

BAB III

METODOLOGI PERANCANGAN KARYA

3.1 Tahapan Pembuatan

Pembuatan *company profile* Panbil Industrial Estate dilakukan dengan memanfaatkan data kredibel untuk mendukung proses perancangan yang baik. Maka dari itu, metode dalam pembuatan karya diperlukan, yakni metode pengumpulan data dan metode perancangan karya.

3.1.1 Metode Pengumpulan Data

Tahap ini menjadi tahap untuk mengumpulkan data-data yang relevan dengan isi dari *company profile* yang dirancang dan juga mengenai format dan tampilan dari *company profile*. Adanya isi dan tampilan dalam karya ini tentunya harus disesuaikan dengan kebutuhan dan tema yang digunakan oleh perusahaan. Hasil dari data yang didapatkan kemudian akan menjadi acuan untuk membuat *company profile*.

Terdapat dua data utama yang perlu didapatkan dalam pembuatan *company profile* ini. Pertama adalah mengenai kegunaan dan bagaimana biasanya tim marketing memanfaatkan *company profile* untuk melakukan promosi, yang mana hal ini diperlukan untuk penyesuaian isi. Kedua adalah mengenai tampilan dari *company profile* untuk menyesuaikan dengan tema dan gaya bahasa merek Panbil Group. Terkait isi yang menjadi materi, seperti visi, misi, prestasi, klien, dan lainnya, disesuaikan dengan *company profile* yang sudah ada karena tidak mengalami perubahan.

3.1.1.1 Wawancara

Wawancara menjadi metode pengumpulan data pertama yang dilakukan oleh penulis. Menurut Trivaika et. al (2022), wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan secara tatap muka dan tanya jawab langsung oleh pengumpul data atau peneliti kepada narasumber atau sumber data. Sedangkan menurut Saroso dalam Yusra et al (2021), wawancara adalah teknik yang memungkinkan penulis mengumpulkan data yang beragam dari narasumber dalam berbagai situasi dan konteks.

Biasanya ini menjadi alat yang paling banyak digunakan untuk mengumpulkan data penelitian kualitatif.

Dalam perancangan ini, penulis melakukan wawancara kepada dua narasumber. Pengajuan pertanyaan dilakukan untuk mendapatkan data mencakup penggunaan *company profile* oleh tim *marketing* dan bagaimana penyusunan *company profile* yang sesuai dengan gaya merek (*tone of voice*) dari Panbil Industrial Estate. Wawancara akan dilakukan secara individual dan didokumentasikan melalui rekaman suara. Rekaman suara ini juga akan menjadi bahan untuk transkrip hasil wawancara guna memastikan keakuratan data yang didapatkan. Adapun data yang diperoleh dari teknik pengumpulan data berupa wawancara ini digunakan untuk menyusun *company profile* sesuai kebutuhan tim *marketing* dan sesuai dengan gaya merek Panbil Industrial Estate. Berikut adalah narasumber yang akan diwawancara oleh penulis.

Tabel 3.1 Narasumber Perancangan Karya

No.	Nama	Jabatan	Topik
1.	Widya Kezia Caroline Marbun	<i>Staff Marketing</i> Panbil Industrial Estate	Penyesuaian <i>company profile</i> dengan kebutuhan aktivitas <i>marketing</i> (substansi).
2.	Hanna Kurniawati	Corporate Marketing Communication Manager Panbil Group	Penyesuaian <i>company profile</i> dengan gaya merek (sistematika).

Sumber: Olahan Pribadi, 2025

Wawancara kepada kedua narasumber tersebut dilakukan pada 19 Oktober 2025. Berikut adalah pertanyaan yang akan diajukan kepada narasumber.

