

PERANCANGAN BUKU *COMPANY PROFILE* UMKM YUSTICA HIJAB

Ayu Auliya Husnaa¹, Ade Noor Riyadhi², Muchliyanto³

*Program Studi Desain Grafis, Jurusan Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta,
Jl. Prof. Dr. G. A. Siwabessy, Kampus UI, Depok¹
ayu.auliyahusnaa.tgp18@mhs.wpnj.ac.id¹*

ABSTRAK

Yustica Hijab merupakan salah satu UMKM fashion muslim yang telah melakukan *endorsement* ke influencer dengan cukup besar untuk mempromosikan produknya melalui sosial media Instagram dan ingin memperluas target market dengan cara bekerjasama dengan mitra bisnis, influencer dan mengikuti lomba bisnis, namun Yustica Hijab belum memiliki buku *company profile*, oleh karena itu Yustica Hijab perlu buku *company profile* yang bisa memperlihatkan *brand* dan kelebihan yang dimilikinya. Metode perancangan yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dokumentasi dan studi literatur. Metode riset desain yang digunakan adalah *design thinking* dengan tujuh tahapan yaitu *define, research, ideate, prototype, select, implement, dan learn*. Perancangan ini menggunakan gaya desain yang sesuai dengan karakteristik yang dimiliki Yustica Hijab, yaitu minimalis dimana *white spaces* digunakan untuk memberi ruang pada elemen-elemen desain yang digunakan, feminim ditampilkan dengan penggunaan warna *corporate color* Yustica Hijab yaitu warna pink serta penggunaan *font script* dan elegan ditampilkan dengan penggunaan *font serif* dan penyusunan foto yang konsisten. Buku *company profile* ini diharapkan bisa menjadi media untuk bekerja sama dengan mitra bisnis, *influencer* dan mengikuti lomba bisnis bagi Yustica Hijab

Kata kunci: *Book, Company profile, UMKM, Hijab*

ABSTRACT

Yustica Hijab is one of the Muslim fashion UMKM who has endorsed influencers big enough to promote their products through Instagram social media and want to expand their target market by collaborating with business partners, influencers and participating in business competitions, but Yustica Hijab does not yet have a company profile book, therefore Yustica Hijab needs a company profile book that can show the brand and its advantages. The design method used is descriptive qualitative with data collection through interviews, documentation observation and literature study. The design research method used is design thinking with seven stages, namely define, research, ideate, prototype, select, implement, and learn. This design uses a design style that is in accordance with the characteristics of Yustica Hijab, which is minimalist where white spaces are used to make room for the design elements used, feminine displayed with the use of corporate color Yustica Hijab color pink and the use of script fonts and elegant displayed with the use of serif fonts and the preparation of consistent photos. This company profile book is expected to be a medium for working with business partners, influencers and participating in business competitions for Yustica Hijab

Keywords: *Book, Company profile, UMKM, Hijab*

PENDAHULUAN

Negara pengembang busana muslim terbaik di dunia saat ini berlokasi di Indonesia, hal tersebut menjadikan hijab sebagai salah satu busana muslim sangat familiar bagi Wanita Indonesia. [1] Ada lebih dari 100 UMKM dilibatkan pada *Indonesia Hijab Walk* di bulan maret 2022 lalu, [2] dengan terlibatnya UMKM pada acara tersebut mengakibatkan semakin ketatnya persaingan bisnis UMKM yang bergerak di bidang fashion, khususnya hijab. Salah satu UMKM yang bergerak dibidang fashion muslim khususnya hijab adalah Yustica Hijab, yang berdiri pada tahun 2019, berlokasi di Majalengka, Jawa Barat. Yustica Hijab melakukan *endorsement* ke influencer dengan cukup besar untuk mempromosikan produknya melalui sosial media Instagram dan sudah cukup dikenal oleh banyak orang, tetapi dengan terus meningkatnya persaingan, Yustica Hijab ingin memperluas target market dengan cara bekerjasama dengan mitra bisnis, influencer dan mengikuti lomba bisnis. *Company profile* merupakan media yang didalamnya berisi informasi dan gambaran umum mengenai kegiatan tentang perusahaan.[3] *Company profile* berbentuk buku bisa memberi informasi secara lengkap dan baik tentang perusahaan, [4] namun Yustica Hijab belum memiliki buku *company profile*. Yustica Hijab perlu buku *company profile* yang bisa memperlihatkan brand dan kelebihan yang dimiliki.

