

## **BAB III**

### **METODOLOGI PERANCANGAN KARYA**

#### **3.1 Tahapan Pembuatan**

Perancangan dan pembuatan *company profile* departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum ini akan melalui 2 tahapan utama, yaitu metode pengumpulan data dan perancangan karya.

##### **3.1.1. Metode Pengumpulan Data**

Pada metode ini, peserta magang melakukan riset mendalam secara langsung di kantor Departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum yang terletak di Mugi Griya, Jakarta Selatan. Proses riset ini mencakup observasi, wawancara, dan studi pustaka untuk menggali informasi yang diperlukan oleh peserta magang. Hasil riset ini akan menjadi acuan dalam perancangan *company profile* yang informatif, terupdate, dan sesuai dengan kebutuhan perusahaan mencakup keseluruhan divisi khususnya divisi *marketing* dan *sales*.

###### **3.1.1.1 Observasi**

Observasi adalah sebuah teknik pengumpulan data kompleks menggunakan panca indera, yaitu dengan mengamati secara langsung perilaku dan situasi subjek penulisan dengan tidak melakukan perilaku yang dapat mempengaruhi hasil penulisan seperti mengintervensi, memanipulasi, dan menstimulasi subjek penulisan (Denzin & Lincoln, 2009). Proses pembuatan dan perancangan *company profile* ini menggunakan metode observasi dengan tujuan untuk mempelajari dan memahami lebih dalam perilaku para karyawan departemen International Business sekaligus proses kerja mereka khususnya dalam menjalin kerja sama dengan distributor baru.

### **3.1.1.2 Wawancara**

Wawancara adalah sebuah teknik pengumpulan data melalui interaksi secara langsung antara penulis dan partisipan atau narasumber yang bersangkutan dimana penulis akan melakukan tanya jawab (Daruhadi & Sopiati, 2024). Dalam proses perancangan *company profile* ini, wawancara yang dilakukan oleh peserta magang bertujuan untuk memahami urgensi perusahaan mengenai kepentingan pembuatan *company profile*, menggali informasi-informasi apa saja yang dibutuhkan perusahaan sebagai referensi isi karya yang akan disusun oleh peserta magang, dan menghasilkan karya *company profile* yang sesuai dengan nilai dan karakter PT Yupi Indo Jelly Gum.

Untuk mendapatkan jawaban yang lebih akurat, wawancara akan dilakukan secara tatap muka dan individual. Peserta magang juga menggunakan perangkat perekam suara yang dapat digunakan sebagai rujukan dalam analisis data dan penulisan transkrip wawancara. Berikut adalah beberapa narasumber internal departemen International Business yang akan diwawancarai:

- 1. MK : Marketing Manager International Business**

Pihak ini merupakan posisi tertinggi dalam bidang pemasaran departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum. Penulis memilih beliau sebagai narasumber karena dapat menyediakan informasi yang relevan mengenai kebutuhan *company profile* dan materi *marketing* dan *sales* yang selama ini digunakan oleh perusahaan.

- 2. JNI : Graphic Designer Supervisor**

Pihak ini merupakan pihak yang mengerjakan seluruh hal yang berkaitan dengan desain baik desain produk, *packaging*, POSM, elemen visual karakter maupun materi-materi formal lainnya seperti *website*, katalog produk, dan

materi *marketing* dan *sales* lainnya. penulis memilih beliau sebagai narasumber karena memahami desain dengan baik dan sesuai dengan *value* atau budaya perusahaan.

### **3.1.1.3 Studi Pustaka**

Studi pustaka adalah sebuah metode pengumpulan data dengan memahami dan mempelajari teori atau bahan-bahan pustaka yang relevan dengan topik yang sedang diteliti (Adlini et al., 2022). Pada perancangan *company profile* departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum, penulis menggunakan berbagai dokumen seperti jurnal artikel terdahulu, produk katalog sebagai bahan pemasaran terdahulu, *website* Yupi International Business, *website* korporat Yupi, materi presentasi pemasaran B2B sebagai referensi, dan sumber-sumber lainnya.

## **3.1.2. Metode Perancangan Karya**

Berdasarkan informasi dan data yang telah dikumpulkan sebelumnya melalui metode pengumpulan data, karya *company profile* departemen International Business ini akan dibagi menjadi 3 bagian utama, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca produksi.

