

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK

Karina Fatimah

Desain Komunikasi Visual Fakultas Teknik
Universitas Maarif Hasyim Latif
e-mail : ari.karin33@gmail.com

ABSTRAK

CV. Barotek merupakan salah satu perusahaan jasa konstruksi yang bergerak di bidang kontraktor meliputi mechanical, electrical, general supplier dan kalibrasi. Perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi tentunya perlu melakukan promosi, mengingat persaingan di bidang jasa konstruksi terus meningkat. Perancangan ini bertujuan untuk merancang media promosi dalam bentuk buku *company profile* yang berisi mengenai informasi tentang perusahaan yang dapat memperkenalkan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat. Metode perancangan ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan penelitian berbasis praktik (*Practice Based Research*). Metode pengumpulan data terdiri dari data primer dan data sekunder. Dari data tersebut selanjutnya di analisis menggunakan analisis SWOT untuk menentukan konsep perancangan. Konsep yang ditampilkan yaitu sederhana dan modern sesuai dengan target audience perusahaan. Pada tahap perancangan menjelaskan langkah yang dilakukan dalam perancangan meliputi strategi kreatif, strategi visual dan strategi media. Hasil dari perancangan ini, berupa karya buku *company profile* serta media pendukung. Diharapkan dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai media dalam memperkenalkan CV. Barotek kepada masyarakat.

Kata kunci: Company Profile, Media, Promosi

ABSTRACT

CV. Barotek is one of the construction service companies engaged in the contracting sector including mechanical, electrical, general supplier and calibration. Companies engaged in construction services certainly need to do promotions, given the competition in the field of construction services continues to increase. This design aims to design promotional media in the form of a company profile book that contains information about the company that can introduce the services offered by the company to the public. This design method uses qualitative methods through a practice-based research approach. Data collection methods consist of primary data and secondary data. From this data, it is then analyzed using SWOT analysis to determine the design concept. The concept shown is simple and modern according to the company's target audience. At the design stage explains the steps taken in the design include creative strategy, visual strategy and media strategy. The results of this design, in the form of company profile books and supporting media. It is expected that the company can be utilized as a medium in introducing CV. Barotek to the community. Besides this promotional media can be useful for companies as a material consideration in establishing cooperation with other companies.

Keyword: Company Profile, Media, Promotion

PENDAHULUAN

Pada era revolusi industri sekarang ini, tidak dapat dipungkiri perkembangan pembangunanpun semakin meningkat untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam menjalankan aktifitasnya. Salah satu pihak yang berperan aktif dalam bidang pembangunan yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa konstruksi guna mempermudah proses pembangunan. CV. Barotek merupakan salah satu

perusahaan jasa konstruksi yang bergerak di bidang kontraktor meliputi mechanical, electrical, general supplier dan kalibrasi. Perusahaan tersebut tentunya perlu melakukan promosi, mengingat persaingan di bidang jasa konstruksi terus meningkat. Sehubungan dengan hal tersebut, perusahaan perlu solusi melakukan promosi melalui berbagai media, salah satunya yaitu media buku *company profile*. Media promosi dalam bentuk buku dipilih karena dalam menjalin kerjasama

dengan perusahaan yang membutuhkan jasa CV. Barotek yaitu melalui metode *Internal Tender Project* sehingga buku ini dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan lain dan mampu bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang sejenis.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan penelitian berbasis praktik (*Practice Based Research*) dalam upaya memecahkan masalah dan merealisasikan tujuan pembuatan media promosi, sehingga diperlukan proses pengumpulan data. Semua data yang terkumpul, kemudian dianalisis sehingga didapatkan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan konsep media promosi berupa buku *company profile* dan media pendukung bagi CV. Barotek.