Judul: Perancangan Company Profile Panbil Industrial Estate sebagai Media Promosi
Pertanyaan terkait Substansi untuk Kebutuhan Promosi

No.	Pertanyaan	Keterangan
1	Bagaimana peran <i>company profile</i> ini dalam strategi promosi perusahaan secara keseluruhan?	misal: memperkenalkan perusahaan untuk membantu usaha promosi kawasan industri panbil
2	Siapa target audiens utama <i>company profile</i> ini (misalnya calon tenant, investor, pemerintah, mitra bisnis)?	
3	Apa pesan utama (key message) yang ingin disampaikan melalui <i>company profile</i> ini?	misal: keunggulan investasi di PIE, keunggulan investasi di Batam, testimoni (karena testimoni jadi tools berguna misalnya)

Gambar 3.1 Pertanyaan Wawancara Substansi Compro (1-3)

Sumber: Dokumen Penulis, 2025

4	Bagian atau bab apa saja yang dianggap paling penting untuk dimasukkan dalam company profile Panbil Industrial Estate?	<p>Berikut adalah isi compro secara umum dan juga sesuai dengan compro Panbil, kecuali yang dibatalkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah perusahaan - Filosofi perusahaan - Budaya Perusahaan - Produk atau jasa perusahaan - Visi, misi, komitmen, dan strategi perusahaan - Prestasi dan Keunggulan perusahaan - Kata Sambutan Pimpinan - Gambaran tentang SDM perusahaan - Alamat perusahaan dan cabangnya - Proses pengembangan perusahaan - testimonial client - client (tenants) <p>Pada compro PIE terdapat informasi terkait denah, Lot. Untuk kenyamanan bersama, peneliti tidak akan memasukkan informasi terkait sama sekali.</p>
5	Bagaimana proses pengumpulan data dan verifikasi informasi yang digunakan dalam company profile?	misal: hanya disesuaikan dengan pengetahuan dari pengalaman kerja staff, nantinya akan diverifikasi kepada atasan
6	Apa bagian yang paling mewakili "daya jual" Panbil Industrial Estate menurut Bapak/Ibu?	misal: menunjukkan perusahaan terkemuka yang sudah menjadi client, dan testimonial, kemudian tentang lokasi yang sangat strategis dan merupakan kawasan terintegrasi

Gambar 3.2 Pertanyaan Wawancara Substansi Compro (4-6)
Sumber: Dokumen Penulis, 2025

Judul: **Perancangan Company Profile Panbil Industrial Estate sebagai Media Promosi**
Pertanyaan terkait Sistematika Penulisan Company Profile

No.	Pertanyaan	Keterangan
1	Nilai atau karakter seperti apa yang ingin ditampilkan dari Panbil Industrial Estate melalui company profile ini?	Karena kalau saya lihat dari company profile yang ada, yakni compro Panbil Group dan compro PIE terdahulu, keduanya bersifat simple dan cenderung temanya jauh dari kata "santai", melainkan lebih tegas. Apakah memang ada kesan yang ingin ditekankan?
2	Apakah ada strategi terkait ilmu komunikasi secara khusus yang digunakan?	Misalnya secara substansi , selain daripada menyampaikan informasi tertentu, melalui compro juga ingin menekankan identitas perusahaan (corcomm) dan secara sistematis berhubungan dengan marcomm (art and copywriting, persuasive communication)
3	Bagaimana proses penentuan konsep desain, gaya visual, dan warna utama dalam company profile?	misal: sesuai dengan brand guideline atau misalnya kembali pada tema atau sistematis compro yang sudah ada (cenderung tegas, polos, simple, tidak banyak elemen)
4	Apakah ada pertimbangan untuk menyesuaikan company profile ini dengan instrumen tren digital (misalnya e-brochure, versi website, atau video)?	misal: menyesuaikan dengan website panbil group yang jg memang polos, dan seluruh isi-isi materi compro juga menggunakan informasi yang sama dengan website.
5	Menurut Ibu, apa saja informasi yang penting dalam company profile, di luar dari kegunaannya untuk media promosi?	<p>Berikut adalah isi compro secara umum dan juga sesuai dengan compro Panbil, kecuali yang dibatalkan</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sejarah perusahaan - Filosofi perusahaan - Budaya Perusahaan - Produk atau jasa perusahaan - Visi, misi, komitmen, dan strategi perusahaan - Prestasi dan Keunggulan perusahaan - Kata Sambutan Pimpinan - Gambaran tentang SDM perusahaan - Alamat perusahaan dan cabangnya - Proses pengembangan perusahaan - testimonial client - client (tenants) <p>Pada compro PIE terdapat informasi terkait denah, Lot. Untuk kenyamanan bersama, peneliti tidak akan memasukkan informasi terkait sama sekali.</p>

Gambar 3.3 Pertanyaan Wawancara Sistematika Compro
Sumber: Dokumen Penulis, 2025

Data dan informasi yang didapatkan dari hasil wawancara dari narasumber akan dijadikan sebagai acuan dalam membuat *company profile* yang kegunaannya berdasarkan pada keperluan perusahaan.

