

**PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE
PT. REALFOOD WINTA ASIA**



PERANCANGAN

oleh

MUHAMMAD NASHRULLAH

1512366024

**PROGRAM STUDI S-1 DESAIN KOMUNIKASI VISUAL
JURUSAN DESAIN FAKULTAS SENI RUPA
INSTITUT SENI INDONESIA YOGYAKARTA**

2022

**PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE
PT. REALFOOD WINTA ASIA**



PERANCANGAN

MUHAMMAD NASHRULLAH

1512366024

Tugas Akhir ini Diajukan kepada Fakultas Seni Rupa
Institut Seni Indonesia Yogyakarta Sebagai
Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Bidang
Desain Komunikasi Visual
2022

Tugas Akhir Perancangan berjudul :

PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE PT. REALFOOD WINTA ASIA

diajukan oleh MUHAMMAD NASHRULLAH, NIM 1512366024, Program Studi S-1 Desain Komunikasi Visual, Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta (90241), telah dipertanggungjawabkan di depan Tim Penguji Tugas Akhir pada tanggal 24 Juni 2022 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Pembimbing I/Penguji/Ketua Sidang

Daru Tunggul Aji, SS., MA.

NIP 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

Pembimbing II/Penguji

Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn.

NIP 19810615 201404 1 001 / NIDN 0015068106

Cognate/Penguji Ahli/Anggota

Andika Indrayana, S.Sn., M.Ds.

NIP 19821113 201404 1 001 / NIDN 0013118201

Ketua Program Studi DKV/Ketua/Anggota

Daru Tunggul Aji, SS., MA.

NIP 19870103 201504 1 002 / NIDN 0003018706

Ketua Jurusan/Ketua

Martino Dwi Nugroho, S.Sn., MT.

NIP 19770315 200212 1 005 / NIDN 0015037702

Mengetahui,

Dekan Fakultas Seni Rupa

Institut Seni Indonesia Yogyakarta

Dr. Timbul Raharjo, M.Hum.

NIP 1969 1108 199303 1 001 / NIDN 0008116906

KATA PENGANTAR

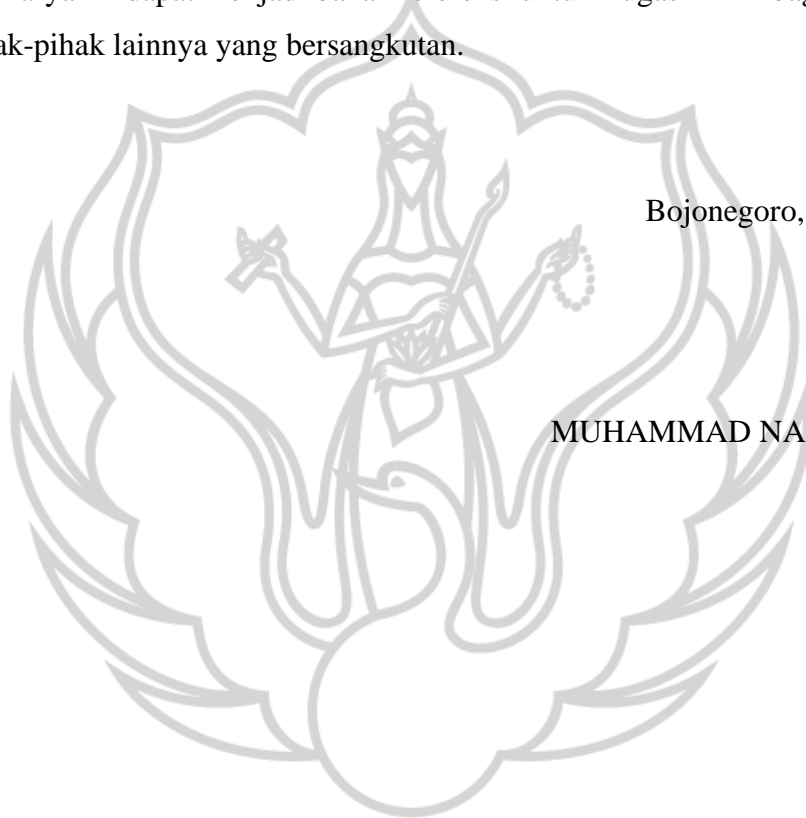
Segala puji dan syukur kepada Allah SWT Yang Maha Pengasih dan Maha Penguasa, karena telah memberikan rahmat dan karunia-Nya hingga saya dapat mengerjakan Tugas Akhir yang berjudul Perancangan Buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia ini. Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi syarat-syarat dan kewajiban untuk mencapai gelar Sarjana Desain di Institut Seni Indonesia Yogyakarta.

