari saya sendiri maupun masukan dari pihak lain, saya menyampaikan revisi yang

diperlukan kepada *graphic designer* agar dapat diimplementasikan dan direvisi dengan tepat. Dengan mengawasi perancangan ini dari tahap awal hingga finalisasi, saya memastikan *company profile* yang dirancang tidak hanya informatif dan komunikatif, tetapi juga merepresentasikan identitas ByteDance secara visual. Berikut adalah beberapa contoh saya mengarahkan *graphic designer* dalam proses perancangan *company profile* ini.



Gambar 3.3 Proses pengarahan *Graphic Designer*

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Dalam tahap ini, *draft* awal isi *company profile* disusun menggunakan aplikasi Canva. *Draft* tersebut berisi rencana konten yang

akan diinput, yaitu paragraf penjelasan, data perusahaan dan informasi pendukung lainnya. Dikarenakan *company profile* adalah salah satu alat komunikasi yang bersifat formal dan akan digunakan untuk menyampaikan informasi lengkap kepada pihak eksternal, *company profile* ByteDance perlu disusun secara jelas, lengkap dan formal. Data yang diperoleh dari ByteDance ditulis dalam bahasa Inggris yang bersifat formal, tetapi tetap komunikatif dan mudah dipahami (*friendly formal tone*) serta sudah disetujui untuk digunakan. Setiap bagian teks dikembangkan menjadi paragraf deskriptif yang menjelaskan informasi perusahaan. Teks tersebut kemudian diberikan kepada desainer untuk dimasukkan secara langsung dalam desain akhir *company profile*. Berikut contoh hasil penulisan isi konten *company profile* yang telah dibuat.

THE COMPANY - BYTEDANCE:

Founded in 2012 by Yiming Zhang and Rubo Liang, ByteDance emerged from the vision of leveraging the fast-growing mobile internet to create platforms that could enhance everyday life. The company's first major breakthrough came with the launch of Toutiao in August 2012, a content discovery platform that quickly gained popularity. Building on that success, ByteDance introduced Douyin in September 2016, marking its entry into the short-form video market.

A year later, ByteDance expanded its global footprint with the release of TikTok, its international short video platform, which rapidly gained traction across Southeast Asia and beyond. In November 2017, ByteDance acquired Musically and later integrated it with TikTok, solidifying TikTok's position as the leading destination for short-form mobile videos worldwide.

Guided by its mission to *Inspire Creativity and Enrich Life*, ByteDance continues to make it simple and enjoyable for users to create, share, and engage with content. The company offers a diverse portfolio of more than a dozen products and services, including TikTok, CapCut, TikTok Shop, Lark, Pico, and Mobile Legends: Bang Bang. In China, its ecosystem includes platforms such as Toutiao, Douyin, Fanqie, Xigua, Feishu, and Douyin E-commerce.

Today, ByteDance employs over 150,000 people across nearly 120 cities worldwide, with offices in major hubs such as Austin, Barcelona, Beijing, Berlin, Dubai, Dublin, Hong Kong, Jakarta, London, Los Angeles, New York, Paris, Seattle, Seoul, Shanghai, Shenzhen, Singapore, and Tokyo.

COMPANY APPROACH - GROWTH:

At ByteDance, we intentionally maintain a flat organizational structure with minimal emphasis on titles or hierarchy. This approach encourages open communication, faster information flow, and a more **inclusive environment** where ideas can come from anyone, regardless of role, which ultimately encourages innovation.

Employees often say this helps them access relevant context more easily and make better-informed decisions. It also speeds up collaboration and innovation by removing unnecessary hierarchy and making it easier to connect and contribute across teams.

Focusing less on titles does not equal limited growth.

We also believe that growth at the company isn't one dimensional. Employees have the chance to broaden their experience and grow within their roles. Our teams are constantly evolving, and every day brings new opportunities to learn and develop.

Gambar 3.4 Draft Isi *Company Profile*

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Struktur isi *company profile* ByteDance dimulai dengan *table of contents* yang memberikan gambaran umum mengenai bagian-bagian yang terdapat di dalamnya. Selanjutnya terdapat kata sambutan dari pendiri & CEO ByteDance sebagai bentuk pengenalan dan pembuka dokumen. Bagian berikutnya berisi informasi umum perusahaan, seperti profil singkat ByteDance, visi dan misi perusahaan, *milestones* yang telah diraih dan lainnya. Kemudian, terdapat *company* informasi mengenai organisasi dan budaya perusahaan, termasuk struktur manajemen, lingkungan kerja dan nilai-nilai yang dipegang. Selain itu, terdapat bagian yang menjelaskan produk dan layanan unggulan ByteDance, seperti TikTok, CapCut, dan berbagai platform digital lainnya serta kolaborasi strategis yang pernah dilakukan perusahaan di tingkat global. Bagian penutup *company profile* menampilkan informasi kontak perusahaan dan akun media sosial resmi ByteDance. Tujuannya adalah untuk memudahkan pembaca, mitra bisnis, dan calon kolaborator dalam menjalin komunikasi lebih lanjut dengan perusahaan.

