

PERAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PUBLIC RELATIONS STARTUP PENDIDIKAN DENGAN CALON MITRA BISNIS DAN INVESTOR

**Selma Fatimah Bunga Surga¹, Anggi Anggarini,
MRR. Tiyas Maheni DK³**

*Desain Grafis, Teknik Grafika Penerbitan, Politeknik Negeri Jakarta
Jl. Prof. DR. G.A. Siwabessy, Kukusan, Kecamatan Beji, Kota Depok, Jawa Barat 16424
selmaftmh@gmail.com*

ABSTRAK

Be Global Indonesia (Be Global) merupakan **startup** pendidikan asal Indonesia yang memiliki rencana ekspansi bisnis dengan bantuan investor dan mitra bisnis, namun belum memiliki media untuk memperkenalkan perusahaan. Be Global Indonesia membutuhkan *company profile* sebagai media dengan manfaat sebagai media *public relations* untuk memperkenalkan Be Global dengan target audience dalam mencapai hubungan baik dan tujuan kerjasama yang ingin dicapai. *Company profile* didesain dengan metode desain konvensional dan turut ditunjang dengan teknik pengumpulan data kualitatif berupa wawancara terstruktur, dokumentasi, dan studi literatur. Data diperoleh dari pihak internal, eksternal, dokumentasi, dan wawancara terstruktur yang kemudian hasilnya diolah menjadi *media insight*, *SWOT analysis* dan *creative brief* untuk menjadi acuan dan strategi desain. *Company profile* Be Global memiliki *target audience* organisasi, *startup incubator*, *venture capital*, dan perusahaan yang berorientasi pada bidang pendidikan dan pengembangan diri dengan target SES A-B dan berlokasi di Indonesia. Perancangan *company profile* Be Global memiliki hasil akhir berupa media yang dirancang agar mudah berpindah tangan dan jelas untuk dibaca. *Company profile* memiliki konsep desain 'All Around The World' yang selaras dengan semangat Be Global untuk mengantarkan pemuda Indonesia untuk go international. *Company profile* disusun menggunakan acuan *brand guideline* perusahaan dengan pertimbangan konsistensi dengan karya desain lain yang sudah dibuat sebelumnya. Menggunakan gaya desain *modern minimalist*, menyampaikan kesan *friendly*, dan menggunakan banyak *clear space*, *company profile* turut didampingi media pendukung bersifat pendamping untuk dikenakan representatif Be Global pada pertemuan bisnis dan media lanjutan apabila kegiatan *public relations* berlanjut pada kesepakatan bisnis.

Kata kunci: *Startup, Media Public Relations, Company Profile*

ABSTRACT

Be Global Indonesia (Be Global) is an Indonesian-based education startup whose have a plan of a business expansion with the help of investors and business partners, but does not yet have a medium to introduce the company. Be Global Indonesia needs a company profile as a medium with benefits as a public relations media to introduce them to the target audience to create good public relations in order to create business partnerships and secure a deal with investors. Company profile is designed using conventional design methods and is also supported by qualitative data collection techniques in the form of structured interviews, documentation, and literature studies. Data obtained from internal and external parties, documentation, and structured interviews, which then processed the results into a media insight, SWOT analysis, and creative brief to become a reference and design strategy. Be Global's company profile has a target audience of organizations, start-up incubators, venture capitals, and companies oriented to education and self-development with SES A-B targets and located in Indonesia. Design process of Be Global's company profile resulted a medium that designed to be easy to move around and clear to read. Designed with a concept 'All Around the World' that aligned with Be Global's spirit to lead Indonesian youth to go international. The company profile is designed using the company's brand guidelines with consideration of consistency with other design works that have been made previously. Using a modern minimalist design style, conveying a friendly impression, and using a lot of clear space, the company profile is

also accompanied by a set of supporting medium for Be Global representative to wear in business meetings and follow-up medium if public relations activities lead to business deals