Tujuan perancangan ini adalah untuk memaparkan proses, konsep, teori, isi/materi dan material yang digunakan pada perancangan buku *company profile*. Manfaat perancangan ini untuk klien yaitu merancang buku *company profile* yang informatif dan kreatif sesuai karakter brand agar dapat bersaing dengan competitor sejenis. Perancangan buku *company profile* ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi dunia akademis agar bisa menjadi referensi atau informasi tambahan dalam menjawab permasalahan sejenis atau dilanjutkan pada penelitian berikutnya oleh peneliti lain. Perancangan buku *company profile* ini diharapkan dapat bermanfaat bagi dunia akademis sebagai tambahan referensi konsep pada perancangan *company profile* yang lain dengan memperhatikan prinsip desain dan elemen yang selaras dengan citra brand.

Company profile memiliki fungsi sebagai media yang bisa digunakan sebagai identitas perusahaan ketika menjalankan kerjasama dengan perusahaan lain[3]. *Company profile* juga dapat digunakan untuk mempromosikan *brand*, menunjukkan karakter yang unik pada perusahaan, dan menciptakan cerita dari sebuah brand[5]. Teori yang digunakan dalam menunjang perancangan ini, yaitu teori tentang anatomi *company profile*, layout, tipografi, warna, jenis-jenis kertas cetak. Anatomi *company profile* dapat disusun dengan fleksibel, sesuai dengan kebutuhan, umumnya susunan *company profile* terdiri dari cover depan, kata pengantar, tentang perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi, produk/jasa yang ditawarkan, kelebihan perusahaan, pengalaman perusahaan, galeri foto/produk, testimoni, cover belakang, dan informasi tambahan lainnya[6]. Layout merupakan proses penyusunan elemen-elemen desain seperti teks dan gambar pada halaman [7] Layout memiliki dua elemen dengan peran yang berbeda-beda, diantaranya adalah elemen konstruksi yang bersifat invisibel seperti margin, serta grid dan elemen konten yang dapat dibaca seperti teks, dan elemen visual [8]. Tipografi berperan penting untuk perancangan *company profile* agar informasi yang

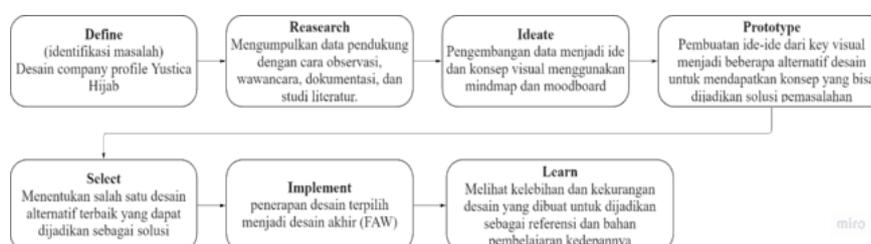
disampaikan dapat dipahami dengan jelas[3]Tipografi dibagi menjadi 4 jenis, yaitu serif, sans serif, script, dan dekoratif [7]. Menurut Sihombing, ukuran tipografi yang biasa digunakan pada judul adalah 14pt, dan pada body text berukuran maksimal 12pt[9]. Menurut Anggraini dan Nathalia, salah satu unsur desain yang menarik perhatian adalah warna, warna dapat mempengaruhi kesan yang ingin disampaikan pada sebuah desain[7]. Menurut Rustan, kertas merupakan hal yang paling penting untuk menentukan tampilan akhir pada media cetak. Kertas dibedakan menjadi beberapa jenis, yaitu kertas HVS dan HVO, art paper, art carton, matte paper, book paper, linen dan concord, serta fancy paper[10].

METODE PENELITIAN

Perancangan buku *company profile* Yustica Hijab ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi dokumentasi dan studi literatur. Berikut pemaparannya:

- a. Wawancara
Wawancara dilakukan dengan pemilik brand yaitu Mellania Yustica dan juga pihak-pihak yang sudah pernah bekerja sama dengan Yustica Hijab secara daring.
- b. Observasi
Observasi dilakukan melalui highlight dan tag yang ada di social media instagram @yustica.hijab dengan mengamati testimoni konsumen yang telah membeli produk Yustica Hijab, dan juga terhadap kompetitor-kompetitor Yustica Hijab untuk mendapatkan informasi mengenai gaya hidup dan status ekonomi sosial konsumen Yustica Hijab yang dapat digunakan sebagai acuan dalam membuat desain *company profile*.
- c. Dokumentasi
Dokumentasi dilakukan dengan cara melihat desain yang digunakan pada *feeds* media sosial Instagram @yustica.hijab dan cara menginformasikan dan mempromosikan produknya.
- d. Study literatur
Study literatur digunakan untuk mendapatkan data dan informasi yang berisi data teoritis yang berhubungan dengan objek perancangan *company profile* Yustica Hijab, data dan informasi tersebut diambil dari buku, jurnal, artikel dan situs.