### **3.1.2.1 Pra-produksi**

Tahap perencanaan atau pra-produksi adalah sebuah tahapan mengenai keseluruhan konsep yang digunakan untuk pembuatan karya *company profile*. Keseluruhan konsep ini harus telah disetujui oleh pihak perusahaan dan disanggupi oleh pihak produksi sehingga proses pembuatan karya dapat berjalan dengan efisien dan meminimalkan pemborosan anggaran. Tahap perencanaan *company profile* PT Yupi Indo Jelly Gum meliputi beberapa hal, yaitu:

#### **1) Tujuan pembuatan**

Berdasarkan proses pengumpulan data sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa departemen International Business PT

Yupi Indo Jelly Gum membutuhkan *company profile* sebagai media promosi dan pendukung dalam kegiatan ekspansi bisnis internasional atau *Business to Business* (B2B). Hal ini dikarenakan media promosi sebelumnya seperti brosur, dianggap tidak terlalu efektif dalam menjangkau calon partner karena hanya menampilkan produk-produk unggulan tanpa informasi yang rinci mengenai perusahaan lebih lanjut. Dengan adanya *company profile* ini, diharapkan proses ekspansi bisnis terutama dalam memperluas distributor terutama untuk negara yang belum termasuk ke negara potensial Yupi dapat berjalan dengan cepat. Selain itu, *company profile* ini juga merupakan bentuk keseriusan perusahaan dalam mendapatkan kepercayaan calon mitra saat proses *pitching* berlangsung.

## 2) Penentuan *target audience*

Sesuai dengan kebutuhan perusahaan, *target audience* dari *company profile* ini adalah klien B2B khususnya distributor dan perusahaan permen lunak lain yang membutuhkan jasa OEM di pasar internasional. Dengan fokus ini, harapannya departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum dapat mempercepat proses perluasan jaringan bisnis, mempelajari dan memahami *market* asing, dan memperluas jalinan hubungan kerja sama profesional yang menguntungkan kedua pihak. Berikut adalah *target audience* dari *company profile* yang dibuat oleh penulis secara sederhana:

### a. Demografi:

- Gender: Laki-laki dan perempuan
- Usia: 30-55 tahun
- SES Level: A

- Pekerjaan: Distributor, supplier, dan klien atau pengusaha lain yang berjalan pada bidang serupa

b. Psikografi:

- *Value*: Transparan, mengutamakan inovasi dan kualitas produk, dapat melihat peluang pasar, mudah beradaptasi terhadap perubahan pasar dan minat konsumen.

- c. Geografis: Daerah kota dari berbagai penjuru dunia

**3) Bentuk media *company profile***

Untuk mempermudah pendistribusian dan pemakaiannya, *company profile* direncanakan hanya akan tersedia dalam bentuk buku digital berukuran A4. Tujuannya adalah untuk mempermudah proses pendistribusian *company profile* ke *stakeholder* yang berada di luar negeri, meminimalkan pengeluaran biaya berlebih di departemen International Business, dan mempermudah para *stakeholders* untuk mengakses *company profile* dimana saja dan kapan saja.

Selain itu, format buku A4 ini dipilih karena mayoritas format materi promosi profesional seperti katalog memiliki bentuk buku walaupun berbeda ukuran. Dengan adanya format buku ini, departemen International Business dapat menyesuaikan kebutuhan para pihak yang bersangkutan apabila mereka membutuhkan versi cetak.

**4) Penulisan *copywriting***

Setiap *copywriting* dalam *company profile* dibuat dengan *tone fun* dan *playful* sehingga dapat menggambarkan merek Yupi sebagai merek permen *gummy* yang mengutamakan kesenangan serta imajinasi anak-anak yang mengonsumsinya. Mengingat *company profile* ini bertujuan untuk meningkatkan potensi kerja sama dengan pihak luar

negeri, *copywriting* akan menggunakan bahasa Inggris dengan sedikit *storytelling* sehingga dapat menyentuh sisi emosional pembacanya. Dalam hal ini, penulis menyusun *copywriting* yang dapat dilihat pada **Lampiran** untuk membantu dalam menyampaikan pesan yang terstruktur dan memastikan seluruh pesan memiliki *tone* yang *fun* dan *playful*.