Metode Pengumpulan Data

- Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung objek penelitian, yaitu mengenai jasa-jasa yang ditawarkan, bagaimana mendapatkan kontrak kerja, kelebihan dan kekurangan perusahaan dengan perusahaan lain.
- Wawancara merupakan tahap dimana peneliti mengadakan wawancara tatap muka dengan informan dalam sebuah wawancara untuk memudahkan peneliti mendapatkan data-data lapangan. Dalam wawancara ini peneliti menggunakan semi terstruktur untuk mendapatkan informasi dari CV. Barotek, terdapat tiga informan yaitu *Head Admin*, *Safety Officer* dan *Head Operasional*.
- Dokumentasi dilakukan secara langsung untuk melihat kondisi dan cara kerja perusahaan CV. Barotek dengan mengambil dokumentasi foto perusahaan serta mencatat hal-hal yang diperlukan dalam perancangan.
- Jenis buku yang digunakan yaitu buku cetak dan buku elektronik
- Studi Literatur yang dipakai dalam perancangan yaitu *Company Profile*, Media, Promosi, Desain, Tipografi, Layout dan Warna sebagai landasan dalam penelitian guna menambah teori dan menunjang dalam perancangan *company profile*.

Metode Analisis Data

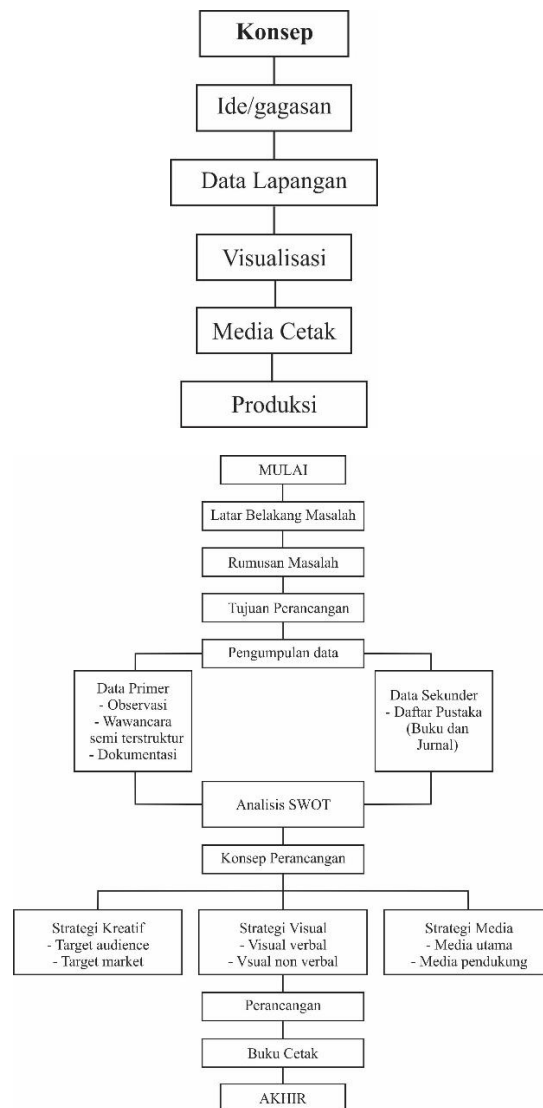
Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kualitatif melalui observasi, wawancara melihat langsung di lapangan. Analisis SWOT dijelaskan sebagai berikut :

- Strengths* : CV. Barotek memiliki keunggulan yaitu berupa memberi pelayanan yang terbaik, harga yang ditawarkan relative murah dengan kualitas yang terjamin, melakukan pekerjaan

tepat waktu dan bertanggung jawab apabila terjadi trobel.

- Weakness* : CV. Barotek merupakan perusahaan baru, belum melakukan promosi dan belum memiliki profil perusahaan.
- Opportunity* : Adanya pembangunan gedung-gedung baru yang membutuhkan jasa konstruksi, seperti mechanical, electrical, general supplier dan calibration. Selain itu CV. Barotek memiliki mitra bisnis tetap.
- Threats* : Pesatnya pembangunan di era revolusi sekarang ini akan muncul perusahaan-perusahaan baru dibidang sejenis. Selain itu mitra bisnis tetap tidak menjalin kerjasama baru dengan alasan tertentu.

