

Perancangan Booklet Company Profile Sebagai Sarana Informasi pada PT Karayu Esa Indo

Pinkkan Afiva Original Koto, Yusuf Rizky Cahyono

* Multimedia Engineering Technology, Batam State Polytechnic

** Multimedia Engineering Technology, Batam State Polytechnic

Article Info

Article history:

Received Jun 12th, 201x

Revised Aug 20th, 201x

Accepted Aug 26th, 201x

Keyword:

Booklet

Company Profile

Media Informasi

RnD

ADDIE

ABSTRACT

Penyebaran informasi yang terus berkembang secara inovatif dan kreatif telah membawa perubahan yang signifikan di berbagai sektor, salah satunya pada sektor industri dan bisnis. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh media informasi berupa *booklet* pada PT Karayu Esa Indo yang sudah tidak efektif karena sebagian informasi yang sudah tidak relevan akibat adanya pembaruan data. Selain itu, gaya desain yang digunakan masih mengikuti konsep lama, sehingga belum cukup mampu menampilkan citra perusahaan yang profesional dan sesuai perkembangan zaman. Penelitian ini bertujuan untuk merancang *company profile* berbasis *booklet* yang efektif sebagai sarana informasi pada PT Karayu Esa Indo sebagai perusahaan *outsourcing*. Penelitian ini menggunakan *Research and Development* (R&D) sebagai metode penelitian dan menggunakan model ADDIE yang terdiri dari 5 tahapan, yaitu *analysis*, *design*, *development*, *implementation*, dan *evaluation* sebagai model pengembangan dalam pembuatan *booklet*. Produk akhir yang akan dihasilkan melalui penelitian ini berupa *booklet company profile* berukuran A4 dengan total 16 halaman yang dirancang menggunakan aplikasi Figma dengan konsep *Modern Corporate Industrial*. Produk melalui uji coba validasi dengan melibatkan 2 pihak internal PT Karayu Esa Indo dan 3 dosen Politeknik Negeri Batam. Sedangkan untuk mengukur tingkat efektivitas produk dilakukan uji coba lapangan. Berdasarkan pengujian tersebut *booklet* dinilai sangat baik oleh para ahli dan target audiens serta layak digunakan sebagai media informasi perusahaan.

Copyright © 201x Institute of Advanced Engineering and Science.
All rights reserved.

Corresponding Author:

Third Author,
Departement of Electrical and Computer Engineering,
National Chung Cheng University,
168 University Road, Minhsiung Township, Chiayi County 62102, Taiwan, ROC.
Email: lsntl@ccu.edu.tw

1. PENDAHULUAN

Berkembangnya ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini telah memberikan kemudahan dalam mengakses dan menyebarkanluaskan informasi bagi seluruh individu maupun masyarakat. Media informasi memiliki peran untuk menyajikan informasi yang akurat dan relevan sehingga dapat membentuk opini publik dan mempengaruhi perilaku konsumen. Penyebaran informasi yang semakin inovatif dan kreatif, membawa dampak signifikan di berbagai sektor, salah satunya pada dunia bisnis [1]. *Company profile* muncul sebagai salah satu media informasi yang penting bagi sebuah perusahaan dalam membangun citra, memperkenalkan diri, dan menarik perhatian bagi calon klien, investor, serta masyarakat luas [2]. *Company profile* tersedia dalam berbagai bentuk dan format yang disesuaikan dengan kebutuhan perusahaan, *booklet* menjadi salah satu jenis *company profile* yang bersifat ideal dalam pertemuan bisnis sehingga menimbulkan kesan yang profesional, kemudahan akses informasi tanpa koneksi internet, serta dapat disimpan sebagai arsip jangka panjang.