### 5) Perancangan *Brand Guideline*

Pada tahapan ini, penulis akan mengajukan beberapa konsep *company profile* berdasarkan *brand guideline* baik yang berasal dari departemen International Business maupun rancangan dari penulis itu sendiri. Perancangan *brand guideline* ini berdasarkan pemilihan warna, *font*, dan *layout*. Jika konsep telah disetujui oleh supervisor, maka peserta magang akan memberikan arahan kepada pihak *design graphic* dan proses pembuatan *company profile* akan dimulai. Berikut adalah beberapa konsep *brand guideline* yang direncanakan oleh penulis:

- Logo

penulis merancang penggunaan logo hanya terdapat pada bagian *cover* depan, belakang, dan pada *cover* atau divider bagian *About Us*. Hal ini didasarkan pada materi pemasaran Yupi lainnya seperti produk katalog yang hanya memperlihatkan logo pada *cover* depan.

- Warna

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Graphic Designer Supervisor*, warna yang digunakan adalah warna krem sebagai *background company profile*. Warna ini merupakan warna turunan dari warna oranye, yaitu warna utama dari produk Burger yang

merupakan produk *best seller* Yupi International Business. Dengan warna krem ini, harapannya pembaca akan lebih mudah membaca dan memahami isi konten *company profile*.

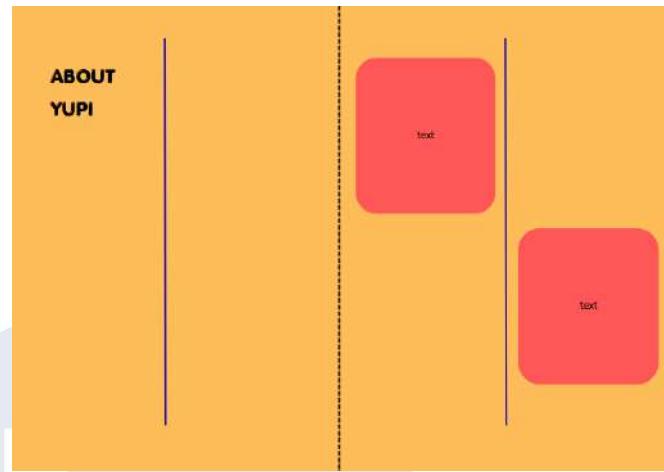
- *Font*

Berdasarkan hasil wawancara dengan *Graphic Designer Supervisor*, Yupi tidak memiliki *font* khusus yang menjadi pedoman sehingga *Graphic Designer* tersebut menyarankan penulis untuk menggunakan 1-2 *font* yang bersifat profesional dan mudah dibaca. Maka dari itu, penulis menggunakan *font* Calibri dan VAG Rounded Next Shine untuk menciptakan kesan tegas dan profesional.

- *Layout*

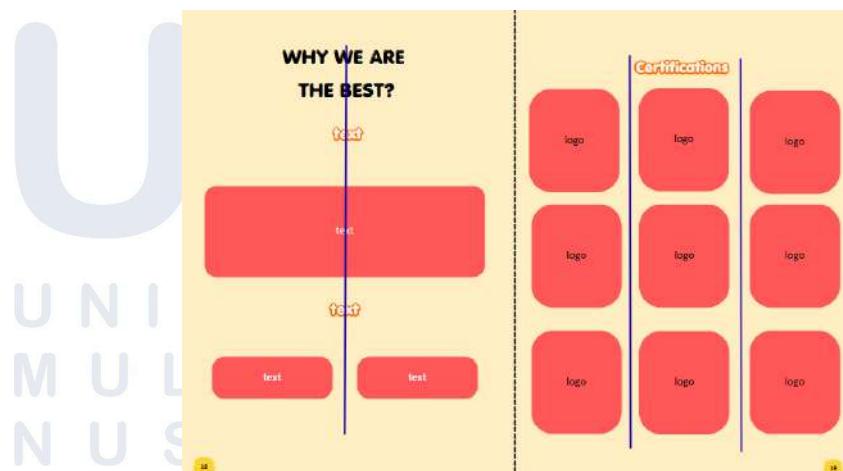
Berdasarkan hasil wawancara dengan *Graphic Designer Supervisor*, seluruh materi promosi Yupi tidak memiliki pedoman khusus untuk *layout*. Maka dari itu, berdasarkan kesepakatan antara penulis dan supervisor, mayoritas *layout* dari *company profile* Yupi ini akan menggunakan format *two coloum grid*.

*Grid* adalah sebuah alat bantu untuk mempermudah *layouter* dalam membagi halaman dengan mempertimbangkan ukuran media, bentuk media, ukuran font, desain, dan sebagainya (Aesthetika et al., 2023). Dengan menggunakan *two coloum grid*, diharapkan setiap halaman dari *company profile* ini memiliki visual yang seimbang dan sesuai dengan *copywriting* yang cenderung pendek.



