

Perancangan Company Profile Arh Construction Group

Muhammad Rio Akbar^{1✉}, Arya Maulana²

^{1,2}Universitas Putra Indonesia YPTK Padang

rioakbar10@gmail.com

Abstract

ARH Construction Group is a company engaged in the design of building construction and room decoration. ARH Group was founded in 2015, so far the ARH Group does not yet have an effective medium to build the trust of company partners with visual elements and supporting information. So that business partners find it difficult to give trust to companies to establish cooperation. In order to display professionalism and to show the company's image, Company Profile media is needed. Company Profile is not only a media promotion with visual elements only. However, it also has several uses and benefits, one of which is as a marketing tool to get consumers. Company Profile is quite effective in building trust in cooperation partners and increasing the company's business. In this design the Company Profile is channeled in the form of Company Profile Book media. The research method used in this design is a qualitative method and data analysis uses the SWOT method. Mandatory Company Profile media include company profile e-books, flyers, mugs, stickers, t-shirts, desk calenders, x-banners, billboards, id cards, leaflets, sign walls, posters and audio visuals.

Keywords: design, Company profile, Promotion, information, ARH Construction Group.

Abstrak

ARH Construction Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang desain konstruksi bangunan dan dekorasi ruangan. ARH Group didirikan pada tahun 2015, selama ini arh group belum memiliki media yang efektif untuk membangun kepercayaan mitra perusahaan dengan unsur visual dan informasi yang mendukung. Sehingga mitra bisnis sulit memberikan kepercayaan kepada perusahaan untuk menjalin kerjasama. Agar dapat menampilkan profesionalisme serta dapat menunjukkan image perusahaan dibutuhkan media Company Profile. Company Profile tidak hanya sebagai media promosi dengan unsur visual saja. Akan tetapi juga memiliki beberapa kegunaan dan manfaat, salah satunya adalah sebagai alat marketing untuk mendapatkan konsumen. Company Profile cukup efektif membangun kepercayaan terhadap mitra kerjasama dan meningkatkan bisnis perusahaan. Pada perancangan ini Company Profile disalurkan dalam bentuk media Buku Company Profile. Metode penelitian yang digunakan pada perancangan ini adalah metode kualitatif dan analisis data menggunakan metode SWOT. Media mandatori Company Profile antara lain adalah e-book company profile, flyer, mug, stiker, t-shirt, desk calender, x-banner, baliho, id card, leaflet, sign wall, poster dan audio visual.

Kata Kunci: Perancangan, Company profile, Promosi, informasi, ARH Construction Group.

Judikatif is licensed under a Creative Commons 4.0 International License.



1. Pendahuluan

Dewasa ini kita sudah memasuki era revolusi industri. Pada era revolusi industri pertumbuhan dan perkembangan tidak dapat dipungkiri akan kebutuhan manusia meningkat di semua sektor sendi kehidupan manusia [1]. Dalam meningkatkan aktivitas kegiatannya salah satu pihak yang aktif adalah pihak jasa desain pembangunan konstruksi dan interior. Sejatinya desain konstruksi dan interior adalah memperbaiki nilai fungsi,

memperkaya rasa estetika, meningkatkan aspek psikologi dan meningkatkan aura dan citra positif untuk lebih produktif [2].

ARH Construction Group merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang Desain Konstruksi bangunan dan Dekorasi ruangan, sebagai perusahaan yang bergerak dibidang kontraktor group didirikan pada tahun 2015. ARH Construction group telah berpengalaman dalam mengerjakan konstruksi

interior, eksterior Rumah, Kantor, maupun layanan area Publik dan Sejenisnya, Konsultasikan tentang project yang akan siap untuk mewujudkannya dalam bentuk 3D design berdasarkan kebutuhan dan anggaran dengan hasil maksimal tanpa harus berada ditempat dengan memanfaatkan media sharing site.

ARH Group memiliki beberapa anak perusahaan, yakni CV.Farnom Nusantara Pratama, CV.Raska Utama Sentosa, CV.Istano Mandani, dalam keseluruhan anak perusahaan tersebut dibentuk dalam satu kesatuan berbagai bidang. Masing-masing anak perusahaan memiliki penawaran jasa tersendiri fokus utama memenuhi suplay tenaga dibidang suplier dan distributor baik sekala nasional maupun internasional. ARH Construction Group menawarkan jasa kepada calon mitra kerjasama hanya melalui secara lisan tanpa ada dukungan dari bentuk teknik marketing lainnya. Cara ini tidak akan terekam secara jelas pesan apa yang telah disampaikan oleh perusahaan kepada calon mitra kerjasama. Seperti layaknya perusahaan yang profesional dan mempunyai reputasi yang baik biasanya perusahaan memiliki *company profile* sebagai media promosi dalam mengembangkan usaha.