Adapun diagram alur peneliti, berdasarkan pijakan dari teori pendekatan berbasis praktik (*Practice Based Research*) mengenai proses perancangan yang dijadikan sebagai acuan dalam perancangan ini sebagai berikut :



Gambar 1. *Flow chart* Alur perancangan

HASIL DAN PEMBAHASAN

LANGKAH-LANGKAH PERANCANGAN

Strategi Kreatif

Dalam merancang media promosi perlu membuat strategi kreatif dengan menentukan *target market* yang merupakan pengguna dari jasa atau produk yang dijabarkan dengan data statistik khususnya demografi dan geografis, selain itu *target audience* yang merupakan faktor pengaruh yang dijabarkan dengan data psikografi. Berikut ini penjabaran *target audience* dan *target market* yang dituju:

1. Target Market

Demografi

Jenis kelamin : Laki-laki dan perempuan

Ekonomi : Kalangan ekonomi menengah keatas

Segmen Geografis : Wilayah Jawa Timur.

2. Target Audience

Dilihat dari segmen psikografi, maka *target audience* CV. Barotek yaitu dari semua kalangan pendidikan, semua jenis pekerjaan khususnya lembaga, perusahaan atau instansi yang membutuhkan jasa konstruksi di bidang kontraktor meliputi mechanical, electrical, general supplier, kalibrasi dan jembatan timbang.

Strategi Visual

Kreatif sangat melekat di dunia desain karena sangat dibutuhkan untuk menghasilkan konsep-konsep yang tidak monoton. Dalam konsep kreatif dibutuhkan suatu perancangan yang matang mengenai gaya desain dan apa yang disampaikan kepada *target audience* sehingga menghasilkan karya yang dapat mengkomunikasikan maksud secara tepat.

Terdapat dua bentuk pesan yang digunakan dalam promosi yaitu:

1. Visual verbal

Terdiri dari judul (*headline*) yang merupakan keutamaan dari pesan yang ingin disampaikan berupa kalimat persuasif, teks isi (*bodycopy*) yang jelas dan singkat sehingga mudah dimengerti oleh *target audience*. Unsur-unsur dalam naskah promosi terdiri dari judul, sub judul, teks isi dan *tagline*.

2. Visual non verbal

Sebagai pendukung dari pesan yang berisi ilustrasi berupa foto proyek untuk memperjelas atau menerangkan teks maupun pesan dan juga sebagai daya tarik, menggunakan tipografi sesuai dengan tema dan sifat pesan yang disampaikan, memilih warna yang sesuai dengan perusahaan dan nyaman dipandang, serta menciptakan layout yang menarik dan mudah dipahami dengan baik, berikut penjelasannya :

a. Ilustrasi

Dalam buku ini menampilkan ilustrasi berupa foto atau dokumentasi perusahaan mengenai jasa-jasa yang telah dikerjakan, selain itu terdapat ilustrasi berupa gedung atau industri, para pekerja dan juga hal-hal yang berkaitan dengan kontraktor.

b. Tipografi

Tipografi yang dipilih memperhatikan keterbacaan dan kemenarikan serta huruf tertentu yang dapat membangun citra perusahaan yang diperkenalkan. Pemilihan dan penggunaan jenis font sesuai dengan tema dan sifat dari pesan sehingga dapat menarik perhatian, mudah dibaca dan diingat serta tidak tenggelam dalam ilustrasi.

Dalam perancangan ini dipilih jenis huruf sans serif yaitu Humnst777 dan Gautami yang memberi kesan dinamis dan modern. Humnst777 memiliki beberapa jenis huruf seperti Blk BT, BlkCn BT, BT, Cn BT dan Lt BT. Selain itu menggunakan huruf serif Book Antiqua, pemilihan huruf ini mirip dengan huruf pada logo CV. Barotek sebagai ciri khas dari perusahaan yang memberi kesan intelektual. Huruf ini memiliki kait dengan ketebalan kontras dan merupakan jenis huruf formal.

