

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL
PT. JANATA MARINA INDAH**

TUGAS AKHIR KARYA DISAIN



DANU HERNANTO

**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKUTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA
2011**

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL
PT. JANATA MARINA INDAH**

TUGAS AKHIR KARYA DISAIN



**PROGRAM STUDI DISAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DISAIN FAKUTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA
YOGYAKARTA**

2011

**PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL
PT JANATA MARINA INDAH**

UPT PERPUSTAKAAN ISI YOGYAKARTA	
INV.	3608/H/9/2011
KLAS	
TERIMA	18-7-2011



TUGAS AKHIR

DANU HERNANTO

061 1538 024

Tugas Akhir ini diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
gelar sarjana dalam bidang Disain Komunikasi Visual

2011

Tugas Akhir Karya Disain berjudul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL PT JANATA MARINA INDAH. Diajukan oleh Danu Hernanto, NIM 061 1538 024, Program Studi Disain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 27 Juni 2011 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Anggota



Drs. Baskoro S B, MSn.
NIP. 19650522 199203 1 003

Pembimbing II/Anggota



Andi Haryanto, S.Sn, M.Sn
NIP. 19801125 200812 1 003

Cognate/Anggota



Indria Maharsi, M.Sn.
NIP. 19720909 200812 1 001

Ketua Program Studi DKV/Anggota



Drs. Hartono Karnadi, M.Sn
NIP. 19650209 199512 1 001

Ketua Jurusan Desain/
Ketua/Anggota



Drs. Lasman, M.Sn.
NIP. 19570513 198803 1 001

Mengetahui:

Dekan Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta



Dr. Suastiwi, M.Des.
NIP. 19590802 198803 2 002



PERNYATAAN KEASLIAN

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul:

PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL PT JANATA MARINA INDAH

Dibuat untuk melengkapi sebagian persyaratan menjadi Sarjana Seni pada Program Disain Komunikasi Visual Fakultas Seni Rupa Indonesia Yogyakarta, yang saya ketahui bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau tugas akhir sudah dipublikasikan dan atau pernah dipakai untuk mendapat gelar kesarjanaan di lingkungan Institut Seni Indonesia Yogyakarta maupun di Perguruan Tinggi atau instansi manapun kecuali bagian sumber informasinya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta , 20 Juni 2011



Danu Hernanto
NIM 06115380 24

PERSEMBAHAN



Karya Tugas Akhir ini saya persembahkan untuk :

Bapak dan Ibu Saya tercinta, dan seluruh keluarga saya atas
segala dukungan dan doanya...

ABSTRAK
PERANCANGAN KOMUNIKASI VISUAL
COMPANY PROFILE GALANGAN KAPAL
PT. JANATA MARINA INDAH

Oleh : Danu Hernanto

Company Profile merupakan salah satu bentuk alternatif dari penyampaian pesan terhadap target audience dalam bentuk audio visual. Target audience bisa secara langsung memperoleh informasi mengenai perusahaan melalui media CD Interaktif. Sebagai galangan kapal yang sedang berkembang dan mengalami beberapa progresifitas usaha, PT Janata Marina Indah membutuhkan sebuah perancangan promosi agar lebih menguatkan citra perusahaan. Perancangan komunikasi visual company Profile galangan kapal PT Janata Marina Indah ini membantu publikasi atas semua info perusahaan yang mempunyai keunggulan dan kelebihan yang tidak dimiliki oleh perusahaan lain. pembuatan *Company Profile* ini juga sebagai bentuk promosi dari nama baru perusahaan dari dahulu yang bernama PT Jasa Marina Indah menjadi PT Janata Marina Indah. dengan adanya CD interaktif ini, para klien menjadi lebih memiliki info mendetail akan fasilitas dan jasa yang di tawarkan PT Janata Marina Indah sehingga dengan media CD interaktif didukung dengan beberapa media pendukung lainnya. Meode penelitian yang digunakan adalah menggunakan pengumpulan data dari lembaga yang bersangkutan, dari data tersebut kemudian dibuat konsep desain yang sesuai dengan identitas lembaga mulai dari tipografi, warna dan tampilan desain dalam CD interaktifnya.