Penulis memohon maaf jika terdapat kekurangan dalam penyusunan tugas akhir ini. Semoga karya ini dapat menjadi bahan referensi untuk Tugas Akhir bagi mahasiswa lain dan pihak-pihak lainnya yang bersangkutan.

Bojonegoro, 31 Mei 2022

Penulis

MUHAMMAD NASHRULLAH



UCAPAN TERIMA KASIH

Tugas Karya Desain ini disadari tidak dapat terselesaikan tanpa bantuan moril dan materil selama proses penyusunan karya Tugas Akhir ini dari berbagai pihak. Ungkapan rasa terima kasih terbesar penulis haturkan kepada Allah SWT beserta alam semesta dan seisinya. Tidak lupa, dengan penuh rasa hormat, kasih, dan penghargaan penulis ucapkan terimakasih juga kepada:

1. Prof. M. Agus Burhan, M.Hum, selaku Rektor Intitut Seni Indonesia Yogyakarta;
2. Dr. Timbul Raharjo, M.Hum., selaku Dekan Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
3. Martino Dwi Nugroho, S. Sn., MA., selaku Ketua Jurusan Desain, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
4. Daru Tunggul Aji, SS., MA., selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual, Institut Seni Indonesia yogyakarta sekaligus selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing pertama Tugas Akhir, yang telah memberi ilmu, membimbing dan mencerahkan;
5. Kadek Primayudi, S.Sn., M.Sn., selaku Dosen Pembimbing kedua Tugas Akhir, yang telah memberi ilmu, membimbing dan mencerahkan;
6. Teman-teman Program Studi Desain Komunikasi Visual Institut Seni Indonesia Yogyakarta Angkatan 2015 “Anomali” yang senantiasa menemani dan memperjuangkan mimpi bersama-sama;
7. Segenap Dosen dan Karyawan program studi Desain Komunikasi Visual ISI Yogyakarta yang telah membantu segala proses belajar-mengajar selama menempuh Pendidikan di kampus ini;
8. Edwin Pranata selaku Owner perusahaan PT. Realfood Winta Asia, dengan izin dan restunya perancangan Tugas Akhir ini bisa berjalan dengan lancar;
9. Seluruh karyawan PT. Realfood Winta Asia yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, telah membantu akan pemberian informasi dan data yang dibutuhkan selama proses perancangan ini berjalan;
10. Kedua orang tua saya, ayahanda M. Ramli dan ibunda Puji Asih karena dukungan dan doanya telah menjadi penyemangat dan penggerak utama dalam segala proses kehidupan saya;

11. Kakak perempuan saya, Aulia Alfi yang selalu mendukung dan mendoakan;
12. Lina Noerma Aprilianika yang selalu membantu, menemani, mendukung, dan mendorong saya dalam segala proses pencarian ilmu dalam lika-liku kehidupan saya selama ini;
13. Teman-teman The Bocor Alus, Digas Paranggeni, Bagas Rahmanto, Bachtiar Andi, Dhean Hermansa, dan Ricardo Ponco P yang senantiasa berjalan dan berjuang bersama selama menempuh Pendidikan di Institut Seni Indonesia Yogyakarta;
14. Teman-teman Fine House yang jenaka Lingga Satya, Arjuna Kresna, Widi, Awang K, Iwan Suastika, Anthonia;
15. Teman-teman komunitas FK UPH Bojonegoro yang selalu menghibur dikala saya sedang kesepian;
16. Teman bekerja saya dikantor Uke Rahma, Herman, Fais, Tyo, Amik, Bu Galuh, Mbak Wiwik, Fatia, Shabrina yang selalu siap membantu dikala kesusahan;
17. Dicky Londho dan Rifa'I Oblek selaku teman yang mau untuk berkeluh kesah;
18. Pihak-pihak lain yang telah mendukung dan mendoakan namun tidak dapat saya sebutkan satu persatu.

Mohon maaf jika ada kekurangan dan kesalahan dalam Tugas Akhir ini. Semoga kedepannya Tugas Akhir ini dapat menjadi sumber inspirasi dan referensi ide kreatif untuk perancangan Tugas Akhir selanjutnya dan bermanfaat bagi banyak pihak.

Bojonegoro, 31 Mei 2022

Penulis

MUHAMMAD NASHRULLAH

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini dengan nama:

Nama : MUHAMMAD NASHRULLAH

Nomor Mahasiswa : 1512366024

Program Studi : Desain Komunikasi Visual

Jurusan : Desain

Fakultas : Seni Rupa

Menyatakan bahwa laporan Karya Tugas Akhir berjudul “PERANCANGAN BUKU COMPANY PROFILE PT. REALFOOD WINTA ASIA” yang dibuat untuk melengkapi Sebagian persyaratan menjadi Sarjana Desain pada Program Studi Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa, Institut Seni Indonesia Yogyakarta, merupakan karya hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan dari penulis sendiri, baik dari naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari laporan Tugas Akhir ini. Apabila terdapat karya orang lain, penulis akan mencantumkan sumber secara jelas.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan norma yang berlaku diperguruan tinggi ini.