Company Profile adalah sebuah gambaran perusahaan tentang bagaimana terbentuknya perusahaan, dan keadaan perusahaan saat ini. *Company profile* memiliki beberapa kegunaan dan manfaat, salah satunya adalah sebagai alat marketing untuk mendapatkan konsumen yang cukup efektif karena *company profile* memuat unsur visual yang berupa gambar dan teks [3]. *Company profile* memiliki peranan cukup penting dan pelengkap yang efisien bagi perusahaan yang ingin melakukan *business to business* karena dapat memberikan informasi dan gambaran terkait visi dan misi perusahaan yang ingin ditawarkan kepada konsumen [4]. *Company Profile* merupakan media yang dipandang dapat menampilkan profesionalisme dan dapat menunjukan image perusahaan [5].

Selama ini *ARH Group* belum memiliki media yang efektif untuk membangun kepercayaan terhadap mitra perusahaan dengan unsur visual dan informasi yang mendukung sehingga mitra bisnis sulit memberikan kepercayaan kepada perusahaan untuk menjalin kerjasama. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka perancang ini membahas tentang diperlukannya solusi pembuatan *Company Profile* sebagai media promosi dengan unsur visual yang mendukung sehingga dapat membangun kepercayaan terhadap mitra kerjasama guna meningkatkan bisnis perusahaan. *Company Profile* disalurkan dalam bentuk media berupa Buku *Company Profile*. hal ini dapat memberikan visual dan gambaran yang jelas secara umum perusahaan *ARH Construction Group*.

2. Metodologi Penelitian

Metode yang digunakan pada perancangan ini adalah menggunakan metode kualitatif. Melalui metode pendekatan perancangan berorientasi praktik (*Practice Based Research*) [6] dalam upaya problem solving dan merealisasikan tujuan utama pada perancangan media *Company Profile* dan media mandatori lainnya. Sehingga dibutuhkan proses pengumpulan data. Data yang telah dikumpulkan kemudian dilanjutkan analisis data dan strategi perancangan.

2.1. Metode Pengumpulan Data

Metode atau teknik pengumpulan data yang valid dan terpercaya. Sehingga hasil dari penelitian mampu menjawab dan memberikan ide dan pemecah masalah terhadap ojek yang dikemukakan [7].

2.1.1. Observasi

Observasi dilakukan untuk mengumpulkan data-data sebagai bahan referensi dalam masalah yang ditemukan [8]. Melalui observasi ini dilakukan secara langsung di kantor Arh Construcion Group untuk menghasilkan informasi mengenai macam-macam proyek yang telah dikerjakan sampai saat ini, dan ada juga beberapa pengalaman untuk bekerja sama dengan pihak instansi-instansi terkait lainnya.

2.1.2. Wawancara

Tahapan wawancara adalah untuk memperoleh informasi baik secara verbal maupun secara visual atau secara lisa. Semua bentuk informasi yang diperoleh akan divalidasi dan disesuaikan dengan fisik material objek [9]. Wawancara yang di lakukan dengan Bpk Rodi Hamdani yang merupakan selaku CEO dari perusahaan tersebut, menghasilkan informasi mengenai kurang optimalnya perusahaan dalam segi pemasaran dan media promosi yang selama ini digunakan juga kurang efektif.

2.1.3. Studi Pustaka

Tahapan serangkaian kegiatan pengumpulan data menggunakan sumber tambahan seperti buku referensi, atikel, makalah, laporan ilmiah dan berbagai sumber artikel lainnya yang bisa diakses menggunakan perangkat lunak [10].

2.1.4. Dokumentasi

Tahapan dokumentasi adalah sebuah metode pengumpulan data visual hasil pemotretan langsung di lapangan. Data visual tersebut akan dijadikan sebagai acuan dalam proses penetapan strategi kreatif dan desain [11]. Seperti yang tersaji pada gambar 1 sampai dengan gambar 2



Gambar 1. kantor arh construction group



Gambar 2. Wawancara bersama owner arh construction group

2.2. Metode Analisis Data

Metode analisis SWOT merupakan salah satu metode analisa data yang digunakan untuk mengevaluasi, menetapkan ide dan strategi perancangan berdasarkan dari *strenght*, *Weakness*, *Opportunity*, dan *Threat* [12].

2.2.1. *Strength* (kekuatan)

Jasa desain kontruksi dan interior yang ditawarkan lebih bervariasi dengan konsep – konsep yang modern dan terbaru. Dibuktikan dengan pemesanan jasa desain terbanyak dari pihak pemerintahan provinsi, kota dan kabupaten dan beberapa dari pihak swasta.