Data yang telah terkumpul dari proses wawancara, observasi dan dokumentasi kemudian dianalisis menggunakan metode Analisa SWOT yang kemudian menghasilkan arahan kreatif/*creative brief*. Metode riset desain yang digunakan pada perancangan *company profile* Yustica Hijab adalah *design thinking*. *Design thinking* menurut Gavin Ambrose dan Paull Harris terdiri dari tujuh tahap yaitu *define, research, ideate, prototype, select, implement, dan learn* [11]



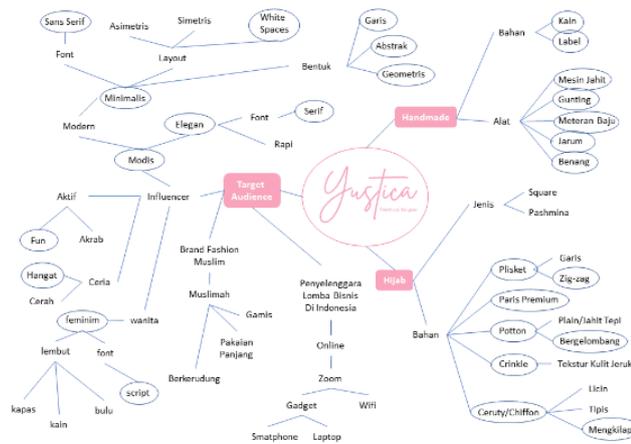
Gambar 1. Flowchart perancangan buku company profile

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses perancangan dan pemaparan konsep buku *company profile* ini dimulai dari tahap *ideate*, *prototype*, *select*, *implementasi*, dan *learn* yang dilakukan setelah tahap mengidentifikasi masalah (*define*) dan riset (*reaserch*) yang telah dilakukan sebelumnya.

1. Ideate

Tahap *ideate* ini dilakukan untuk mendapatkan konsep visual yang akan digunakan pada buku *company profile* Yustica Hijab dengan menggunakan metode mindmapping dan moodboard. Pada mindmapping terdapat kata kunci yang dijadikan sebagai informasi dasar yang dikembangkan yaitu *handmade*, hijab, dan target market sehingga mendapatkan *key visual*.



Gambar 2. Mind map

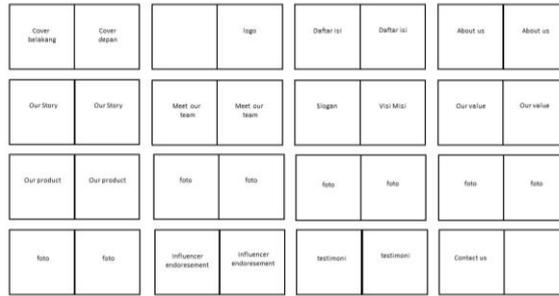
Dari mindmap tersebut kemudian menghasilkan *key visual* yang telah diseleksi dan dibuat menjadi moodboard sebagai referensi ide visual saat pembuatan desain alternatif. *Tone and manner* yang digunakan dalam perancangan ini adalah *minimalis*, *elegan* dan *feminim*. Terdapat dua *moodboard* yang digunakan pada perancangan ini, yaitu *moodboard* referensi grid dan layout, serta *moodboard* elemen desain.



Gambar 3. Moodboard

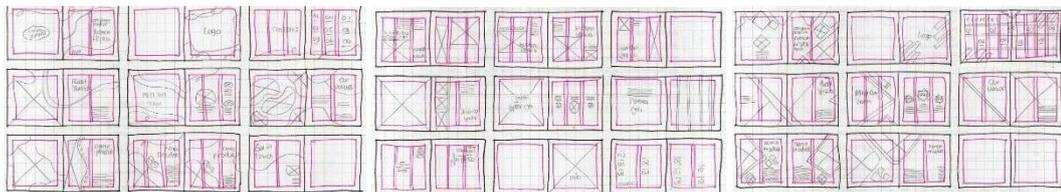
2. Prototype

Tahap *prototype* dilakukan dengan membuat sketsa imposisi, sketsa halus, dan menghasilkan desain komperhensif. Sketsa imposisi dilakukan untuk mempermudah penempatan susunan isi konten pada desain buku *company profile* ini. Berikut sketsa imposisi yang telah dibuat:



Gambar 4. Sketsa Imposisi

Setelah pembuatan sketsa imposition, kemudian dilanjutkan dengan sketsa halus. Sketsa halus dibuat menjadi 3 alternatif desain sesuai dengan *tone and manner* yang telah di tentukan dan referensi ide visual dari *moodboard*.