Bojonegoro, 31 Mei 2022

Penulis

MUHAMMAD NASHRULLAH

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : MUHAMMAD NASHRULLAH
Nomor Mahasiswa : 1512366024
Program Studi : Desain Komunikasi Visual
Jurusan : Desain
Fakultas : Seni Rupa
Jenis : Tugas Akhir Perancangan

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, saya menyerahkan karya ilmiah berupa Tugas Akhir dengan Judul “Perancangan Buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia” dengan ini menyatakan:

1. Memberi Hak bebas royalti kepada perpustakaan ISI Yogyakarta atas penulisan karya ilmiah saya, demi pembangunan ilmu pengetahuan.
2. Memberi hak menyimpan, mengalih mediakan atau mengalih formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikan, serta menampilkannya dalam bentuk softcopy untuk kepentingan akademis kepada Perpustakaan ISI Yogyakarta, tanpa perlu melibatkan izin dari Saya, selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta.
3. Bersedia dan menjamin untuk menanggung secara probadi tanpa melibatkan pihak perpustakaan ISI Yogyakarta dari semua bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran hak cipta dalam karya ilmiah ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan semoga dapat digunakan semestinya.

Bojonegoro, 31 Mei 2022

Penulis

MUHAMMAD NASHRULLAH

ABSTRAK

Judul : Perancangan Buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia

Nama : Muhammad Nashrullah

Perancangan buku Company Profile ini dibuat untuk memperluas pemasaran produk dari PT. Realfood Winta Asia, dimana target audiensnya yaitu perusahaan yang akan menjadi rekan bisnis. Perancangan ini dibuat dengan tujuan PT. Realfood Winta Asia mempunyai media penunjang dalam pelaksanaan strategi pemasaran terhadap perusahaan yang akan menjadi rekan bisnisnya. Metode perancangan yang digunakan dalam melibatkan wawancara dari pihak terkait seperti pengelola perusahaan hingga rekan bisnis dari PT. Realfood Winta Asia.

Buku Company profile ini menggunakan tema “*healthy life, healthy consume*” dan menggunakan pendekatan nuansa senang dan energik dengan *public figure* sebagai representasi dari setiap varian produknya. Buku ini akan dicetak sampul *hard cover* dengan finishing *spot uv* diharapkan mampu memberi kesan eksklusifitas pada buku ini dan membuatnya menjadi lebih menarik.

Diharapkan dengan perancangan buku Company Profile ini akan menjadi sumber informasi yang tepat untuk rekan bisnis yang ditargetkan dan dapat menjawab pertanyaan mengenai profile PT. Realfood Winta Asia.

Kata kunci: Buku Company Profile, PT. Realfood Winta Asia.

ABSTRACT

Title : Design Project of Company Profile Book PT. Realfood Winta Asia

By : Muhammad Nashrullah

The design of this Company Profile book was made to expand the product marketing of PT. Realfood Winta Asia, where the target audience is companies that will become business partners. This design was made with the aim of PT. Realfood Winta Asia has supporting media in implementing marketing strategies for companies that will become business partners. The design method used involves interviews from related parties such as company managers to business partners from PT. Realfood Winta Asia.

This company profile book uses the theme “healthy life, healthy consume” and uses a happy and energetic approach with a public figure as a representation of each product variant. This book will be printed on a hard cover with a spot uv finishing. It is hoped that this book will give the impression of exclusivity and make it more attractive.

It is hoped that with the design of this Company Profile book, it will be the right source of information for targeted business partners and can answer questions about the profile of PT. Realfood Winta Asia.

Kywords: Company Profile Book, PT. Realfood Winta Asia.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	3
C. Rumusan Masalah	4
D. Tujuan Perancangan	4
E. Batasan Lingkup Perancangan	4
F. Manfaat Perancangan	4
G. Definisi Operasional.....	5
H. Metode Perancangan	5
I. Metode Analisis Data	6
J. Skematika Perancangan.....	7
BAB II IDENTIFIKASI DAN ANALISIS DATA	8
A. Studi Literatur	8
B. Data Perusahaan	27
C. Data Produk	41
D. Analisis Pemasaran	65
E. Analisis Data	66
F. Kesimpulan Analisis Data	67
BAB III KONSEP PERANCANGAN.....	67
A. Konsep Kreatif	67
B. Konsep Media	87
C. Program Media.....	89
BAB IV VISUALISASI DESAIN	89
A. Tujuan Desain	89
B. Desain Terpilih.....	89