3.1.1.2 Studi Pustaka

Untuk melengkapi pengumpulan data yang dilakukan, penulis juga akan menggunakan metode studi pustaka. Menurut Iwan dalam Sukma (2024), studi pustaka adalah suatu usaha yang dilakukan oleh peneliti untuk menghimpun informasi yang berkaitan dengan masalah atau topik yang akan diteliti. Informasi tersebut bisa didapatkan dari buku-buku ilmiah, laporan, karangan ilmiah, laporan penelitian, tesis, disertasi, ensiklopedia, dan sumber lainnya baik cetak ataupun elektronik.

Selain itu, studi pustaka menurut Evenirosa et al (2022), adalah metode untuk memperoleh data berdasarkan fakta-fakta konseptual maupun teoritis bukan berdasarkan persepsi peneliti. Umumnya metode studi pustaka ini digunakan dalam penelitian yang bersifat kualitatif.

Dalam perancangan karya ini, penulis menggunakan metode pengumpulan data ini dengan merujuk pada laporan perancangan terdahulu karya sejenis dan buku-buku terkait penulisan sebuah *company profile*. Selain itu, sumber-sumber terkait dengan keilmuan pada Ilmu Komunikasi juga menjadi objek dalam metode pengumpulan data ini. Data dan informasi yang didapatkan dari metode ini digunakan penulis sebagai acuan dan pembandingan dengan data dan informasi yang diperoleh dari narasumber melalui metode wawancara.

3.1.2 Metode Perancangan Karya

Dalam merancang *company profile* Panbil Industrial Estate, penulis membagi proses perancangan dalam tiga tahap, yakni pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Berikut adalah penjelasan setiap tahapnya.

3.1.2.1 Tahap Pra-Produksi

Tahap ini menjadi tahap pertama, sekaligus menjadi fondasi utama sebelum proses produksi atau pengerjaan *company profile*. Tujuan dari

tahap ini adalah untuk memastikan seluruh proses berjalan dengan terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dikomunikasikan oleh perusahaan. Berikut adalah fokus utama dalam tahap pra-produksi

a. Penetapan Tujuan dan Target Audiens

Berdasarkan data dan informasi yang telah didapatkan melalui wawancara dan studi pustaka pada tahap pengumpulan data, penulis menetapkan secara pasti kebutuhan, tujuan, dan pesan utama dalam *company profile* sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Kebutuhan, tujuan, dan pesan utama yang ingin disampaikan oleh Panbil Industrial Estate dalam *company profile* adalah *positioning* Panbil Industrial Estate sebagai kawasan industri yang modern, terintegrasi, dan strategis di Batam. Panbil Industrial Estate tidak hanya menawarkan lahan industri, tetapi juga lingkungan bisnis yang lengkap, sehingga akan sangat mendukung produktivitas calon investor yang menjadi target audiens dalam pemanfaatan *company profile* ini.

b. Rubrikasi dan Rancangan Paginasi

Setelah tujuan dan target audiens ditetapkan, penulis menyusun rubrikasi dan rancangan paginasi sebagai dasar perencanaan isi *company profile*. Rubrikasi disusun untuk memastikan alur informasi tersampaikan secara sistematis, informatif, dan persuasif. Rancangan paginasi disesuaikan dengan kebutuhan konten dan karakter perusahaan, sehingga setiap halaman memiliki fungsi komunikasi yang jelas.