Kata Kunci : Company Profile, CD interaktif, PT JMI

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur yang mendalam kami panjatkan kepada Allah SWT beserta para Rasul-Nya atas terselesaikannya Tugas Akhir ini dengan baik sebagai salah satu persyaratan untuk mencapai gelar kesarjanaan S-1 pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Terwujudnya penulisan ini tidak lepas dari bantuan semua pihak, untuk itu penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Drs Baskoro S.B, M.Sn, selaku Pembimbing I
2. Andi Haryanto S.Sn M.Sn, selaku pembimbing II
3. Drs Hartono Karnadi M.Sn selaku Ketua Program Studi Disain Komunikasi Visual Jurusan Disain Fakultas Seni Rupa Intsitut Seni Indonesia Yogyakarta
4. Drs Lasiman M.Sn, selaku Ketua Jurusan Desain Fakultas Seni Rupa Institut Seni Indonesia Yogyakarta
5. Segenap keluarga dosen Program Studi Diskomvis ISI Yogyakarta dan staf atas ilmu yang bermanfaat dan telah diberikannya begitu banyak.
6. PT Janata Marina Indah yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian.
7. Bapak dan Ibu tercinta atas semangat, kesabaran dan perhatiannya serta tak lupa Do'anya sehingga terselesaikanya perancangan ini
8. Kakak dan adik saya tercinta Dimas Hernanto dan Andiny Yulfanis atas kasih sayangnya
9. Teman-teman seperjuangan TA: Ilma Yusrina, Nara, Tito, Dimas, Badarwati dan semuanya
10. Uuk dan Sambudyo atas bantuanya dalam mengatasi masa genting saya
11. Santi atas tumpangan print-printannya

12. Teman-teman angkatan Asimetri yang yang tidak bisa saya sebut satu persatu
13. Teman-teman yang membantu display pada saat pameran ini terselenggara.
14. Teman-teman angkatan Kotak Pensil 2005, Asimetri 2006
15. Keluarga besar Diskomvis ISI Yogyakarta
16. Untuk semua teman-teman yang tidak bisa saya sebut satu persatu sekali lagi maaf dan terimakasih atas semuanya.

Penulis menyadari bahwa semuanya masih jauh dari sempurna, untuk itu diharapkan kritik dan sarannya dari segenap pembaca terhadap tulisan dan karya ini. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat yang berarti. AMIN

Yogyakarta, 16 Juni 2011

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iii
ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR SKEMA	x
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar belakang masalah	1
B. Rumusan masalah	2
C. Tujuan perancangan	3
D. Manfaat perancangan	4
E. Batasan perancangan	4
F. Metode perancangan	5
G. Sistematika perancangan	6
H. Skematika perancangan	8
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	
A. Pengumpulan Data	
1. Data perusahaan	9
2. Sejarah perusahaan	9
3. Bidang usaha	11
4. Visi Perusahaan	11
5. Misi Perusahaan	11
6. Sumber Daya Manusia	12

7. Fasilitas Perusahaan	
a. JMI unit 1	12
b. JMI unit 2	14
8. Pemetaan proses bisnis	16
9. Struktur Organisasi Perusahaan	17
10. Identitas Visual Perusahaan	18
11. Media Komunikasi Visual yang pernah dibuat.....	19
B. Identifikasi kompetitor	
1. PT Dok & Perkapalan Kodja Bahari	20
2. PT. Tegal Shipyard Utama	21
C. Analisis Data	
a. <i>Strength</i>	23
b. <i>Weakness</i>	24
c. <i>Opportunities</i>	24
d. <i>Threatness</i>	24
D. Sintesis	24
E. Teori Media	
1. Tinjauan Tentang Company Profile	25
2. Teori tentang Corporate Identity	29
3. Teori Brand, <i>Positioning</i> dan <i>Differentiation</i>	
a. <i>Positioning</i>	31
b. <i>Differentiation</i>	34
c. <i>Brand</i>	37
4. Teori mengenai promosi	40