Gambar 3.1 Rancangan Layout Two Coloum

Berdasarkan gambar 3.1, dapat dilihat bahwa penulis merencanakan untuk menggunakan rancangan *two coloum* pada bagian *About Yupi*. Pada *layout* tersebut juga, judul rubrik berada pada halaman sebelah kiri, bersamaan dengan foto karakter atau produk yang berhubungan dengan *Yupi*. Sedangkan, pada halaman kanan, terdapat 2 kotak sebagai penanda peletakan teks.



Gambar 3.2 Rancangan Layout Three Coloum

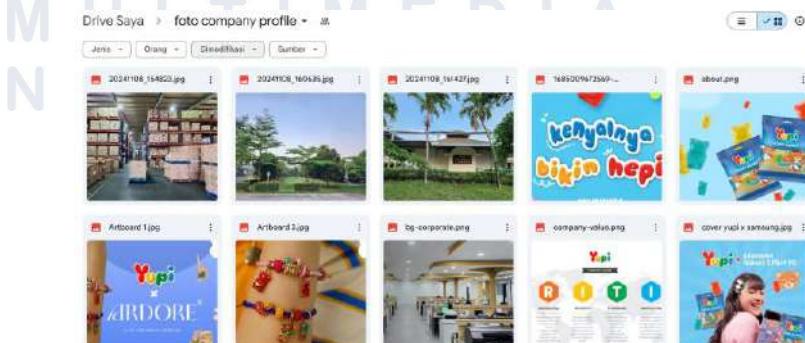
Berdasarkan gambar 3.2, dapat dilihat bahwa penulis juga menggunakan *layout three coloum* pada sebagian daerah pada rubrik *Why We Are The Best?*. Pada *layout* tersebut, penulis akan memasukan logo-

logo sertifikasi yang dimiliki oleh Yupi. Penggunaan *three coloum grid* ini hanya digunakan untuk halaman-halaman tertentu saja dengan untuk memaksimalkan isi dari topik *company profile* yang sedang dibahas dan mencegah adanya halaman berlebih pada *company profile* ini.

## 6) Pengumpulan aset foto dan visual

Pada tahap ini, penulis akan mengumpulkan semua aset foto perusahaan yang dipublikasikan baik di *website* korporat PT Yupi Indo Jelly Gum, yaitu [www.yupi.co.id](http://www.yupi.co.id) aset ini mencakup foto pabrik dan produk, *website* Yupi Indonesia, yaitu [www.yupiland.com](http://www.yupiland.com) untuk foto kolaborasi antara Yupi dan *brand* lainnya di masa lalu, *website* Yupi International Business, yaitu [www.yupindo.com](http://www.yupindo.com) untuk seluruh foto produk yang akan diletakkan pada bagian *Our Product*, maupun *website* atau media sosial *brand* yang telah bekerja sama sebelumnya dengan Yupi untuk bagian *Past Collaboration*.

Selain aset foto perusahaan, penulis juga mengumpulkan aset-aset elemen visual berupa logo Yupi dan gambar kartun. Untuk mempersingkat waktu, penulis menggunakan beberapa elemen visual yang sudah pernah dibuat dan dipakai oleh para desainer dan memanfaatkan elemen gratis dari aplikasi Adobe dan Canva.