Gambar 5. Sketsa Halus

Sketsa halus tersebut dibuat dengan tema *handmade*, tema hijab dan tema modern yang kemudian di jadikan desain komperhensif agar dapat dilihat warna dan tipografi yang digunakan. Berikut desain komperhensif yang telah dibuat.



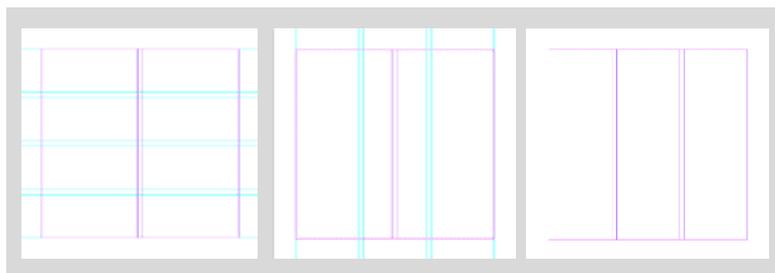
Gambar 6. Desain Komperhensif

3. *Select*

Pada tahap ini, desain alternatif yang telah dibuat sebelumnya kemudian dipilih sebagai satu desain terbaik yang dapat digunakan sebagai solusi dari permasalahan Yustica Hijab. Desain yang terpilih adalah desain dengan tema Hijab.



Gambar 7. Desain Terpilih



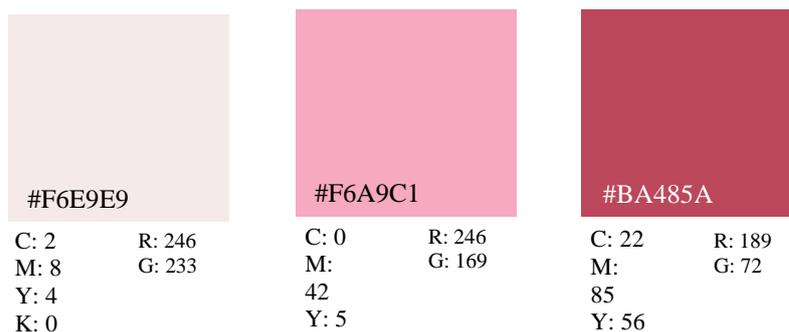
Gambar 8. Grid System

Konsep yang digunakan pada tema ini bisa mempresentasikan produk hijab yang merupakan keunggulan UMKM Yustica Hijab. *Tone and manner* yang digunakan adalah minimalis, feminim dan elegan. *grid system* yang digunakan pada perancangan ini adalah *hybrid/compound grid* yang merupakan gabungan dari *column grid* dan *modular grid*. Kolom yang digunakan bervariasi pada grid ini bervariasi, mulai dari 2 (dua) kolom hingga 5 (lima) kolom dengan *gutter* berukuran 0,5 cm. *Margin* yang digunakan pada setiap sisi adalah 2cm untuk menghindari jari menutupi konten pada buku. *Balance* (keseimbangan) yang digunakan adalah asimetris untuk memberikan kesan dinamis pada layout, kesan minimalis pada layout ini ditampilkan dengan *penggunaan white space* antara foto dan teks[7]. Foto pada buku *company profile* ini ditampilkan dengan memperlihatkan detail-detail pada produk untuk menunjukkan kualitas hijab yang dimiliki oleh Yustica Hijab. Foto dalam buku *company profile* ini merupakan *emphasis* (penekanan) pada *layout*.



Gambar 9. Tipografi

Tipografi yang digunakan pada perancangan ini terdiri dari dua jenis, yaitu *script* dan *serif*. *Font script* digunakan karena dapat menimbulkan kesan akrab dan feminim pada desain[7], *font* ini digunakan pada *headline* buku *company profile* dengan ukuran sekitar 45pt hingga 50pt, nama *font script* yang digunakan adalah *bettina signature*. *Font serif* digunakan karena memiliki tingkat *readability* (keterbacaan) yang tinggi dan dapat memberikan kesan elegan pada desain[7], *font* ini digunakan pada bagian *body text* (isi) dengan ukuran 10pt, nama *font* yang digunakan adalah *QT Agate Type* [7]. *Alignment* yang digunakan adalah *right alignment* dan *justify* disesuaikan dengan kebutuhan.