Keywords: *Company Profile, Public Relations Media, Company Profile*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, banyak berdiri *startup* pendidikan di Indonesia. Hal ini tak lepas dari dorongan pemerintah yang mendorong investor untuk menanamkan modal dengan mempertemukan *startup* dan investor [1]. Untuk mendapatkan investor, *startup* harus melakukan kegiatan *public relations* untuk membangun citra perusahaan, membangun opini publik yang bersifat menguntungkan, serta membangun kerjasama [2]. *Startup* membutuhkan *company profile* sebagai media *public relations* untuk investor dan calon mitra bisnis dapat terlebih dahulu mempelajari perusahaan sehingga kesepakatan bisa lebih cepat terjadi. *Company profile* adalah produk tulisan yang memuat gambaran umum seputar *startup*. Pada *company profile*, *startup* dapat memilih data untuk disampaikan kepada publik. [3] Media *public relations* adalah sarana perusahaan dengan *audience* untuk memberi informasi perusahaan guna mencapai kepuasan *audience* akan informasi tentang perusahaan [3]. Be Global Indonesia merupakan *startup* pendidikan *online mentoring soft skills* bagi pemula dengan bentuk kerjasama berupa *organizational partnership, strategic partnership, dan business-to business*. Be Global berencana melakukan ekspansi bisnis dengan bantuan investor dan mitra bisnis, namun, saat ini, Be Global hanya menggunakan *pitch deck* saat melakukan kegiatan kehumasan. Be Global membutuhkan *company profile* sebagai media *public relations* guna mencapai kesepakatan.

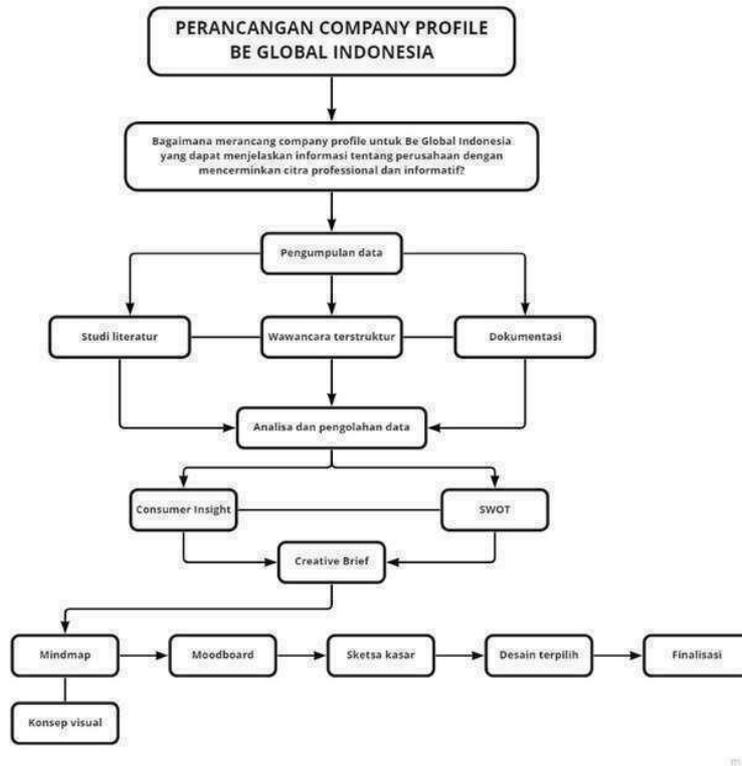
Company profile dapat menjadi media yang tepat untuk menjawab permasalahan, karena memiliki fungsi sebagai media publikasi dan sarana pengenalan perusahaan [3]. Selain itu, *Company profile* berbentuk cetak dapat menjadi media kehumasan yang tepat, karena memiliki kelebihan dapat dibawa berpindah tempat, dapat dibaca berkali-kali, dan tidak memerlukan perangkat tambahan untuk mengaksesnya.