BAB V PENUTUP	134
A. Kesimpulan	134
B. Saran.....	134
DAFTAR PUSTAKA	135
LAMPIRAN	136



DAFTAR TABEL

Bagian 2.1 Produk-produk yang dipasarkan.....	31
Bagian 2.2 Varian produk PT. Realfood Winta Asia.....	39
Bagian 2.3 Spesifikasi Produk.....	47
Bagian 2.4 Harga & manfaat produk.....	52
Bagian 2.5 Tabel analisis data 5W + 1H.....	73



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Skematika Perancangan Buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia,	7
Gambar 2. 1 Column Layout	20
Gambar 2. 2 Font Serif, Times New Roman	22
Gambar 2. 3 Sans Serif, Poppins	23
Gambar 2. 4 Font Script, Holland.....	24
Gambar 2. 5 Lingkaran Warna dan Klasifikasinya.....	26
Gambar 2. 6 Struktur PT. Realfood Winta Asia.....	27
Gambar 2. 7 Produk Stay Fit	28
Gambar 2. 8 Produk Forever Young.....	28
Gambar 2. 9 Produk Forever Young Plus	29
Gambar 2. 10 Produk Royal Wellness	29
Gambar 2. 11 Produk Pure Wellness	29
Gambar 2. 12 Produk Ever Glow	30
Gambar 2. 13 Produk Ever Glow Plus.....	30
Gambar 2. 14 Produk Wonder Mom.....	31
Gambar 2. 15 Produk Super Mom	31
Gambar 2. 16 Produk Forever Glow.....	32
Gambar 2. 17 Produk Bright Sight	32
Gambar 2. 18 Produk Hair Power.....	33
Gambar 2. 19 Produk Realfood Up – Dates.....	33
Gambar 2. 20 Produk Realfood Up – Peach	33
Gambar 2. 21 Produk Realfood Up – Original.....	34
Gambar 2. 22 Produk Realfood Jelly Flawless	34
Gambar 2. 23 Tampak Depan Bangunan Perusahaan.....	37
Gambar 2. 24 Cafeteria Perusahaan.....	37
Gambar 2. 25 Auditorium	38
Gambar 2. 26 Meeting Room	38
Gambar 2. 27 Production Area.....	38
Gambar 2. 28 Quality Control	39
Gambar 2. 29 Production Area.....	39
Gambar 2. 30 Area Packing	40
Gambar 2. 31 Production Area.....	40
Gambar 2. 32 Warehouse.....	40
Gambar 2. 33 Logo Product Fit With Realfood	41
Gambar 2. 34 Logo Product Realfood Up.....	41
Gambar 2. 35 Logo Product Realfood Jelly	41
Gambar 2. 36 Landscape Produk Stay Fit.....	42
Gambar 2. 37 Landscape Produk Forever Young	42

Gambar 2. 38 Landscape Produk Forever Young Plus.....	42
Gambar 2. 39 Landscape Produk Royal Wellness.....	43
Gambar 2. 40 Landscape Produk Pure Wellness.....	43
Gambar 2. 41 Landscape Produk Ever Glow	43
Gambar 2. 42 Landscape Produk Ever Glow Plus	43
Gambar 2. 43 Landscape Produk Wonder Mom	44
Gambar 2. 44 Landscape Produk Super Mom.....	44
Gambar 2. 45 Landscape Produk Forever Glow	44
Gambar 2. 46 Landscape Produk Bright Sight.....	44
Gambar 2. 47 Landscape Produk Hair Power	45
Gambar 2. 48 Landscape Produk Realfood Up - Dates	45
Gambar 2. 49 Landscape Produk Realfood Up - Peach.....	45
Gambar 2. 50 Landscape Produk Realfood Up - Original	46
Gambar 2. 51 Landscape Produk Realfood Jelly - Flawless	46
Gambar 2. 52 FWR Pricelist Stay Fit	47
Gambar 2. 53 FWR Pricelist Forever Young.....	47
Gambar 2. 54 FWR Pricelist Forever Young.....	48
Gambar 2. 55 FWR Pricelist Royal Wellness	48
Gambar 2. 56 FWR Pricelist Pure Wellness	49
Gambar 2. 57 FWR Pricelist Ever Glow.....	49
Gambar 2. 58 FWR Pricelist Ever Glow Plus	49
Gambar 2. 59 FWR Pricelist Wonder Mom.....	50
Gambar 2. 60 FWR Pricelist Super Mom	50
Gambar 2. 61 FWR Pricelist Forever Glow	51
Gambar 2. 62 FWR Pricelist Brightsight	51
Gambar 2. 63 FWR Pricelist Brightsight	51
Gambar 2. 64 FWR Pricelist Realfood Up Dates.....	52
Gambar 2. 65 FWR Pricelist Realfood Up Peach.....	52
Gambar 2. 66 FWR Pricelist Realfood Up Original	52
Gambar 2. 67 Realfood Jelly Pricelist – Flawless	53
Gambar 2. 68 Gerakan Matoh 5 Kec. Sekar, Kab. Bojonegoro	55
Gambar 2. 69 Gerakan Matoh 5 Kec. Sekar, Kab. Bojonegoro	56
Gambar 2. 70 Gerakan Matoh 5 Kec. Sekar, Kab. Bojonegoro	56
Gambar 2. 71 Gerakan Matoh 5 Kec. Sekar, Kab. Bojonegoro	56
Gambar 2. 72 Gerakan Matoh 5 Kec. Sekar, Kab. Bojonegoro	57
Gambar 2. 73 Berbagi RS. Kramat 128 Jakarta	57
Gambar 2. 74 Realfood Berbagi RS. Pelni.....	57
Gambar 2. 75 Realfood Berbagi RSUD Tarakan	58
Gambar 2. 76 Realfood Berbagi RS. Bhayangkara, Bojonegoro	58
Gambar 2. 77 Instagram Profile Fit With Realfood.....	59
Gambar 2. 78 Instagram Profile Realfood Up.....	60
Gambar 2. 79 Instagram Profile Realfood Jelly	61