Gambar 3.3 Pengumpulan asset melalui Google Drive

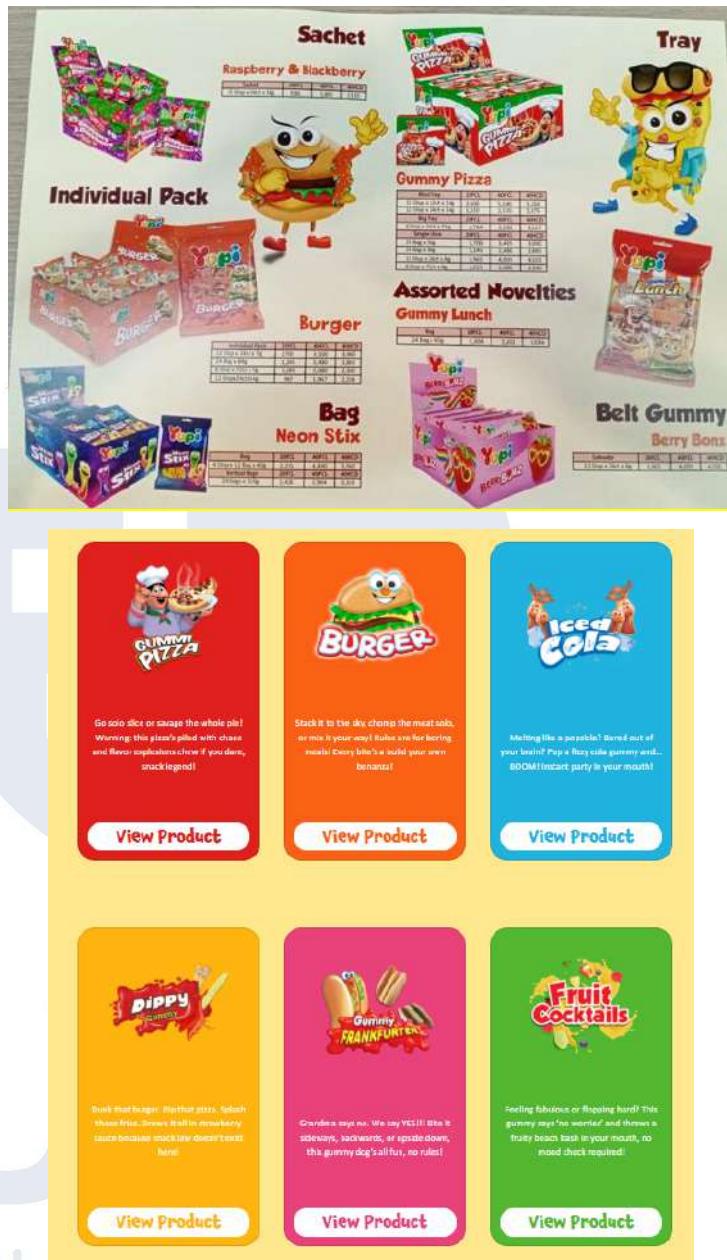
Sumber: Olahan Penulis (2025)

Seluruh pengumpulan asset ini dikumpulkan dalam 1 *folder drive* seperti Gambar 3.3 untuk memudahkan penulis menggunakan asset pada bagian-bagian tertentu. Penggunaan asset visual ini harus digunakan secara konsisten dan sesuai dengan konteks atau narasi teks untuk memperkuat pesan dan *tone* yang ingin disampaikan, yaitu *fun*.

Berdasarkan wawancara dengan Graphic Designer Yupi, narasumber juga merekomendasikan penggunaan elemen visual untuk lebih menggambarkan sisi *fun* Yupi. Akan tetapi, desainer juga menyarankan untuk mengontrol penggunaan elemen visual sehingga *company profile* tetap terlihat profesional.

## 7) Referensi

Sebelum merancang desain *company profile*, penulis mencari beberapa referensi visual internal perusahaan seperti website departemen International Business [www.yupindo.com](http://www.yupindo.com) dan katalog produk.



Gambar 3.4 Referensi Website dan Katalog Departemen International Business

Berdasarkan gambar 3.4, dapat dilihat bahwa departemen International Business berfokus pada penggunaan aspek warna *playful* yang berasal dari warna logo Yupi dan turunannya. Lalu, departemen ini juga menggunakan visual kartun yang kuat pada katalog produk sesuai dengan topik produk yang dibahas.



Gambar 3.5 Referensi Visual Lain

Berdasarkan gambar 3.5, penulis juga mengambil beberapa referensi lain dengan aspek visual yang kuat. Beberapa referensi ini juga menggambarkan *tone of voice* yang ingin disampaikan oleh perusahaan, yaitu “*fun*” dan “*playful*” namun tetap menyajikan konten dengan informatif. Maka dari itu, *company profile* dapat sesuai dengan identitas dan citra perusahaan yang merupakan *brand gummy candy* dengan berbagai inovasi sehingga konsumen dapat berkreativitas dengan produk YUPI.