c. Warna

Warna memiliki kekuatan dalam mempengaruhi citra orang yang melihatnya. Pemilihan warna disesuaikan dengan tujuan, tema dan latar belakang *target audience*. Selain itu dapat mencerminkan karakter dan image perusahaan. Dalam perancangan ini menggunakan warna orange merupakan melambangkan antusias, persahabatan, kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh menggambarkan tentang perusahaan, dan warna abu-abu yang tidak menunjukkan arti jelas seakan menggambarkan masa depan, kesederhanaan, bersifat netral seperti warna hitam dan putih. Pemilihan warna diatas sesuai dengan karakter CV. Barotek sehingga dapat menjadi daya tarik dan pembeda dengan perusahaan lain. Warna hitam dan putih digunakan sebagai warna pendukung dari perancangan karena bersifat netral.

d. Layout

Layout merupakan proses penataan dan pengaturan teks atau grafik pada halaman. Penyusunan elemen ini bertujuan untuk membantu pembaca dalam memahami informasi pada promosi. Dalam penyusunan layout harus memperhatikan karakter perusahaan dengan media yang digunakan serta *target audience* yang dituju.

Pada perancangan ini menggunakan bentuk portrait, yang masing-masing bidangnya sejajar dengan bidang penyajian gambar dan tulisan yang saling berpadu sehingga

membentuk suatu komposisi yang konseptual dan menambah elemen-elemen yang menarik.

Strategi Media

Berdasarkan analisis SWOT pada perusahaan CV. Barotek, maka ditetapkan konsep karya yaitu berupa *Company profile*, serta media pendukung yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, seperti kartu nama, kalender, mug dan stiker.

1. Media Utama

Company profile dibuat dalam bentuk buku digunakan sebagai media yang memberikan informasi lengkap dan baik mengenai perusahaan CV. Barotek yang disusun dalam model modern, simpel dan professional sesuai dengan target audience perancangan ini.

Buku ini berisi penjelasan lengkap mengenai perusahaan CV. Barotek seperti bagian depan yang meliputi *cover*, pengenalan perusahaan, sejarah perusahaan dan *overview*, terdapat juga bagian isi yang meliputi jasa atau layanan yang ditawarkan perusahaan, lampiran foto/proyek yang telah dikerjakan dan data lainnya, dengan konsep simpel dan professional sesuai dengan performa perusahaan.

2. Media Pendukung

a. Kartu Nama

Kartu nama sebagai media pendukung dari media utama yang bersifat praktis dan mudah diberikan kepada masyarakat luas sebagai jalur dalam menjalin kerja sama dengan perusahaan. Secara tidak langsung kartu nama dapat menjadi jembatan penghubung dengan perusahaan. Kartu nama tidak memakan waktu dan biaya banyak dalam proses pembagiannya. Pada kartu nama terdapat logo, nama perusahaan, alamat, email dan kontak yang dapat dihubungi dan jasa yang ditawarkan perusahaan.

b. Kalender Meja

Kalender dibuat sebagai merchandise. Jenis kalender yang dibuat adalah kalender meja. Kalender ini diletakkan pada kantor perusahaan dan juga diberikan kepada klien yang telah menjalin kerja sama dengan perusahaan. Pada kalender terdapat logo, nama perusahaan, alamat, email dan kontak perusahaan. Kalender ini menampilkan dokumentasi mengenai jasa yang telah dikerjakan perusahaan.

c. Mug

Mug dibuat sebagai merchandise. Terdapat logo, kontak dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Mug ini digunakan pada kantor perusahaan dan dapat diberikan kepada klien yang telah menjalin kerja sama dengan perusahaan.

d. Stiker

Stiker dibuat sebagai merchandise, dapat ditempelkan pada mobil maupun motor. Pada stiker terdapat logo, kontak dan jasa yang ditawarkan perusahaan. Stiker dapat digunakan staf perusahaan dan dapat diberikan kepada klien yang telah menjalin kerja sama dengan perusahaan.