c. Referensi dan Rancangan Layout

Pada tahap ini, penulis menentukan referensi visual dan rancangan layout sebagai acuan desain. Referensi diperoleh dari *company profile* Panbil Group, *company profile* Panbil Industrial Estate sebelumnya, serta studi pustaka terkait desain *company profile* B2B. Rancangan layout disesuaikan dengan identitas merek Panbil Industrial Estate dan dirancang untuk mendukung keterbacaan serta penyampaian informasi secara visual.

d. Tim Redaksi, Anggaran, dan Timeline

Dalam perancangan *company profile* ini, penulis berperan sebagai perancang utama yang bertanggung jawab atas penyusunan konten, copywriting, dan desain. Untuk mendukung kualitas visual, penulis merencanakan konsultasi dengan graphic designer profesional. Selain itu, penulis juga menyusun rencana anggaran dan estimasi waktu pengerjaan sebagai bagian dari perencanaan produksi. Berikut adalah linimasa dari produksi karya yang dilakukan oleh penulis.

No	Tahap Produksi	September					Oktober					November					Desember				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
PRA-PRODUKSI																					
1	Penetapan Tujuan dan Target Audiens																				
2	Rubrikasi dan Rancangan Paginasi																				
3	Referensi dan Rancangan Layout																				
PRODUKSI																					
4	Pengumpulan Data dan Dokumentasi																				
5	Rubrikasi Isi dan <i>Copywriting</i>																				
6	Layout dan Desain Visual																				
7	Editing																				
PASCA PRODUKSI																					
8	Final Proofread dan Distribusi																				
9	Evaluasi dan Revisi																				

Gambar 3.4 Linimasa Produksi Karya
Sumber: Dokumen Penulis, 2025

3.1.2.2 Tahap Produksi

Tahap produksi menjadi tahap inti dalam pembuatan *company profile* untuk Panbil Industrial Estate. Hasil akhir dari tahap ini adalah *company profile* Panbil Industrial Estate dengan konsep sesuai dengan perencanaan yang telah dilakukan. Berikut adalah kegiatan yang dilakukan dalam tahap pengerjaan.

a. Pengumpulan Data dan Dokumentasi

Penulis dalam hal ini mengumpulkan data-data dan dokumentasi untuk isi *company profile*. Adapun data ini berasal dari *company profile* Panbil Group, *company profile* Panbil Industrial Estate (PIE) sebelumnya, *website* panbil.com dan data dari *marketing staff* untuk PIE. Sedangkan untuk dokumentasi, penulis mendapatkan foto-foto PIE dari *staff marketing communication*, atas izin Marketing Manager

Panbil Industrial Estate dan Corporate Marketing Communication Manager.

b. Rubrikasi Isi dan *Copywriting* Informasi *Company Profile*

Penulis menyusun konten dan narasi *company profile* berdasarkan data yang diperoleh dari wawancara, *company profile* sebelumnya, website resmi Panbil, serta data internal dari tim marketing. Struktur penulisan disesuaikan dengan konsep Tsuru (2019) untuk konteks B2B, yaitu *where your business is coming from, what it is all about, dan where it is going.*

c. *Layouting* dan Desain Visual

Setelah penulisan konten, penulis melakukan proses *layouting* dengan menggabungkan teks, foto, dan infografis sesuai dengan rancangan layout yang telah disusun. Layout dirancang agar informasi mudah dipahami dan menarik secara visual.

d. *Editing*

Setelah mengerjakan seluruh bagian, mulai dari pengumpulan foto, rubrikasi isi, penentuan desain dan *layout*, serta *copywriting*, penulis menyatukan seluruh bagian tersebut menjadi satu kesatuan *company profile* untuk Panbil Industrial Estate. Tahap editing juga dilakukan untuk memastikan konsistensi bahasa, ketepatan informasi, serta kesesuaian antara konten dan desain visual.