### 8) Tim Redaksi

Untuk memangkas waktu pembuatan *company profile* departemen International Business, penulis juga turut serta dalam proses pembuatan desain untuk membantu Graphic Designer. Berikut adalah pembagian tugas karya *company profile*:

#### a) Penulis:

Tugas dan tanggung jawab:

- Membuat kerangka awal
- Sebagai penulis atau *copywriter*
- Membuat tata letak aspek visual *brand*, foto, dan karakter kartun
- Mengumpulkan aset foto dan karakter kartun,

- Membuat desain untuk beberapa bagian di *company profile*
- Mengubah format desain menjadi buku digital

b) Graphic Designer internal:

Tugas dan tanggung jawab:

- Membuat desain karakter kartun burger sesuai *brief* penulis
- Membuat desain *company profile*
- Menjadi editor untuk seluruh desain

c) Supervisor

- Bertindak sebagai penanggung jawab utama isi dan visual *company profile*
- Melakukan pengawasan, pengarahan, dan persetujuan akhir

### 3.1.2.2 Produksi

Pada tahap produksi, peserta magang akan berkomunikasi secara intens dengan pihak *design graphic* untuk mengarahkan gambar visual sesuai dengan kesepakatan di awal. penulis juga terbuka terhadap saran dari *design graphic* sehingga dapat menciptakan visual yang inovatif dan kreatif.

### 3.1.2.3 Pasca Produksi

Pada tahap ini, proses evaluasi akan dilakukan oleh pihak perusahaan sesuai dengan konsep yang telah disetujui di awal. Evaluasi ini dilakukan dengan cara menyebarkan kuesioner kepada para *Country Manager* di departemen International Business yang tidak terlibat dalam proses perancangan dan pembuatan *company profile* sehingga penulis mendapatkan *output* yang maksimal sesuai dengan keluhan para *Country Manager* dalam proses *pitching* calon mitra bisnis.

### **3.2. Rencana Anggaran**

Dalam proses perancangan dan pembuatan *company profile* untuk departemen International Business PT YUPI Indo Jelly Gum, peserta magang telah merencanakan anggaran biaya perkiraan yang akan dikeluarkan. Perencanaan anggaran ini dilakukan untuk meminimalkan pengeluaran biaya yang tidak diinginkan. Berikut adalah rincian biaya yang dikeluarkan oleh peserta magang:

Tabel 3.1 Rencana Anggaran

| No                        | Keterangan           | Jumlah | Biaya     | Total     |
|---------------------------|----------------------|--------|-----------|-----------|
| 1.                        | Apresiasi narasumber | 2      | Rp100.000 | Rp200.000 |
| 2.                        | Jasa ilustrator      | 1      | Rp700.000 | Rp700.000 |
| <b><i>Grand Total</i></b> |                      |        |           | Rp900.000 |

### **3.3 Rencana Timeline**

Dalam memaksimalkan proses perancangan *company profile* ini, maka berikut adalah rencana *timeline* perancangan dalam rentang waktu 6 bulan:

Tabel 3.2 Rencana Timeline Penggerjaan

| Tugas        | Uraian Kerja   | Juli | Agustus | Sept | Okt | Nov | Des |
|--------------|--|------|---------|------|-----|-----|-----|
| Pro-produksi | 1) Merancang kerangka                                |      |         |      |     |     |     |
|              | 2) Merancang copywriting                             |      |         |      |     |     |     |
|              | 3) Mengumpulkan aset foto dan karakter visual burger |      |         |      |     |     |     |
|              | 4) Meminta feedback                                  |      |         |      |     |     |     |

Berdasarkan perencanaan *timeline* pada tabel 3.2, penulis akan berfokus dengan pembuatan materi *copywriting* dan pengumpulan aset foto dan visual kartun *burger* yang sudah pernah dibuat oleh desainer internal departemen International Business sebelumnya. Hal ini bertujuan untuk mempersingkat waktu pembuatan desain dan penulis dapat merencanakan posisi peletakan karakter tersebut.

### **3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI**

*Company profile* departemen International Business PT Yupi Indo Jelly Gum ini hanya akan disebarluaskan kepada internal perusahaan khususnya kepada para manajer divisi *sales* dan *marketing* departemen International Business. Sebelum memberikan *company profile* kepada pihak yang bersangkutan, para manajer divisi tersebut akan menyaring calon *partner* yang berkomitmen untuk bekerja sama dengan divisi International Business sehingga informasi yang diberikan tidak akan tersebar ke publik atau pihak luar perusahaan yang tidak memiliki kepentingan.

Untuk dapat mendukung kebutuhan tersebut, *company profile* akan disediakan dalam format buku digital interaktif sehingga pihak bersangkutan dapat menggunakannya seefektif mungkin. Format buku digital ini juga akan mempermudah divisi *marketing* dalam menyediakan versi buku cetak jika diperlukan oleh perusahaan.