Hasil Perancangan

Karya yang dihasilkan dalam perancangan ini adalah *Company Profile*, serta media pendukung berupa kartu nama, kalender meja, mug dan stiker. Desain yang dibuat merupakan perpaduan antara ilustrasi atau foto dan teks. Perancangan ini dibuat sebagai media dalam memperkenalkan CV. Barotek kepada masyarakat. Selain itu media promosi ini dapat berguna bagi perusahaan sebagai bahan pertimbangan dalam menjalin kerjasama dengan perusahaan lain.

1. Logo



Gambar 2. Logo perusahaan

Logo ini merupakan logo asli dari perusahaan tanpa ada redesain.

2. *Company Profile*



Gambar 3. *Company profile*

Karya *Company Profile* ini ditampilkan dalam dua halaman dengan memadukan gambar, teks, garis dan bidang. Halaman satu dengan halaman lainnya dihubungkan dengan bidang persegi panjang dan lingkaran dalam ukuran dan bentuk yang sama. Teks ditampilkan menggunakan Font Book Antiqua, Gautami dan Humnst777 dengan variasi ukuran sesuai dengan fungsinya sebagai judul, sub judul maupun deskripsi. Gambar ilustrasi ditampilkan dalam bentuk lingkaran, sedangkan ilustrasi foto ditampilkan dalam bentuk persegi dan persegi panjang menyesuaikan dengan gambar yang ditampilkan. Garis yang ditampilkan memiliki variasi ukuran yang berbeda.

Pesan yang disampaikan yaitu memberikan informasi secara ringkas dan lengkap mengenai perusahaan CV. Barotek. Pemilihan warna dan font melalui beberapa pertimbangan yang menggambarkan tentang perusahaan CV. Barotek. Warna orange melambangkan kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh yang menggambarkan tentang perusahaan. Warna abu-abu tidak menunjukkan arti yang jelas seakan menggambarkan masa depan dan kesederhanaan. Warna putih menggambarkan kesederhanaan disesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Hitam sebagai warna pendukung karena bersifat netral. Font Book Antiqua memberi kesan intelektual. Pemilihan huruf ini dikarenakan mirip dengan huruf pada logo CV. Barotek sebagai ciri khas dari perusahaan. Font Gautami dan Humnst777 memberi kesan dinamis dan modern, pemilihan kedua huruf ini mudah dibaca dan juga sederhana. Gambar yang ditampilkan pada setiap halaman merupakan keterangan atau informasi dari gambar sehingga mudah dipahami. Gambar yang ditampilkan sebagai kombinasi dan pelengkap dari teks yang disampaikan agar lebih menarik.

3. Kartu Nama



Gambar 4. Kartu nama

Kartu nama berukuran 9 cm x 5.5 cm dengan bahan Art Paper 260 grm ditampilkan satu sisi dengan perpaduan antara teks, bidang dan gambar. Teks yang ditampilkan berupa nama direktur, jasa yang ditawarkan, kontak dan alamat. Terdapat bidang lingkaran dan persegi panjang dengan ukuran yang berbeda. Gambar yang ditampilkan berupa logo perusahaan.

Pesan yang ingin disampaikan yaitu Joko Supriyanto merupakan direktur utama perusahaan yang menyediakan jasa kontraktor. Terdapat teks nomer telfon dan alamat kantor agar dapat menghubungi dan datang langsung ke perusahaan tersebut. Pemilihan warna dan font melalui beberapa pertimbangan yang menggambarkan tentang perusahaan CV. Barotek. Background putih menggambarkan kesederhanaan disesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Warna orange melambangkan kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh yang menggambarkan

tentang perusahaan. Hitam sebagai warna pendukung karena bersifat netral. Font Book Antiqua memberi kesan intelektual. Pemilihan huruf ini dikarenakan mirip dengan huruf pada logo CV. Barotek sebagai ciri khas dari perusahaan. Humnst777 memberi kesan dinamis dan modern, pemilihan huruf ini mudah dibaca dan juga sederhana.