PT Karayu Esa Indo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang *outsourcing* dan layanan pendukung bisnis lainnya yang berlokasi di Jl. Ruko Greenland, Kota Batam, Kepulauan Riau. Sebagai perusahaan yang membutuhkan mitra dalam menjalin kerja sama, PT Karayu Esa Indo membutuhkan media

informasi yang dapat menyajikan profil perusahaan yang informatif dan menarik. Sebelumnya, PT Karayu Esa Indo telah memiliki *booklet company profile*, namun berdasarkan hasil wawancara dan observasi dengan pihak perusahaan, *booklet* ini masih menyajikan profil perusahaan yang kurang terkini karena adanya pembaruan data dan desain visual yang masih memiliki konsep lama sehingga kurang optimal dalam mencerminkan identitas perusahaan yang profesional dan modern.

Booklet menjadi salah satu media cetak yang efektif digunakan sebagai alat dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi. Keunggulan utama dari media ini yaitu terletak pada mampu dalam menyajikan informasi penting secara singkat namun tetap sistematis, serta didukung dengan kombinasi setiap unsur elemen visual. Penyusunan media cetak yang memiliki tampilan menarik, terusun rapi dan meninggalkan kesan yang kuat, dapat menjadi faktor pendorong bagi klien untuk tertarik dan bersedia melakukan kerja sama maupun membuka peluang bagi kolaborasi baru di masa mendatang [3]. Sebagian besar penelitian terdahulu belum ada yang membahas secara khusus pada bidang outsourcing dengan penilaian validasi serta kelayakan *booklet* secara terstruktur.

Berdasarkan permasalahan tersebut, penelitian ini berfokus pada perancangan *booklet company profile* sebagai sarana pada PT Karayu Esa Indo. Metode yang digunakan adalah *Research and Development* (R&D) dengan model pengembangan ADDIE, yang terdiri dari 5 tahapan, yaitu *analysis, design, development, implementation, dan evaluation*. Perancangan *company profile* menggunakan konsep *Modern Corporate Industrial* dengan tujuan dapat menampilkan citra perusahaan yang profesional dan modern. Identitas visual tersebut diwujudkan melalui tata letak yang terstruktur, penggunaan tipografi yang lugas, dan perpaduan antara pemilihan warna dan elemen visual yang selaras dengan identitas perusahaan melalui aplikasi Figma.

Penelitian ini bertujuan dalam merancang *booklet company profile* yang efektif sebagai media informasi pada PT Karayu Esa Indo melalui uji tingkat kelayakan produk serta respon target audiens terhadap produk tersebut. *Company profile* ini diharapkan dapat menjadi media pengenalan yang efektif bagi calon konsumen melalui gambaran terkait identitas perusahaan yang bersifat profesional dan meningkatkan citra perusahaan sehingga mampu membangun kepercayaan calon konsumen.

2. TEORI

2.1 Desain Komunikasi Visual

Desain komunikasi visual berperan sangat penting dalam kehidupan karena berfungsi sebagai salah satu alat penghubung dalam berkomunikasi. Desain komunikasi visual terbentuk karena adanya gabungan dari setiap elemen-elemen visual dengan prinsip komunikasi visual [4]. Desain komunikasi visual menjadi bidang yang semakin luas karena adanya perkembangan zaman, dengan memanfaatkan tipografi, ilustrasi, warna, dan berbagai macam elemen visual lainnya, desain komunikasi visual dapat menyampaikan pesan ke audiens melalui bantuan teknologi berupa aplikasi-aplikasi desain yang memampuni.

2.2 Company Profile

Company Profile merupakan alat komunikasi yang berisikan informasi-informasi terkait suatu perusahaan atau jasa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan [5]. *Company profile* biasanya berisikan gambaran umum dari sebuah perusahaan dan disampaikan secara terbuka kepada publik, serta juga memuat keunggulan dari perusahaan sehingga pembaca akan tertarik untuk melihatnya [6]. Dengan menggunakan *company profile*, suatu perusahaan dapat menampilkan sebuah usaha yang bersifat informatif, serta dapat menampilkan biodata multimedia, video klip, profil pelaku usaha, dan fasilitas produksi dan produk terkait [7].