Gambar 2. 80 Halaman Website Fit With Realfood.....	62
Gambar 2. 81 Halaman Website Realfood Up	62
Gambar 2. 82 Halaman Website Realfood Jelly.....	63
Gambar 2. 83 Halaman Profile Youtube Realfood Indonesia.....	63
Gambar 2. 84 Halaman Profile Facebook Fit With Realfood	64
Gambar 2. 85 Halaman Profile Facebook Realfood Up	64
Gambar 2. 86 Halaman Profil Facebook Realfood Jelly.....	65
Gambar 3. 1 Foto Produk dengan Model Event CNY 2021	71
Gambar 3. 2 Foto Produk Forever Young.....	72
Gambar 3. 3 Foto Produk dengan Model, Songkang 2021	73
Gambar 3. 4 Sistem Warna Dalam Buku	74
Gambar 3. 5 Font Lato Family	76
Gambar 3. 6 Karakter dalam Font Lato	76
Gambar 3. 7 Elemen Grafis Untuk Menjelaskan Sebuah Penjelasan Produk	77
Gambar 3. 8 Elemen Grafis Untuk Menjelaskan Sebuah Penjelasan Produk	77
Gambar 4. 1 Judul Buku.....	90
Gambar 4. 2 Judul Buku.....	90
Gambar 4. 3 Asset Visual.....	91
Gambar 4. 4 Sketsa Kasar Ilustrasi Bangunan Budaya Bojonegoro.....	92
Gambar 4. 5 Ilustrasi Bangunan Budaya Bojonegoro	92
Gambar 4. 6 Sketsa Kasar Ilustrasi Research & Developement.....	93
Gambar 4. 7 Ilustrasi Research & Developement	93
Gambar 4. 8 Sketsa Kasar Ilustrasi Packing.....	94
Gambar 4. 9 Ilustrasi Packing	94
Gambar 4. 10 Sketsa Kasar Ilustrasi Research & Developement 2	95
Gambar 4. 11 Ilustrasi Research & Developement	95
Gambar 4. 12 Sketsa Kasar Ilustrasi Team Work.....	96
Gambar 4. 13 Ilustrasi Team Work	96
Gambar 4. 14 Sketsa Kasar Ilustrasi Warehouse.....	97
Gambar 4. 15 Ilustrasi Warehouse.....	97
Gambar 4. 16 Sketsa Kasar Ilustrasi Singapore	98
Gambar 4. 17 Ilustrasi Singapore	98
Gambar 4. 18 Sketsa Kasar Ilustrasi Product	99
Gambar 4. 19 Ilustrasi Product.....	99
Gambar 4. 20 Sketsa Kasar Ilustrasi Mission & Vission	100
Gambar 4. 21 Ilustrasi Mission & Vission.....	100

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Bisnis tidak sebatas hubungan antara perusahaan dengan kustomer, melainkan juga antar perusahaan. Hal tersebut semakin penting terutama pada jaman sekarang, dimana kerjasama antar perusahaan semakin terbuka.

Indonesia sekarang sedang berada di industri 4.0 dimana banyak perusahaan saling berlomba untuk menjadi yang terbaik, dengan membangun sebuah *branding* yang mampu merepresentasikan perusahaan dengan baik dan benar. Kotler (2009;258) menyebutkan bahwa, *branding* merupakan nama, istilah, tanda, simbol, rancangan atau kombinasi dari sebuah perusahaan yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau produk yang dijualnya. Disisi lain media dalam membangun sebuah *branding* saat ini sangatlah pesat perkembangannya, sehingga berbagai macam alternatif media muncul untuk memenuhi tujuan *branding* dalam sebuah perusahaan. Adapun beberapa media dalam pembangunan sebuah *branding* yaitu poster, majalah, banner, brosur, katalog, kartu nama, sosial media, website dan media cetak buku Company Profile.