Untuk menjaga kerapian proses penulisan dan memastikan semua bagian tersusun dengan baik, penulis menyusun struktur konten perancangan *company profile* ByteDance. Struktur ini berfungsi sebagai panduan urutan isi yang akan diisi serta alat untuk bantu cek perkembangan pekerjaan desainer dalam mendesain *company profile*. Struktur tersebut mencakup seluruh halaman *company profile* mulai dari *cover*, halaman logo perusahaan, bagian pengantar, isi utama, hingga halaman penutup. Dengan adanya struktur ini, setiap bagian yang telah selesai dapat ditandai, sedangkan bagian yang belum selesai dapat segera dipantau.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRUCTURE			
Page Number	Title	Content	Progress
-	Front Cover	ByteDance Company Profile 2025 + Image	
-	Front Cover (back)	ByteDance Logo	
-	Keywords	Do great things with the right people	
-	Table of Contents	Table of Contents + Image	
1-2	Words From Founder of ByteDance	Founder Image + Words	
3-4	Words From Co-Founder & CEO of ByteDance	Co-Founder & CEO Image + Words	
5	The Company	Where it all began	
6	The Company	ByteDance	
7	The Company	Do great things with great people	
8	The Company	ByteDance Logo	
9	The Company	Story Behind of ByteDance Logo	
10	Our Approach	Vision & Mission + Image	
11	Our Approach	Growth + Image	
12	Company Milestones	Milestones Part 1	
13	Company Milestones	Milestones Part 2	
14	People Behind ByteDance	Board Members	
15	People Behind ByteDance	Investors	
16-17	People Behind ByteDance	Company Structure	
18	Work at ByteDance	Code of Conduct	
19-20	Work at ByteDance	Our Teams + Image	
21	Work at ByteDance	Locations + Image	
22-23	Life at ByteDance	Culture - ByteDance Values "ByteStyles" + Image	
24-26	Life at ByteDance	Culture - Leadership Principles	
26	Life at ByteDance	Company Event + Image	
27-28	ByteDancers	Company Program + Image	
29	ByteDancers	Colleagues Testimony - What It's Like To Work in ByteDance	
30	Product Concept	<ul style="list-style-type: none"> Product Concept + Image TouTiao + Image 	
33	ACHIEVEMENT	ACHIEVEMENT OF BYTEDANCE +	
35	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> World's fastest growing startup Instagram + Image 	
37	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Facebook + Image Donorbox + Image 	
39	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> OCWU EURLINE + Image Removal + Image 	
39	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Bico + Image ELSO + Image 	
39	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> ByteStyle + Image AdSense EURLINE + Image 	
39-31	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Mission Statement TikTok 2020 + Image 	
39	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Carbont + Image Donorbox + Image 	
33-34	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Life at TikTok - Mission TikTok + Image 	
35	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Facebook + Image Donorbox + Image 	
37	Our Products	<ul style="list-style-type: none"> Facebook + Image Instagram + Image 	
44	Be Part of Our Journey	ByteDance & TikTok Website Link	
45	Partnership & Collaboration	Email & Social Media Accounts	
-	Back Cover	Image	
-	Back Cover (Back)	Image	

Gambar 3.5 Struktur Isi *Company Profile* ByteDance

Sumber: Dokumen Penulis (2025)

Tidak lupa, elemen visual menjadi salah satu elemen penting untuk memperkuat pesan dan informasi yang disampaikan dalam *company profile*. Oleh karena itu, digunakan berbagai gambar dan ilustrasi tambahan agar

penjelasan informasi lebih menarik dan mudah dipahami pembaca. Seluruh foto dan elemen visual yang digunakan berasal dari ByteDance. Dengan penerapan elemen visual pendukung ini, *company profile* ByteDance diharapkan tidak hanya informatif, tetapi juga menarik secara visual, dan konsisten dengan identitas ByteDance. Serta mampu menampilkan citra perusahaan sebagai perusahaan teknologi global yang modern, inovatif dan profesional.

3.1.2.3 Evaluation

Selama proses perancangan, penulisan hingga penyusunan *company profile* ByteDance, dilakukan tahap evaluasi dengan tujuan untuk memastikan bahwa hasil akhir *company profile* ByteDance telah sesuai dengan kebutuhan komunikasi perusahaan serta memenuhi standar visual dan informasi yang diharapkan. Evaluasi dilakukan dengan cara melakukan *update* secara berkala bersama pihak internal perusahaan, yaitu perwakilan dari divisi *Human Resources* (HR) yang berperan sebagai pembimbing dalam proses pengumpulan data dan penyusunan *company profile* ByteDance ini. Selain itu juga dilakukan bimbingan dan evaluasi bersama dosen pembimbing dan dua ahli profesional di bidang seni dan desain (DKV), dimana salah satunya bekerja sebagai tim desainer ByteDance. Masukan dari beberapa pihak tersebut kemudian dijadikan acuan untuk melakukan revisi. Revisi yang berkaitan dengan konten akan dicek oleh penulis dan jika dari sisi visual, akan disampaikan kepada desainer yang menangani penyusunan desain *company profile*.