3.1.2.3 Tahap Pasca Produksi

Tahap pasca-produksi bertujuan untuk memastikan kualitas akhir *company profile* sebelum digunakan sebagai media promosi.

a. *Final Proofread*

Penulis melakukan pengecekan akhir terhadap keseluruhan isi *company profile* untuk memastikan tidak terdapat kesalahan penulisan maupun informasi.

b. Distribusi

Penulis mengirimkan *company profile* kepada *marketing manager* Panbil Industrial, Ricky dan juga memperlihatkan secara langsung kepada *marketing communication manager*, yakni Hanna Kurniawati.

c. Evaluasi

Evaluasi dilakukan melalui konsultasi dengan dosen Desain Komunikasi Visual Universitas Multimedia Nusantara serta evaluasi internal dari pihak Panbil Group. Selain itu, penulis juga menyebarkan kuesioner digital kepada khalayak umum berusia di atas 18 tahun untuk memperoleh penilaian eksternal terhadap *company profile*.

Pada tahap ini, evaluasi dilakukan untuk memastikan bahwa hasil karya yang dibuat telah sesuai dengan kebutuhan perusahaan. Selain itu, evaluasi juga dilakukan untuk mendapatkan pendapat dari khalayak umum mengenai *company profile* yang dibuat. Setelahnya, revisi dilakukan sesuai evaluasi yang telah dilakukan.

Evaluasi dilakukan dengan konsultasi hasil *company profile* kepada seorang dosen Desain Komunikasi Visual yang secara khusus mengampu mata kuliah *Visual Communication Design* di Universitas Multimedia Nusantara, yang mana salah satu dari penugasan mata kuliah tersebut biasanya berupa pembuatan *company profile*. Setelahnya, penulis melakukan revisi menurut masukan dari dosen ahli.

Setelah dilakukan pengaplikasian tersebut, penulis melakukan evaluasi internal dengan cara menyebarkan formulir *digital* yang berisi pertanyaan terkait penilaian setiap bagian *company profile*. Adapun yang menjadi target penulis dalam pemberian penilaian ini adalah *Corporate Marketing Communication Manager* dan beberapa staf *marketing communication*, staf *marketing* kawasan industri Panbil Muka Kuning (Panbil Industrial Estate), *marketing executive* Tembesi Innovation District, dan beberapa staf di Panbil Group.

Penulis juga akan menyebarkan formulir digital kepada khalayak umum berusia di atas 18 tahun (usia cakap hukum yang berarti sudah bisa bekerja) sebanyak 20 orang, untuk memberikan penilaian terhadap *company profile* secara eksternal.

3.2 Rencana Anggaran

Dalam proses pembuatan *company profile* ini, penulis perlu mengeluarkan sejumlah biaya. Berikut adalah rincian rencana anggaran biaya yang sekiranya akan dikeluarkan oleh penulis.

Tabel 3.2 Rencana Anggaran

No.	Benda	Jumlah	Biaya	Total Biaya
1.	Jasa Konsultasi <i>graphic designer</i>	1	Rp300.000	Rp300.000
2.	Cetak <i>company profile</i>	3	Rp100.000	Rp300.000
3.	Jasa dokumentasi	1	Rp500.000	Rp500.000
Total Keseluruhan				Rp1.100.000

Sumber: Olahan Penulis, 2025

Biaya jasa konsultasi *graphic designer* merupakan biaya yang perlu dikeluarkan untuk penyesuaian terhadap konsep-konsep *design* yang baik menurut ahlinya. Penulis berencana melakukan konsultasi kepada kerabat yang memang berprofesi sebagai *graphic designer*. Selain itu, terdapat biaya cetak *company profile* sebanyak tiga buku, untuk perusahaan, dosen, dan pegangan penulis. Jasa dokumentasi juga menjadi bagian dari rencana anggaran, apabila terdapat foto yang tidak tersedia pada dokumen perusahaan.

3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI

Berdasarkan hasil diskusi dengan perusahaan, perusahaan akan memanfaatkan *company profile* ini sesuai kebutuhan dan apabila ada kondisi diperlukan. *Company profile* yang dirancang untuk menjadi media promosi ini akan digunakan sebagai informasi awal untuk calon investor. Adapun format akhir dari *company profile* ini adalah *digital company profile*. Dengan demikian, *company profile* ini diharapkan dapat mempermudah tim marketing dalam usaha promosinya dengan adanya informasi yang terintegrasi dengan baik di dalamnya.