Pembuatan *company profile* bertujuan untuk melakukan perancangan desain *company profile* Be Global Indonesia dengan menerapkan elemen desain sesuai dengan prinsip desain, juga membuat konsep desain terpilih pada *company profile* Be Global Indonesia berikut penerapannya pada media pendukung.

METODE PENELITIAN

Company profile Be Global Indonesia dirancang dengan metode penelitian kualitatif, terdiri atas metode wawancara terstruktur, dokumentasi, dan studi literatur. Metode kualitatif dipilih karena perancangan *company profile* memiliki latar belakang berangkat dari fenomena sosial di masyarakat sekitar. Penelitian melalui wawancara dilakukan kepada pihak internal yaitu CEO serta COO dari Be Global yang menghasilkan *client profile* dan *product knowledge*. Wawancara juga dilakukan dengan pihak eksternal yang merupakan CEO dari bisnis serupa, Partnership Manager dari perusahaan *startup*, dan pihak *target audience* yaitu Marketing Specialist dari *startup incubator*. Wawancara menghasilkan pengetahuan berupa peran *company profile* bagi *startup* untuk mendapatkan investor, konten pada *company profile*, dan media pendukung *company profile*.

Metode penelitian dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan informasi *product knowledge* dan kompetitor. Metode penelitian studi literatur dilakukan untuk mencari teori pendukung dalam penyusunan karya desain yang meliputi media *public relations*, media cetak, *struktur company profile*, *layout*, tipografi, warna, dan prinsip desain.



Gambar 1. Alur langkah perancangan *company profile* Be Global Indonesia

HASIL dan PEMBAHASAN

Perancangan desain *company profile* Be Global Indonesia dilakukan melalui serangkaian proses berikut dan menghasilkan uraian berupa:

Analisis Data dan Fakta

Dokumentasi, studi, dan wawancara menghasilkan data berupa *client profile* dan *consumer insight*.

1. Client Profile dan Product Knowledge

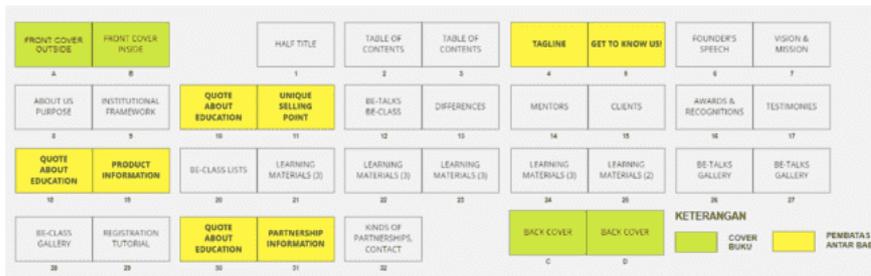
Be Global Indonesia (Be Global) didirikan pada tahun 2021, merupakan *startup* pendidikan penyedia layanan *online mentoring soft-skills* dan agenda pengembangan diri berbasis daring untuk mendorong pemuda Indonesia *go international* dengan 14 kelas untuk jenjang pemula dan *intermediate*, dan agenda *webinar* serta *talkshow* bulanan dengan menghadirkan tokoh kompeten di bidangnya. Untuk mengembangkan bisnis, Be Global menjalankan 3 jenis kerjasama, yaitu *strategic partnership* dan *organization partnership*, dengan tujuan *brand awareness* dan kerjasama *business to business*.

2. Consumer Insight

Company profile merupakan media yang tepat bagi *startup* dalam memperkenalkan diri, didalamnya menjelaskan visi misi, pencapaian, daftar mitra, penjelasan