4. Kalender Meja



Gambar 5. Kalender meja

Kalender meja ditampilkan berwarna orange dan putih dengan perpaduan antara teks, bidang dan gambar. Teks yang ditampilkan menggunakan Font Book Antiqua, Gautami, Candara, Dotum dan Humnst777 dengan variasi ukuran sesuai dengan fungsinya. Gambar ilustrasi ditampilkan dalam bentuk lingkaran, sedangkan ilustrasi foto ditampilkan dalam bentuk persegi dan persegi panjang menyesuaikan dengan gambar yang ditampilkan. Bidang yang ditampilkan memiliki variasi ukuran yang sama.

Pesan yang ingin disampaikan informasi lengkap dan singkat mengenai perusahaan. Pemilihan warna dan font melalui beberapa pertimbangan yang menggambarkan tentang perusahaan CV. Barotek. Warna orange melambangkan kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh yang menggambarkan tentang perusahaan. Warna putih menggambarkan kesederhanaan disesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Hitam sebagai warna pendukung karena bersifat netral. Font Book Antiqua memberi kesan intelektual. Pemilihan huruf ini dikarenakan mirip dengan huruf pada logo CV. Barotek sebagai ciri khas dari perusahaan. Font Gautami dan Humnst777 memberi kesan dinamis dan modern, pemilihan kedua huruf ini mudah dibaca dan juga sederhana. Gambar yang ditampilkan pada setiap bulan berbeda. Gambar ditampilkan sebagai kombinasi dan pelengkap dari teks yang disampaikan agar lebih menarik.

5. Mug



Gambar 6. Mug

Mug ditampilkan dengan background putih, menampilkan perpaduan antara teks, garis dan gambar. Teks yang ditampilkan mengenai jasa yang ditawarkan, alamat, email nomer telfon dan slogan. Garis ditampilkan dibawah teks CV. Barotek. Gambar yang ditampilkan berupa logo dan ilustrasi berupa pembangunan didepannya terdapat ilustrasi para pekerja.

Pesan yang disampaikan yaitu mengenai identitas perusahaan, jasa yang ditawarkan dan kontak yang dapat dihubungi serta alamat kantor yang dapat dikunjungi. Pemilihan warna dan font melalui beberapa pertimbangan yang menggambarkan tentang perusahaan CV. Barotek. Background putih menggambarkan kesederhanaan disesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Warna orange melambangkan kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh yang menggambarkan tentang perusahaan. Hitam sebagai warna pendukung karena bersifat netral. Font Humnst777 memberi kesan dinamis dan modern, pemilihan huruf ini mudah dibaca dan juga sederhana.

6. Stiker



Gambar 7. Stiker

Stiker ditampilkan dengan background putih berpadu antara teks, bidang, dan gambar. Teks yang ditampilkan menggunakan Font Humnst777 dengan varian huruf dan ukuran yang berbeda sesuai dengan fungsinya. Bidang yang ditampilkan berbentuk lingkaran dan persegi panjang. Gambar yang ditampilkan berupa logo perusahaan.

Pesan yang disampaikan yaitu mengenai identitas perusahaan, jasa yang ditawarkan dan kontak yang dapat dihubungi serta alamat kantor yang dapat dikunjungi. Pemilihan warna dan font melalui beberapa pertimbangan yang menggambarkan tentang perusahaan CV. Barotek. Background putih menggambarkan kesederhanaan disesuaikan dengan konsep perancangan yang dibuat. Warna orange melambangkan kesuksesan, gerak cepat, sesuatu yang tumbuh yang menggambarkan tentang perusahaan. Hitam sebagai warna pendukung karena bersifat netral. Font Humnst777 memberi kesan dinamis dan modern, pemilihan huruf ini mudah dibaca dan juga sederhana.

KESIMPULAN

Kesimpulan pada perancangan ini yang pertama penulis dapat mengimplementasikan pengetahuan dan keterampilan secara nyata dalam perancangan yang telah dilakukan yaitu berupa *company profile* dan media promosi lainnya. Dalam berkarya penulis menggunakan dasar ilmu desain dengan mempertimbangkan unsur-unsur serta prinsip-prinsip desain dalam perancangan yang dibuat.