Selain media yang menjadi penunjang untuk pembangunan sebuah *branding*, terdapat juga sebuah konten yang ingin disampaikan oleh perusahaan kepada kustomer, konten itu berupa konten Instagram, Youtube, Facebook, Website, dan sebagainya apabila ingin menggunakan media digital dan terdapat juga konten media cetak yang berupa brosur promosi bisa tentang potongan harga, konten kartu nama yang berisikan kontak pribadi dan juga alamat, katalog yang berisikan konten produk yang dijual, majalah yang berisikan pencapaian, dan juga media cetak buku yang berisikan profil perusahaan secara menyeluruh atau yang biasa disebut buku Company Profile.

Dalam media cetak buku dengan isi konten Company Profile memiliki peranan cukup penting bagi sebuah perusahaan karena dapat merepresentasikan visi dan misi perusahaan. Company Profile merepresentasikan citra dan sikap profesional sebuah

perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif dan edukatif karena terdapat unsur *visual* berupa gambar dan teks, terlebih lagi jika ditambahkan unsur nilai terhadap media cetak fisik, hal ini akan mampu menimbulkan ketertarikan konsumen secara langsung terhadap perusahaan.

PT Realfood Winta Asia adalah perusahaan *food & beverage* asal Indonesia dengan sarang burung walet sebagai bahan bakunya. PT Realfood Winta Asia sendiri memiliki misi menyebarkan gaya hidup sehat masyarakat Indonesia, dimulai dari generasi muda. Perjalanan PT Realfood Winta Asia sendiri berawal pada tahun 2011, dimana saat pemilik perusahaan Edwin Pranata, mengalami sakit ketika masih berada di Seattle, Amerika Serikat. Dirinya merasa kesulitan mengolah sarang burung walet untuk dikonsumsi sehingga dirinya merasa tertarik untuk mempelajari serta menggali lebih jauh manfaat kaviar dari timur tersebut secara mendalam. Lalu setelahnya dilanjutkanlah riset secara mendalam selama 1.289 kali sehingga terciptalah produk pertama pada tahun 2016. Setelah itu PT. Realfood Winta Asia selalu melakukan inovasi dan terobosan baru untuk pengembangan produknya sehingga sampai pada tahun 2021, PT. Realfood Winta Asia telah mengeluarkan 18 varian dalam produknya.

PT. Realfood Winta Asia telah melakukan berbagai strategi marketing dalam memasarkan produk yang dijualnya, mulai dari penjualan offline, online, mitra usaha, hingga pada sampai pemasaran terhadap sesama perusahaan. Dalam melakukan usaha pemasaran kepada perusahaan yang akan menjadi rekan bisnisnya PT. Realfood Winta Asia tidak hanya cukup menggunakan media digital saja sebagai sumber informasinya, karena terdapat hal-hal yang lebih intim dalam proses pendekatan personalnya demi mencapai sebuah kepercayaan dari rekan bisnis yang akan menjadi target marketnya, oleh karena itu media lain berupa media cetak buku yang secara langsung mampu disampaikan secara *face to face* oleh PT. Realfood Winta Asia menjadi sangatlah penting untuk dijadikan sebagai media utama dalam memasarkan sebuah produk dan penyampaian profil perusahaan.

Berumur kurang lebih 6 tahun PT. Realfood Winta Asia masih tergolong sangat muda karena selain masih belum banyak yang tahu, PT. Realfood Winta Asia juga masih dalam tahap pengembangan produk dan juga pengenalan produk. Sehingga

perancangan Company Profile adalah sebuah langkah untuk memenuhi tahapan yang akan dilakukan demi mendukung efektifitas dalam melakukan pemasaran terhadap perusahaan yang akan dijadikan sebagai rekan bisnis.

PT. Realfood Winta Asia terdorong untuk membuat Company Profile dalam bentuk buku dengan tujuan agar bisa mencakup lebih banyak informasi yang mana sebelumnya hanya berupa brosur, sehingga kurang terlihat menarik dan kurang dapat mencakup banyak informasi didalamnya ketika digunakan dalam proses promosi ke rekan bisnis. Company Profile dalam bentuk buku ini diharapkan bisa memberikan lebih banyak nilai informasi yang harus disampaikan dalam proses promosi PT. Realfood Winta Asia secara menyeluruh kepada rekan bisnis.