BAB III KONSEP PERANCANGAN

A. Konsep Media	44
B. Pemilihan Media	45

C. Analisis media	45
D. Budget Media	46
E. Konsep Kreatif	
1. Tujuan Kreatif	52
2. Strategi Kreatif	52

BAB IV VISUALISASI

A. Sinopsis	61
B. Navigasi	61
C. Layout	62
Studi Visual	
a. Logo	67
b. Data foto	67
c. Studi Typografi	71
d. Teks Alternatif	73
e. Teks Terpilih	74
f. Pemilihan warna	75
g. Skema navigasi	77
h. Layout alternatif	78

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	97
B. Saran	98

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Denah Kantor Unit 1.....	13
Gambar 2. Denah Kantor Unit 2.....	15
Gambar 3. Proses Bisnis Perusahaan.....	16
Gambar 4. Struktur Organisasi	17
Gambar 5. Logo perusahaan	18
Gambar 6. Website PT Janata Marina Indah	19
Gambar 7. Denah Lokasi Galangan Kodja Bahari	21
Gambar 8. Diagram Integritas Brand	39
Gambar 9. Foto Lingkungan Galangan Kapal	70

DAFTAR SKEMA

	Halaman
Skema 1. Skematika Perancangan	8
Skema 2. Skema Navigasi	77

BAB I

PENDAHULUAN



A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sebagai negara kepulauan menyimpan kekayaan samudera yang luar biasa besar potensinya. Hadirnya transportasi air dengan perangkat sarana pelayaran dan perkapalan menjadi kebutuhan vital dalam upaya menggali anugerah alam ini. Membidik satu sisi yang paling tepat sesuai dengan kesiapan dan keahlian sumber daya manusia saat itu, maka pada bulan Februari 1977 berdirilah PT. Janata Marina Indah, atau lebih dikenal dengan nama JMI, yang bergerak dalam teknologi perkapalan, keterpaduan antara pembangunan kapal baru maupun dok dan perbaikan kapal

Peningkatan kapasitas pelayanan terus dikembangkan selaras dengan meningkatnya tuntutan kebutuhan pelanggan. Untuk memenuhi kebutuhan jasa perawatan kapal dalam *docking*, *repairing* dan *floating repair*, serta pembuatan kapal baru, maka pada tanggal 29 Desember 1982 mulai dioperasikanlah *graving dock* atau dok gali di pelabuhan Tanjung Emas, Semarang.

Perkembangan perusahaan selalu seiring dengan peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan sistim manajemen mutu yang sesuai dengan standar internasional seperti ISO untuk memastikan bahwa mutu hasil kerja terjamin konsistensinya.

Dengan keadaan tingkat perkembangan perusahaan yang semakin stabil dan berkembang, maka PT Janata Marina Indah perlu lebih dalam lagi dalam melakukan promosinya. Terlebih dengan adanya akomodasi Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 26 tahun 1988 tentang pemakaian nama Perseroan Terbatas Undang-Undang PT Nomor 40 Tahun

2007 yang menyebutkan nama perusahaan harus mencerminkan bidang usaha maka PT Jasa Marina Indah diputuskan pada Rapat Umum Pemegang Saham nama perusahaan menjadi PT Janta Marina Indah. Oleh karena itu, untuk lebih memperlihatkan kemapanan dan keprofesionalitasan PT Janata Marina Indah dengan nama barunya perlu dibuat sebuah Company Profile untuk menunjang dan memperkenalkan perusahaan. Dimana dalam Company Profile tersebut merupakan citraan perusahaan dan terdapat informasi yang sangat bermanfaat bagi perusahaan mulai dari sejarah berdirinya, tujuan, aktifitas galangan kapal hingga berita-berita terbaru dari perusahaan.

B. Rumusan Masalah

Selama ini konsumen atau sering dikenal sebagai klien dari PT Janata Marina Indah mengenalnya hanya melalui kunjungan langsung ke perusahaan. Dalam kunjungannya ke perusahaan ini, biasanya klien minim akan data informasi mengenai apa dan bagaimana perusahaan tersebut. Dalam bidang jasa tentunya aset apa saja yang dimilikinya menjadi pertimbangan klien untuk akhirnya memutuskan menjalin kerjasama dengan perusahaan tersebut. Untuk itulah diperlukan adanya perancangan sebuah *company profile* yang diharapkan mampu membantu perusahaan galangan kapal ini untuk membantu memberikan informasi kepada kliennya.