2.2.2. *Weakness* (kelemahan)

Informasi jasa dan desain yang dipromosikan belum tersampaikan secara menyeluruh kesemua kalangan dan tingkatan (swasta maupun mandiri. Masih berfokus ke instansi atau pemerintahan.

2.2.3. *Opportunities* (Peluang)

Memiliki kesempatan berkerjasama kesemua sektor, pemerintahan, swasta, perorangan dan antar perusahaan besar dan kecil.

2.2.4. *Threats* (ancaman)

Usaha serupa hampir memiliki konsep dan jenis penawaran yang sama.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Konsep Perancangan

3.1.1. Konsep Verbal

Konsep verbal pada perancangan ini ialah menampilkan citra karakteristik dari perusahaan yang dituangkan kedalam visi dan misi perusahaan. Citra tersebut akan divisualisasikan kedalam bahasa yang sederhana, dan mudah dipahami. Media mandatori

pada perancangan ini mengadopsi sesuai dengan kebutuhan pokok dan utama dari arh construction group. Sehingga dapat menampilkan profesionalisme serta dapat menunjukkan image perusahaan unggul dan bisa diterima oleh pengguna jasa yang ditawarkan.

3.1.2. Konsep Visual

Konsep visual pada perancangan Company profile ini simple dan elegan. Penata layout pada media *Company profile* lebih memfokuskan dalam typografi, ilustrasi dan penggunaan icon. Style desain dikombinasikan dengan grid system. grid system ini berfungsi untuk membantu layout lebih rapi dan mendapatkan white space sehingga titik fokus pada informasi yang didapatkan akan lebih mudah.

3.1.2.1. Bahasa

Bahasa yang digunakan pada buku company profile ARH Construction Group ini adalah bahasa Indonesia dan bahasa Inggris

3.1.2.2. Typografi

Typografi yang digunakan adalah bentuk typografi dengan jenis “Sans Serif” agar terkesan modern dan mudah dibaca oleh target audience, dan pesan yang disampaikan pada setiap halaman desain bisa ditangkap oleh target audience [13].

3.1.2.3. Layout

Penyusunan layout lebih memfokuskan menggunakan grid system untuk menciptakan kesan simple dan elegan [14].

3.1.2.4. Warna

Warna yang digunakan lebih netral dan transparan, agar dapat dicocokkan dengan warna lainnya, sehingga akan terkesan lebih elegan dan tidak menghilangkan tipografi yang akan dikombinasikan dengan warna, gambar maupun ilustrasi [15].

3.1.2.5. Bentuk

Pemilihan bentuk atau ilustrasi akan dikemas lebih modern sehingga menghasilkan tampilan yang lebih menarik. Buku yang dijilid sesuai dengan jumlah halaman termasuk cover company profile ARH Construction Group

Media utama

Media utama pada company profile arh Construction Group dalam bentuk buku. Jumlah halaman untuk perancangan terdiri dari cover depan dan cover belakang dengan halaman isi, penentuan rubrik untuk halaman akan lebih diurutkan sehingga buku akan menjadi lebih mudah dimengerti. Beberapa rubrik yang akan tercantum dalam buku company profile ini adalah :

Kata pengantar ARH Construction Group, Profile perusahaan, Sejarah perusahaan, Anak perusahaan, Visi dan Misi, Keuntungan jasa ARH Construction Group, Fakta ARH Construction Group, CEO ARH Construction Group, Layanan perusahaan Project Interior dan Eksterior, Kontak ARH Construction

Group. Seperti yang tersaji pada gambar 3 sampai dengan gambar 7.



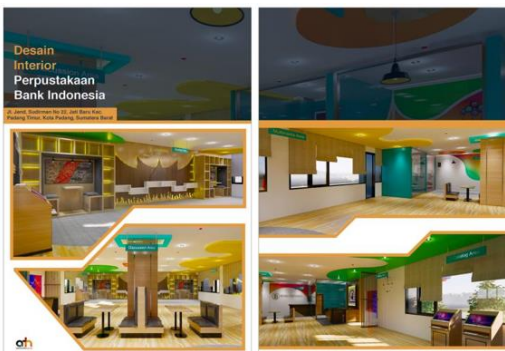
Gambar 3. Cover



Gambar 4. Halaman buku



Gambar 5. Halaman ke 2



Gambar 6. Halaman proyek



Gambar 7. Halaman contact

Media mandatori

Mendia mandatori ini adalah sebagai media pendukung media utama seperti yang dapat pada gambar 8 sampai dengan gambar