Kesimpulan yang kedua yaitu penulis dapat menghasilkan karya *company profile* serta pendukung dalam bentuk kartu nama, kalender, mug dan stiker. Diharapkan dapat dimanfaatkan perusahaan sebagai media dalam memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat. Selain itu media promosi ini berisi tentang profile perusahaan yang berguna sebagai bahan pertimbangan perusahaan lain dalam menjalin kerja sama dengan CV. Barotek.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih kepada seluruh dosen Umaha, khususnya dosen Desain Komunikasi Visual atas bimbingan dan saran yang diberikan sehingga saya dapat menyelesaikan perancangan ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustrijanto, (2001). *Copywrtng, Seni Mengasah Kreatifitas dan Memahami bahasa Iklan*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.
- Astriyani, Erna, dkk. (Agustus 2016), "*Media video company profile sebagai sarana informasi dan*

- promosi di PT. Surya Toto Indonesia, Kabupaten Tangerang*”, Volume 2. (204-215), STMIK, Tangerang.
- Badan Pusat Statistik “*Banyaknya Perusahaan Konstruksi Menurut Provinsi dan Skala Perusahaan, 2010 – 2018*” diambil dari (<https://www.bps.go.id/dynamictable/2015/09/19/920/jumlah-perusahaan-konstruksi-menurut-provinsi-dan-jenis-golongan-perusahaan-2000--2016.html>), di akses tanggal 10 Mei 2019 pukul 19:45.
- Ernawati. (Juni 2019), “*Analisis tanda pada karya desain komunikasi visual*”, Art and Design Journal, volume 2, nomor 1, (27-34), Universitas Maarif Hasyim Latif, Sidoarjo.
- Fitriyanti, Dewi Ambar. (Maret 2016), “*Perancangan company profile dan media promosi Pariwisata Pabrik Gula Cepiring Kabupaten Kendal*”, Jurnal Visual, Volume 4, Universitas Negeri Semarang, Semarang.
- Guntur. (2016). *Metode Penelitian Artistik*. Surakarta : ISI Press.
- Jayadi, I., Nadapdap, R. M. S. (2016), “*Perancangan media promosi dalam bentuk booklet sebagai sarana iklan media cetak produk terhadap tingkat ketertarikan pelanggan pada PT. Prima Mitra Setia Sejati*”, Institut Bisnis dan Multimedia Asmi, Jakarta.
- John, W. Creswell, (2013). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Kriyantono, Rachmat. (2008). *Public Relations Writing: Teknik Produksi Media Public Relations dan Publisitas Korporat*. Jakarta : Kencana.
- Kusrianto, Adi. (2007). *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Liem, Robson, dkk (2015), “*Perancangan buku company profile sebagai media promosi Vegas Conceptual Show*”, Jurnal DKV Adiwarna, Volume 2, Universitas Kristen Petra, Surabaya.
- Liliwari, Alo. (2011). *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana.
- Maimunah, dkk (Mei 2012), “*Media company profile sebagai sarana penunjang informasi dan promosi*”, Jurnal CCIT, Vol 5, (281-301), STMIK Raharja, Tangerang.
- Morrisan. (2010). *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Nova, Firsan, (2009). *Crisis Public Relations: Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*. Jakarta : Grasindo.
- Pujiriyanto. (2005). *Desain Grafis Komputer (Teori Grafis Komputer)*. Yogyakarta : Andi.
- Rustan, Suriyanto. (2009). *Layout Dasar & Penerapannya*. Jakarta : Gramedia.
- Sanyoto, Sadjiman Ebd. (2005). *Dasar-Dasar Tata Rupa & Desain (Nirmana)*. Yogyakarta : Arti Bumi Intaran.
- Suchari, Agus & Sunarya, Yan. (2000). *Pengantar Tinjauan Desain*. ITB.
- Sutopo, Ariesto Hadi. (2002). *Analisis dan Desain Beorientasi Objek*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Wijaya, P. Y. (Januari 1999), “*Tipografi dalam desain komunikasi visual*”. Jurnal Nirmana, Vol 1,(47-54), Universitas Kristen Petra, Surabaya.

(Halaman ini sengaja dikosongkan)