Buku company profile bertujuan untuk menyampaikan informasi mulai dari tahun 2016 sampai 2021 mengenai apa saja produk yang ditawarkan, bagaimana sistem pengelolaan produk PT. Realfood Winta Asia. Dalam merangkum hal tersebut maka PT. Realfood Winta Asia membutuhkan media yang cocok guna menunjang pertumbuhan perusahaan.

B. Identifikasi Masalah

Dari beberapa uraian yang dikemukakan pada latar belakang, maka dapat diidentifikasi masalah-masalah sebagai berikut:

1. PT. Realfood Winta Asia mengembangkan pemasaran produknya terhadap sesama perusahaan untuk menjadikannya rekan bisnis.
2. PT. Realfood Winta Asia membutuhkan media cetak yang mampu menunjang strategi pemasaran produknya terhadap perusahaan yang akan menjadi rekan bisnisnya.
3. PT Realfood Winta Asia membutuhkan media cetak berbentuk buku yang mampu mengemas profil perusahaan secara *practice* guna untuk diberikan kepada rekan bisnis.

C. Rumusan Masalah

Bagaimana merancang buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia sehingga mampu digunakan untuk media promosi terhadap rekan bisnis?

D. Tujuan Perancangan

Tujuan dari perancangan ini agar PT. Realfood Winta Asia mempunyai media penunjang dalam pelaksanaan strategi pemasaran terhadap perusahaan yang akan menjadi rekan bisnisnya.

E. Batasan Lingkup Perancangan

Meninjau latar belakang permasalahan pada penelitian ini, maka penelitian mengenai perancangan buku Company Profile PT Realfood Winta Asia ini menetapkan batasan lingkup perancangannya pada ruang lingkup profil perusahaan dan varian produk terbaru mulai dari tahun 2016 hingga tahun 2021.

F. Manfaat Perancangan

a. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam perancangan ini yaitu:

1. Hasil penelitian ini mampu menjadi bahan referensi kepustakaan dan acuan riset mengenai perancangan Company Profile dalam bentuk buku.
2. Bisa dijadikan sumber referensi dan bahan pertimbangan mengenai perancangan atau objek yang sejenis.
3. Mampu mengetahui proses pemecahan masalah dengan menggunakan literatur yang tepat.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi Perusahaan

Hasil dari perancangan ini dapat digunakan sebagai media untuk mengenalkan profil dan produk PT. Realfood Winta Asia, harapannya adalah agar konsumen maupun partner bisnis perusahaan lebih mudah memahami profil PT Realfood Winta Asia dan tertarik untuk menjalin kerjasama.

2. Bagi Masyarakat

Hasil perancangan ini mampu menjadi bahan bacaan untuk mengetahui profil PT. Realfood Winta Asia secara lebih mendalam.

3. Bagi Praktisi Desain

Hasil dari perancangan ini dapat digunakan sebagai contoh atau referensi dalam pemecahan masalah yang sejenis dengan objek yang serupa.

G. Definisi Operasional

1. Company Profile

Menurut Lusyani Sunarya S.Sn. dalam Diktat Mata Kuliah Desain Karakter and Modeling (2010:45) Company Profile adalah sebuah asset suatu Lembaga atau perusahaan yang biasa digunakan sebagai tanda pengenal dalam melakukan komunikasi yang baik dan Kerjasama dalam lingkup dalam perusahaan, mitra usaha ataupun pihak-pihak terkait lainnya diluar lingkungan tersebut.

2. PT. Realfood Winta Asia

PT Realfood Winta Asia adalah perusahaan *food & beverage* asal Indonesia dengan sarang burung walet sebagai bahan bakunya dan menggunakan kemasan higienis yang ramah lingkungan.

H. Metode Perancangan

Dalam perancangan buku Company Profile ini beberapa data yang dibutuhkan yaitu berupa pengumpulan data secara langsung mengenai PT. Realfood Winta Asia.

1. Data

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data dalam pemberian informasi yang dilakukan secara langsung dalam sebuah perancangan.

- Hasil wawancara dengan pemilik perusahaan
- Hasil wawancara dengan rekan bisnis
- Hasil observasi langsung perusahaan

b. Data Sekunder

Sebuah data yang diperoleh secara tidak langsung. Dalam perancangan ini data sekunder tersebut berupa dokumentasi berupa foto dari arsip lembaga yang bersangkutan.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dalam perancangan ini yaitu:

a. Metode Wawancara

Metode dilakukan secara langsung terhadap pemilik perusahaan dan karyawan PT. Realfood Winta Asia. Yang di wawancara pertama adalah Bapak Pranata Edwin selaku CEO perusahaan.

b. Metode Observasi

Metode observasi dilakukan dengan pengamatan dan mengobservasi di lapangan secara langsung untuk mengumpulkan data yang diperlukan. Yang di observasi yaitu meliputi cara kerja dan bagaimana penampilan perusahaan PT. Realfood Winta Asia secara langsung di lapangan kerja mereka

c. Metode Dokumentasi

Metode dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan sumber penelitian atau objek dari dokumen atau catatan dari peristiwa yang sudah berlalu, baik dalam tulisan ataupun gambar.