Gambar 8. Poster



Gambar 9. E-book



Gambar 10. Video company profile



Gambar 14. Kartu nama



Gambar 11. Spanduk



Gambar 12. X-banner



Gambar 13. Leaflet



Gambar 16. Stiker



Gambar 17. mug



Gambar 18. Idcard

4. Kesimpulan

Company profile adalah salah satu elemen atau media yang penting dalam memperkenalkan perusahaan kepada calon klien dan juga khalayak luas. Apabila diolah dan ditata sebgus dan semenarik mungkin, kualitas dari company profile akan menjadi refleksi untuk kualitas dari sebuah perusahaan. Setiap elemen mulai dari gambar, desain, layout hingga tulisan yang ada di company profile haruslah diolah dengan maksimal dan sebaik mungkin. Merancang company profile yang dapat merepresentasikan sebuah perusahaan menjadi hal yang sangat penting untuk dilakukan oleh perusahaan. Dan hal ini sudah dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan-perusahaan terdahulu. Melalui perkembangan zaman, Sebagai kesimpulan dalam perancangan company profile ARH Construction Group ini diharapkan perusahaan dapat lebih efektif dalam mengenal profil perusahaan ARH Construction Group ke masyarakat luas terutama klien-klien yang membahas seputar konstruksi bangunan, renovasi maupun interior dan eksterior.

Daftar Rujukan

- [1] Lase, D. (2019). Pendidikan di era revolusi industri 4.0. *SUNDERMANN: Jurnal Ilmiah Teologi, Pendidikan, Sains, Humaniora dan Kebudayaan*, 12(2), 28-43.
- [2] Manikam, R. D., & Noorwatha, I. K. D. (2021). Tinjauan Psikologi Desain Interior Retail. *Jurnal Vastukara*, 1(1), 49-55.
- [3] Lestari, H. A. (2016). Aplikasi Company Profile Digital PT. Minnara Sejahtera Raya Jakarta. *Jurnal Ilmiah KOMPUTASI*, 15(2), 27-36. <https://doi.org/10.32409/jikstik.15.2.110>
- [4] Liem, R., Srisanto, E., & Sutanto, R. P. (2015). Perancangan Buku Company Profile Sebagai Media Promosi Vegas Conceptual Show. *Jurnal DKV Adiwarna*, 2(7), 11.
- [5] Nathan, K., Tamsir, W., & Febriani, R. (2016). Perancangan Company Profile Biro Iklan dan Media Pendukungnya yang Mampu Meningkatkan Image Dan Profesionalisme Biro Iklan di Mata Pelaku Bisnis di Surabaya. *Jurnal DKV Adiwarna*, 1(8), 9.
- [6] Fatimah, K. (2020). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Cv. Barotek. *IKONIK: Jurnal Seni Dan Desain*, 2(1), 13-20. <http://dx.doi.org/10.51804/ijsd.v2i1.607>
- [7] Sayuti, M. (2022). Motion Graphic Media Informasi Wisata Kompleks Percandian Muara Jambi. *Judikatif: Jurnal Desain*

- Komunikasi Kreatif*, 1-9. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i1.34>
- [8] Marta, W., Akmal, A., & Usman, R. (2022). Perancangan Visual Identity Regina Catering. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 10-19. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i1.46>
- [9] Sayuti, M., & Fiandra, Y. (2020). Perancangan Grafis Lingkungan Kompleks Perkantoran Pemerintahan Kabupaten Tebo. *Kreatif: Jurnal Karya Tulis, Rupa, Eksperimental dan Inovatif*, 2(2), 9-19.
- [10] Afdhal, V. E. (2019). Siamang Putihah: Komik Fantasi Kearifan Lokal Cerita Rakyat Minangkabau. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 46-50. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v1i2.32>
- [11] Putra, A. A., Suardi, M., & Afdhal, V. E. (2022). Perancangan Buku Cerita Bergambar Permainan Tradisional Sipak Rago. *Judikatif: Jurnal Desain Komunikasi Kreatif*, 20-25. <https://doi.org/10.35134/judikatif.v4i1.47>
- [12] Fatimah, F. N. A. D. (2016). *Teknik analisis SWOT*. Anak Hebat Indonesia.
- [13] Murtono, T. (2019). *Eksperimen Tipografi*. CV Kekata Group
- [14] Miftahurrachmah, A., & Purwa, E. N. (2017). Media Company Profile sebagai Penunjang Informasi dalam Meningkatkan Efektifitas Program Pemasaran pada Hotel Narita Tangerang. *Semnasteknomedia Online*, 5(1), 1-3.
- [15] Karja, I. W. (2021). *Makna Warna*. Bali-Dwipantara Waskita, 1(1).