Gambar 10. Warna

Desain buku *company profile* ini menggunakan warna *pink* dan turunannya yang merupakan *corporate color* Yustica. Warna pink ini dapat menimbulkan kesan feminim dan lembut pada desain [7]

4. Implement

Tahap ini merupakan penerapan desain yang terpilih ke bentuk mockup agar dapat memberikan tampilan buku *company profile* yang nyata.



Gambar 11. Mockup buku *company profile*

SIMPULAN

Yustica Hijab sebagai salah satu UMKM fashion muslim yang telah melakukan *endorsement* ke *influencer* dengan cukup besar untuk mempromosikan produknya melalui media sosial Instagram dan ingin memperluas target market dengan cara bekerjasama dengan mitra bisnis, *influencer* dan mengikuti lomba bisnis, oleh karena itu dibutuhkan buku *company profile* yang dapat digunakan sebagai penunjang informasi dan promosi. Konsep visual yang digunakan pada perancangan ini sesuai dengan karakteristi Yustica Hijab yaitu minimalis, feminim dan elegan. Kesan minimalis ditunjukkan dengan penggunaan *white space* pada desain buku *company profile* ini, kesan feminim ditunjukkan dengan penggunaan *font script* dan *corporate color* Yustica Hijab, yaitu warna pink, kesan elegan pada buku *company profile* ini ditunjukkan dengan foto dan font serif yang digunakan. Mengingat terus berkembangnya zaman, saran untuk peneliti selanjutnya agar kedepannya dapat membuat *company profile* dengan variasi media yang lain dan dengan isi konten yang lebih menarik sesuai kebutuhan

Yustica Hijab sehingga informasi yang diterima oleh konsumen tentang Yustica Hijab bisa lebih banyak lagi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Dalam proses perancangan buku *company profile* ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah membantu dalam memberikan saran, bimbingan, dan dukungan pada perancangan ini. Terima kasih penulis ucapkan juga kepada Mellania Yustica selaku Owner dari Yustica Hijab yang telah memberikan izin untuk merancang buku *company profile* untuk bisnisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Zulaekah and Harisah, "Hijab Trends during Covid-19 in the Study of Contemporary Fiqh in Indonesia," *MIZAN J. Islam. Law*, vol. 5, pp. 145–158.
- [2] H. Kurniawan, "Kolaborasi Indonesia Hijab Walk 2022 dengan PPUMI di Bandung Majukan UMKM," *Sindonews.com*, Mar. 25, 2022. <https://daerah.sindonews.com/read/723485/701/kolaborasi-indonesia-hijab-walk-2022-dengan-ppumi-di-bandung-majukan-umkm-1648191809>
- [3] Y. A. Ningsih and E. A. B. Oemar, "Perancangan Company Profile PT Wiradecan Multi Berkah Sebagai Media Promosi," *J. Barik*, vol. 2, pp. 97–110, 2021.
- [4] K. Fatimah, "Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi CV. Barotek," *IKONIK J. Seni Dan Desain*, vol. 2, no. 1, p. 13, Feb. 2020, doi: 10.51804/ijds.v2i1.607.
- [5] S. Candrawardhani, "Apa Itu Company Profile? Ini 5 Contoh, Isi, & Cara Membuatnya," *kitalulus*, 2022. <https://www.kitalulus.com/bisnis/apa-itu-company-profile>
- [6] L. G. Abdulhafizh and D. Djatiprambudi, "Perancangan Company Profile Jurusan Desain Universitas Negeri Surabaya," vol. 1, no. 1, p. 11, 2020.
- [7] L. Anggraini S and K. Nathalia, *Desain Komunikasi Visual, dasar-dasar panduan untuk pemula*. Bandung: Penerbit Nuansa Cendekia, 2020.
- [8] S. Rustan, *Layout 2020*, vol. 1, 2 vols. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia, 2020.
- [9] D. Sihombing, *Tipografi dalam Desain Grafis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- [10] S. Rustan, *Layout 2020*, vol. 2, 2 vols. Jakarta: CV. Nulisbuku Jendela Dunia, 2020.
- [11] A. Hendrawan, B. R. Noviadji, and Y. K. Wijaya, "Desain Souvenir Bergaya Lowpoly 'BWS Coy' Untuk Mengenalkan Objek Wisata di Kab. Bondowoso Melalui Metode Design Thinking," *Artika*, vol. 2, no. 1, pp. 62–71, Apr. 2018, doi: 10.34148/artika.v2i1.77.