3. Instrumen/Alat Pengumpulan Data

Instrumen/alat yang akan digunakan untuk mengumpulkan data diantaranya adalah buku catatan, buku sketsa, pena, pensil, laptop, audio record, handphone dan kamera.

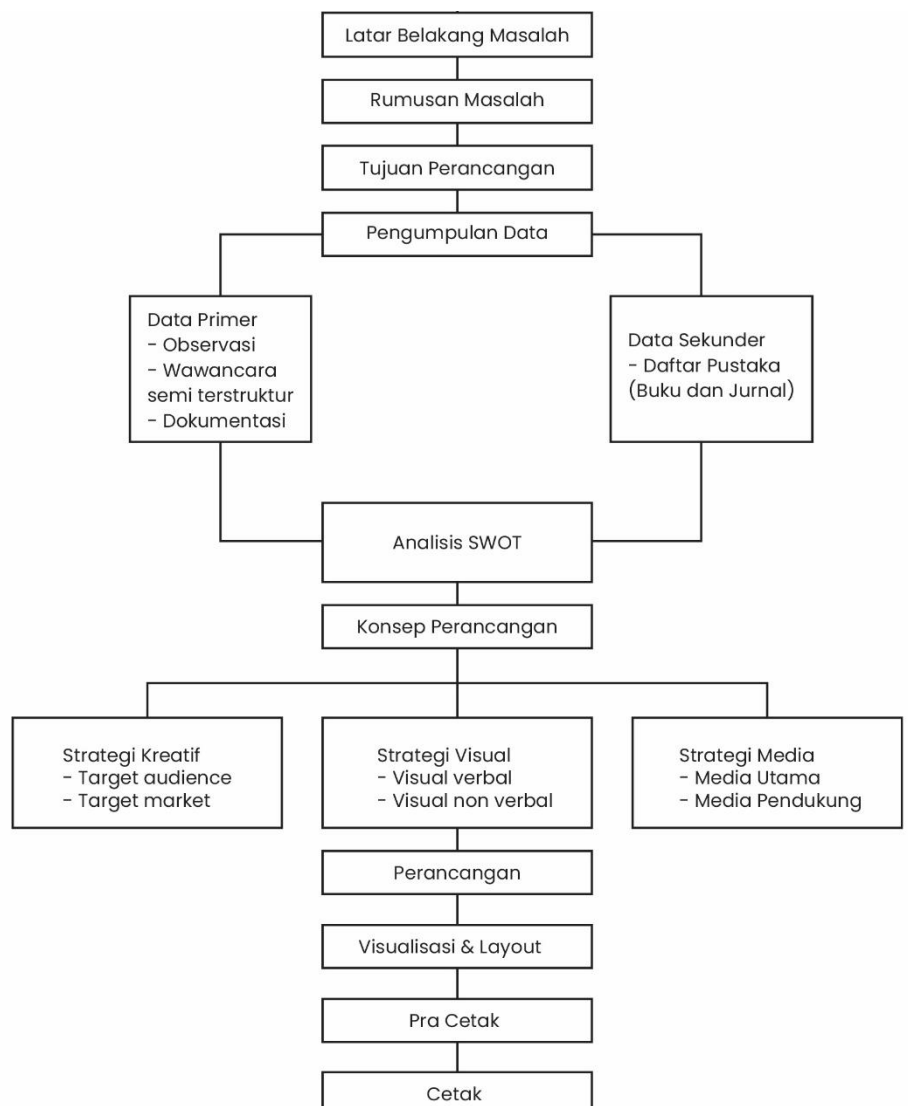
I. Metode Analisis Data

Semua data yang dikumpulkan pada penelitian ini kemudian akan dianalisis menggunakan analisis 5W dan 1 H yang meliputi:

1. *What*: Apa yang menjadi masalah sehingga perusahaan tersebut perlu perancangan untuk membuat buku Company Profile ini?
2. *Why*: Mengapa Company Profile perusahaan ini perlu disampaikan melalui buku?

3. *Who*: Siapa target sasaran dalam upaya penyampaian isi dari buku Company Profile perusahaan ini?
4. *When*: Kapan media tersebut akan dipublikasikan?
5. *Where*: Dimana saja jangkauan dari media tersebut?
6. *How*: Bagaimana media tersebut dapat sampai ke target market?

J. Skematika Perancangan



Gambar 1. 1 Skematika Perancangan Buku Company Profile PT. Realfood Winta Asia,
Sumber: M. Nashrullah, 2022