Setelah tahap evaluasi dan *company profile* dipublikasikan kepada publik, dilakukan evaluasi terakhir yang melibatkan publik dan pemangku kepentingan untuk menilai efektivitas hasil akhir *company profile* ByteDance. Evaluasi ini dilakukan dengan menggunakan Google Form, yang disebarakan kepada responden yang sebelumnya telah berpartisipasi dalam survei awal mengenai tingkat *brand awareness* terhadap ByteDance sebelum *company profile* disebarluaskan. Langkah ini bertujuan untuk mengukur secara langsung dampak *company profile* terhadap peningkatan

pemahaman audiens akan identitas dan kegiatan perusahaan. Hasil dari evaluasi ini diharapkan dapat menunjukkan adanya peningkatan *brand awareness* terhadap perusahaan ByteDance di kalangan target audiens dan para pemangku kepentingan. Selain itu, diharapkan juga mampu memberikan gambaran yang rinci mengenai profil perusahaan, produk serta nilai-nilai yang diterapkan oleh ByteDance.

3.2. Rencana Anggaran

Dari proses perencanaan sampai dengan pembuatan *company profile* ByteDance, diperlukan biaya untuk memaksimalkan hasil akhir dari *company profile* ByteDance. Berikut merupakan rincian perencanaan biaya yang diperlukan penulis:

Tabel 3.3 Rencana Anggaran Pembuatan *Company Profile* ByteDance

No.	Keterangan	Jumlah	Biaya Satuan	Total
1	Jasa <i>graphic designer</i>	1 orang	Rp1.500.000	Rp1.500.000
2	Cetak <i>company profile</i>	3 buku	Rp300.000	Rp900.000
Total Keseluruhan				Rp2.400.000

Seluruh biaya pada tabel di atas adalah rincian perencanaan biaya yang akan dikeluarkan selama proses perancangan *company profile* ByteDance. Biaya yang paling utama digunakan untuk membayar jasa *graphic designer* selaku desainer yang membantu dalam mendesain *company profile* ByteDance. Lalu biaya terakhir adalah biaya cetak *company profile* yang dibutuhkan untuk keperluan sidang tugas akhir.

3.3. Target Luaran/Publikasi/HKI

Company profile ByteDance akan disediakan dalam format digital dokumen PDF (*soft copy*). Namun tidak menutup kemungkinan untuk perusahaan membuat dalam format cetak (*hard copy*). Karena versi cetak dapat digunakan untuk keperluan pertemuan langsung atau tatap muka dengan para pemangku kepentingan, seperti pertemuan bisnis, kegiatan pemasaran, maupun acara kerja sama. Dalam hal ini, *company profile* berbentuk buku cetak berfungsi untuk memberikan kesan profesional serta kredibel, karena dapat dilihat dan dibaca secara langsung oleh para pemangku kepentingan.

Sementara itu, versi digital PDF akan digunakan dalam pertemuan online, seperti melalui Zoom, Google Meet, atau aplikasi digital lainnya. Format ini juga memungkinkan *company profile* ByteDance untuk dibagikan dengan mudah melalui surat elektronik atau pesan secara online. Sehingga akan mempermudah proses komunikasi antar negara dan divisi, terlebih karena ByteDance merupakan perusahaan global yang menjalankan sebagian besar aktivitasnya secara online. Kedua format ini dapat memaksimalkan penggunaan *company profile* dalam berbagai situasi.

Sebagai perusahaan teknologi global yang menaungi berbagai aplikasi digital ternama seperti TikTok, CapCut, dan Lark, ByteDance memiliki potensi kolaborasi yang luas dari berbagai industri. Target utama dari penggunaan *company profile* ini meliputi:

1. Perusahaan teknologi dan media: Untuk menjalin kerja sama dalam bidang pengembangan produk digital atau distribusi konten.
2. Mitra bisnis potensial: Dari industri kreatif, pendidikan, maupun industri hiburan, yang dapat berkolaborasi dalam pengembangan fitur, kampanye digital, atau kegiatan promosi bersama ByteDance ataupun produk dibawah naungannya.
3. Pemerintah dan lembaga atau organisasi masyarakat: Untuk mendukung inisiatif sosial, pendidikan, dan ekonomi yang sesuai dengan misi ByteDance untuk memberdayakan kreativitas global.
4. Investor dan pemangku kepentingan internasional: Sebagai bentuk transparansi dan profesionalisme dalam memperkuat kepercayaan publik terhadap citra perusahaan ByteDance.

Dengan adanya *company profile* ini, ByteDance diharapkan dapat memperkenalkan perusahaan, lini produknya, memperluas jaringan kolaborasi serta memperkuat posisi perusahaan di pasar global, serta menegaskan identitas ByteDance sebagai perusahaan teknologi yang maju dan inovatif.