Merancang *company profile* sebagai media promosi PT Janata Marina Indah yang tidak hanya pasar lokal tapi juga internasional sehingga klien dapat mengakses informasi dengan lebih mudah untuk memberikan informasi kepada klien dengan mudah. Dengan adanya *company profile* perusahaan diharapkan mampu tampil lebih eksis dan terlihat profesional. Tidak hanya itu, kebutuhan akan arus informasi klien menjadi lebih mudah

terutama yang berhubungan dengan data perusahaan. Mengingat perusahaan ini adalah bergerak dalam bidang jasa.

Perancangan *company profile* ini dibuat sedemikian menarik, efektif dan komunikatif serta tidak lepas dari aspek informatif sehingga target audience lebih tertarik dan akhirnya dapat bekerjasama dengan PT Janata Marina Indah. Dalam *company profile* ini, permasalahan difokuskan pada perancangannya dan dalam pembuatannya lebih ditekankan dengan cara mendekati konsumen atau target audience sesuai karakternya. Perancangan dilakukan dengan mengangkat sisi keunggulan perusahaan PT Janata Marina Indah sebagai nilai jual kepada khalayak sehingga pada akhirnya target audience bisa percaya akan kualitas dan kapasitas perusahaan untuk melakukan kerjasama. Mengingat perusahaan ini menjual jasa sehingga nilai point jualnya terdapat pada kepercayaan dan benefit dari perusahaan tersebut.

Dengan demikian, melihat apa yang telah dilakukan PT. Janata Marina Indah, maka dapat disimpulkan menurut masalah menjadi bagaimana bentuk *Company Profile* yang efektif dan komunikatif sehingga dapat meningkatkan citra positif perusahaan?.

C. Tujuan Perancangan

Tujuan dilakukannya perancangan ini tidak lain adalah untuk menghasilkan sebuah *company profile* yang bersifat komunikatif, efektif dan informatif yang sesuai dengan target audience. Dengan adanya *company profile* ini tentunya akan menjadikan informasi yang seluas-luasnya kepada klien untuk mengetahui tentang data perusahaan tentunya aset yang dimiliki. Sehingga tidak hanya sifat mengenalkan kepada klien akan PT Janata Marina Indah akan tetapi juga menyebarluaskan mengenai situasi perusahaan dan berbagai macam kelebihan yang dimiliki oleh perusahaan kepada kliennya.

Selain sebagai media promosi untuk nama baru PT Janata Marina Indah, *company profile* ini juga bertujuan memberikan solusi atas berbagai masalah yang tertera dalam rumusan masalah. Sehingga dengan adanya *company profile* ini, bisa menjawab pertanyaan tersebut.

D. Manfaat/Kontribusi Hasil Perancangan

Dalam perancangan *company profile* untuk PT Janata Marina Indah ini diharapkan membawa manfaat diantaranya:

1. Manfaat praktis:

Untuk lebih mengenalkan perusahaan, menyebarluaskan dan memberikan informasi kepada klien perusahaan galangan kapal PT Janata Marina Indah melalui media cetak dan digital.

2. Manfaat bagi prodi DKV:

Untuk lebih memperdalam ilmu Desain Komunikasi Visual selama kuliah dan mengaplikasikannya ke dalam sebuah proyek studi mengenai perancangan *company profile* dan bagaimana memecahkan permasalahan yang ada kaitannya dengan bidang promosi.

3. Manfaat Pribadi:

Menerapkan dan mengaplikasikan beberapa teori yang telah selama ini didapat dari kampus yang sesuai dengan kaidah ilmu pengetahuan, seni dan estetika serta mengembangkannya menjadi media yang efektif dan komunikatif.

E. Batasan Masalah

Perancangan ini diberikan batasan hanya pada proses perencanaan dan penciptaan karya saja. Adapun perwujudannya berupa sebuah *company profile* tentang PT Janata Marina Indah. Selain itu dirancang juga pada media pendukung yang lain yaitu CD interaktif, katalog perusahaan, stasionary, dan kalender.