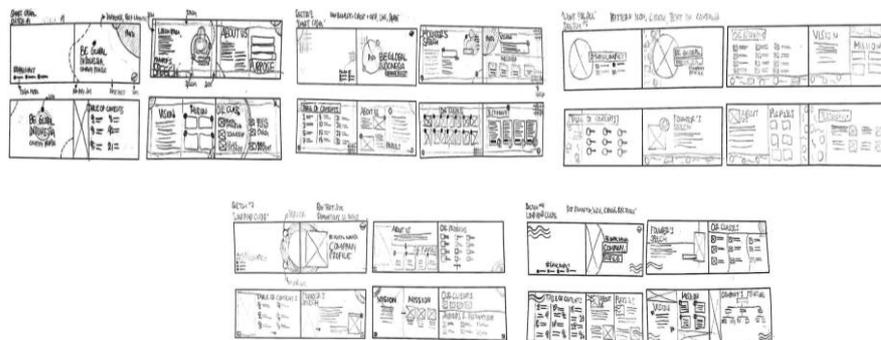
Sketsa Imposisi, Alternatif Desain, dan Desain Komprehensif

Selanjutnya, dilakukan penyusunan struktur editorial untuk mengetahui kuantitas konten dalam *company profile*. Kemudian, sebagai pedoman dalam peletakan konten dan penentuan jumlah halaman, diperlukan pembuatan sketsa imposisi untuk mengetahui gambaran posisi konten pada *company profile*. Penyusunan imposisi juga dilakukan dengan konsep komunikasi sebagai acuan pada tahap berikutnya.



Gambar 4. Sketsa imposisi

Pembuatan sketsa imposisi berlanjut pada pembuatan 5 (lima) sketsa alternatif dengan 3 (tiga) konsep berbeda. Konsep yang diajukan adalah *'Smart Casual'*, *'Loud and Clear'*, dan *'Light For All'*. Dari lima sketsa alternatif, kemudian diseleksi tiga alternatif sketsa untuk didigitalisasi menjadi tiga desain komprehensif, yang dikembangkan menjadi konsep pertama *'Smart Casual'*, konsep kedua *'All Around The World'*, dan konsep ketiga *'Loud and Clear'*.



Gambar 5. Sketsa alternatif



Gambar 6. Desain komprehensif

Seluruh desain komprehensif disandingkan dan dipilih satu konsep final, yaitu desain komprehensif *'All Around The World'*, yang berangkat dari kata kunci

'friendly' untuk menghubungkan Be Global dengan konsumen maupun mitra bisnis maupun investor yang digambarkan dengan garis putus-putus (*dash line*) yang menggambarkan kata 'around' yang mengelilingi *solid circle* (*world*). Elemen *dash line* juga merupakan elemen turunan dari logo Be Global dengan harapan untuk dapat memperkuat citra perusahaan dan menyampaikan citra dinamis.

Desain Final

Desain final *company profile* Be Global Indonesia menampilkan kesan ramah dan bersahabat (*friendly*). Elemen desain ilustrasi yang ada akan dibuat dinamis dengan penggunaan *dash line* dan *solid circle* yang diatur sedemikian rupa agar konten utama pada *company profile* dapat tersampaikan dengan baik (*clear*). Keseluruhan desain akan diatur peletakkannya dengan gaya desain *modern minimalist*. Setiap elemen desain yang akan digunakan pada *company profile* akan mengikuti dari *brand guideline* yang sudah dimiliki oleh Be Global Indonesia sebelumnya.



Gambar 7. Brand Identity



Gambar 8. Elemen visual



Gambar 9. Logo be Global

Company profile Be Global terdiri atas 4 warna, yaitu *green*, *cream*, *white*, dan *red* dengan dominasi pada warna *white* untuk latar belakang guna memberikan kesan 'clear', dan warna *green* pada teks dan pembatas bab. Tipografi menggunakan jenis *sans serif* sebagai penerapan konsep *modern minimalist* dengan font IBM Plex Sans dan Raleway yang sudah digunakan Be Global untuk karya desain mereka sebelumnya. Warna dan tipografi diubah untuk memperkuat konsistensi dengan desain sebelumnya. Elemen ilustrasi bentuk *dash line* dan *solid circle* untuk menyampaikan pesan 'friendly' dan memperkuat kesan dinamis dan ilustrasi

fotografi (foto) dengan saturasi 0% (*grayscale*). Pada beberapa foto, akan diberikan sentuhan warna *duotone* hijau dengan *opacity* 80-60%. Foto bersifat dokumentasi, akan tetap mempertahankan warna asli. Seluruh elemen desain akan diatur tata letaknya dengan sistem *column grid* untuk mempermudah pengorganisasian elemen desain. Selain itu, *company profile* akan berorientasi *landscape*, sehingga *column grid* lebih tepat untuk digunakan.

Company profile terdiri dari 32 halaman (2 katern), dicetak dengan orientasi *landscape* berukuran *custom* 240mm (panjang) x 160mm (lebar). Pemilihan ukuran mempertimbangkan *company profile* yang akan banyak berpindah tangan, sehingga dicetak dengan tinggi tidak terlalu besar agar nyaman digenggam.



Gambar 10. *Final artwork cover* dan isi *company profile* Be Global Indonesia

Media Pendukung

Company profile disertai dengan media pendukung bersifat pendamping yang dapat dikenakan representatif pada saat pertemuan, yang berupa *T-shirt* bergambar logo dan *tagline* Be Global, *identity card* dan *lanyard* untuk tanda pengenal, dan *business card* untuk diberikan pada calon investor dan mitra bisnis. Selain itu, terdapat media pendukung lanjutan berupa *pitch deck* yang dapat diubah isinya sesuai kebutuhan untuk dibawa pada saat pertemuan bisnis berlangsung.



Gambar 11. Media pendukung *company profile* Be Global Indonesia

Pertimbangan Produksi

Cover company profile dicetak pada kertas menggunakan *art carton* 310 gsm dengan *finishing* laminasi *doff* untuk membuat *company profile* lebih awet ketika

berpindah tangan. Isi dicetak pada *matte paper* 150gram dan 260gram pada bagian pemisah antar bagian.

SIMPULAN

Company profile Be Global Indonesia memiliki peran sebagai media *public relations* untuk memperkenalkan perusahaan dalam pertemuan bisnis. Karenanya, *company profile* dirancang dengan mempertimbangkan kemudahan untuk berpindah tangan dan jelas saat dibaca. *Company profile* disusun dengan acuan *brand guideline* perusahaan dengan pertimbangan konsistensi dengan karya desain sebelumnya dengan penambahan elemen desain *dash line*, *solid circle* dan *cornered square* untuk menambahkan kesan dinamis dan menyampaikan *key message 'friendly'*. Untuk mencapai tujuan dibuatnya *company profile*, media pendukung bersifat pendamping dan media pendukung bersifat lanjutan juga turut dibuat dengan memuat komposisi elemen yang berbeda-beda mengikut ukuran dan kebutuhan penggunaan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas limpahan berkah dan petunjuk yang diberikan, serta kepada kedua orangtua dan keluarga atas dukungan dalam penulisan penelitian. Terimakasih kepada Ibu Anggi Anggarini dan ibu MRR. Tiyas Maheni DK atas bimbingan dan arahnya, dan terimakasih untuk Be Global Indonesia dan PT Global Milenial Grup selaku pihak yang menjadikan penelitian dalam penulisan artikel. Terimakasih untuk para narasumber, serta seluruh pihak lain yang telah membantu proses penulisan artikel.

DAFTAR REFERENSI

- [1] Ramadhan, A. (2018, Oktober 13). Menkominfo Dorong Investasi di *Start Up* Edukasi dan Kesehatan. *kompas.com*. April 27, 2020. <https://nasional.kompas.com/read/2018/10/13/11125611/menkominfo-dorong-investasi-di-start-up-edukasi-dan-kesehatan>.
- [2] Aysyah, Siti. (2018). *Perancangan Ulang Company Profile PT Visi Negeri sebagai Identitas Perusahaan dan Media Promosi*. Jurnal Akademi Komunikasi sebagai Identitas Perusahaan dan Media Promosi.
- [3] Abdulhafizh, L. & Djatiprambudi, D. (2020). *Perancangan Company Profile Jurusan Desain Grafis Universitas Negeri Surabaya*.