F. Metode Perancangan

1. Data Awal

Data awal yang dibutuhkan dalam pembuatan company profile ini berupa data lapangan yang terdiri dari profil perusahaan PT Janata Marina Indah dan data referensi kepustakaan mengenai landasan teori yang berhubungan dengan *Company Profile*. Data berupa info perusahaan baik secara verbal melalui wawancara juga diperlukan begitu pula data data lainnya yang bersifat tertulis.

2. Metode Pengumpulan Data

Sebagai langkah awal dalam perancangan ini, nantinya penulis akan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai informasi perusahaan galangan kapal PT Jasa Marina Indah melalui observasi lapangan, baik itu langsung melalui wawancara maupun melalui referensi dari media elektronik.

3. Instrument /Alat

Alat yang digunakan dalam perancangan ini adalah komputer sebagai salah satu lini alat utama pembuatan desain, kemudian kamera untuk mengambil gambar dan mendokumentasikan profil perusahaan.

4. Metode Analisis Data

Metode analisis data dilakukan dengan menganalisis mengenai PT Janata Marina Indah diperbandingkan dengan para kompetitornya melalui metode SWOT (*Strength-Weakness-Opportunities-Threatness*). Metode tersebut digunakan untuk mengetahui kelebihan serta kekurangan yang dimiliki oleh perusahaan dan juga untuk menggali lebih jauh kesempatan dan ancaman yang mungkin terjadi pada perusahaan tersebut pada saat ini

Pemilihan kompetitor perusahaan sendiri dilakukan berdasarkan pertimbangan dari segi pekerjaan dan fasilitas serta teknologi yang dimiliki

oleh PT Janata Marina Indah, hal tersebut tidak semua perusahaan mempunyai kinerja yang sama dalam hal teknologi, pekerjaan, spesialisasi dan sumberdaya manusianya.

5. Sistematika Perancangan

Dalam kajian yang diangkat oleh penulis untuk perancangan tugas akhir ini, penulis mencoba mendiskripsikan bagaimana alur rancangan dalam memecahkan masalah pada promosi PT Jasa Marina Indah

6. Tahapan-tahapan perancangan:

a. Latar belakang

Pada langkah ini dicari latar belakang perusahaan dan masalah yang ada mulai didiskripsikan secara urut agar didapat sebuah pengertian guna mengetahui alasan penyusunan *company profile* ini.

b. Tujuan perancangan

Dapat dihasilkan sebuah *company profile* yang efektif, komunikatif dan informatif sesuai dengan target audience. Dengan perancangan tersebut, diharapkan dapat mengenalkan lebih jauh mengenai informasi perusahaan galangan kapal PT Janata Marina Indah.

c. Batasan Masalah

Dari rumusan masalah yang ada maka dapat disusun ruang lingkup perancangan yang akan dibuat sesuai dengan tujuan perancangan yang telah disusun.

d. Pengumpulan data

Sebagai langkah awal dalam perancangan ini nantinya penulis akan mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai informasi perusahaan galangan kapal PT Janata Marina Indah melalui observasi lapangan baik itu langsung melalui wawancara maupun melalui referensi dari media elektronik.

e. Pengkajian data

Setelah penulis mendapatkan data-data yang diperlukan untuk perancangan, maka penulis akan melakukan pengkajian data berdasarkan keperluan perancangannya.

f. Penyusunan konsep

Setelah data yang diterima penulis dikaji, maka penulis akan menyusun konsep sebagaimana yang diharapkan agar dapat membantu PT Janata Marina Indah dalam mengembangkan usahanya melalui promosi yang penulis buat.

g. Proses perancangan

Berdasarkan konsep-konsep yang ada, maka penulis akan memulai perancangan company profile dengan membuat thumbnail dan lainnya hingga akhirnya sampai pada final design

h. *Final Design*

Setelah sekian banyak urutan yang dilakukan oleh penulis, diharapkan pada akhirnya mampu dihasilkan sebuah *company profile* yang sesuai dengan apa yang diinginkan pihak klien (PT Janata Marina Indah), dengan tidak meninggalkan konsep efektif, komunikatif dan informatif.

Skema Perancangan Komunikasi Visual