2.3 Booklet sebagai media informasi

Booklet berperan sebagai media cetak yang mampu menyebarkan informasi kepada banyak orang dengan waktu yang singkat [8]. *Booklet* bersifat informatif yaitu berisikan informasi-informasi penting, pengetahuan, serta penjelasan yang berguna kepada para pembaca, sehingga isinya harus jelas, mudah dimengerti, dan tegas. Keunggulan dari penggunaan *booklet* sebagai media informasi yaitu terletak pada kemudahan dalam mendapatkan informasi yang lebih informatif tanpa adanya keterbatasan penggunaan waktu dan lokasi [9].

2.4 Metode Research & Development (R&D)

Metode *Research and Development* (R&D) merupakan metode penelitian yang dirancang tidak hanya untuk menghasilkan produk, namun juga untuk memvalidasi kelayakan produk tersebut di lapangan [10]. Tahapan pada penelitian R&D bermula dari adanya masalah yang muncul lalu kemudian diikuti dengan pengumpulan informasi, pembuatan desain produk, serta pengujian kelayakan oleh ahli dan uji coba kepada pengguna. Pada penelitian ini, metode R&D digunakan untuk memastikan *booklet* yang dirancang tidak hanya menarik dari segi visual, namun teruji layak dan efektif sebagai media informasi perusahaan.

2.5 Metode Pengembangan ADDIE

Metode ADDIE merupakan salah satu model desain yang menyajikan tahapan-tahapan perancangan secara terstruktur, sederhana, dan mudah dipahami [11]. Metode pengembangan ADDIE terdiri dari lima tahapan utama, yaitu *Analyze, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*, setiap tahapan berperan penting dalam memastikan keberhasilan sebuah pengembangan yang sedang dilakukan. Pemilihan metode ADDIE dalam penelitian ini yaitu karena adanya keunggulan dalam menghasilkan produk yang telah melalui

tahap evaluasi dan revisi pada setiap tahapannya, sehingga dapat menjadikan sebuah produk yang akurat, efisien, dan sesuai dengan harapan serta kebutuhan.



Gambar 2.1 Metode ADDIE
Sumber: Dokumentasi Penulis

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan model research and development (RnD) untuk menghasilkan produk berupa media informasi berbasis cetak dalam bentuk booklet *company profile* untuk PT Karayu Esa Indo. Proses perancangan booklet dilakukan dengan menerapkan model pengembangan ADDIE, yang mencakup lima tahapan kerja yang tersusun secara sistematis.

3.1 Tahapan Perancangan Metode ADDIE

a) Analisis (Analisis)

Analysis pada penelitian ini yaitu mengidentifikasi kebutuhan dan data pada PT Karayu Esa Indo melalui observasi dan wawancara. *Analysis* terbagi menjadi 2 macam, yaitu analisis kebutuhan dan analisis kinerja. Analisis kebutuhan meliputi evaluasi booklet yang sudah ada sebagai dasar perbaikan, penyesuaian karakteristik klien, serta penentuan media cetak. Analisis kinerja bertujuan untuk memahami permasalahan dasar yang dihadapi PT Karayu Esa Indo, yaitu kurangnya media informasi karena belum diperbarui, sehingga banyak informasi yang tidak relevan di era saat ini.

b) Design (Desain)

Tahap awal pada tahap *design*, yaitu pembuatan kerangka konsep agar memiliki konsep yang jelas dan terstruktur. Selanjutnya menentukan font yang akan digunakan. Penelitian ini menggunakan 4 jenis font yang disesuaikan dengan penggunaannya. Gabungan dari setiap font diharapkan dapat memberikan kesan yang kuat dan profesional. Selain itu, *color palette* dipilih sesuai konsep warna yang selaras dengan logo PT Karayu Esa indo.

Poppins
Open Sans Condensed
Open Sans
DM Sans



Gambar 3.1 Font
Sumber: Dokumentasi Penulis

Gambar 3.2 Color Palette
Sumber: Dokumentasi Penulis

Kerangka konsep yang telah dibuat selanjutnya diterapkan ke sketsa utama booklet secara langsung melalui Figma, desain dari *booklet* terdiri dari gabungan antara *color palette*, tipografi, gambar, dan elemen desain lainnya. Konsep yang digunakan pada desain ini yaitu "*Modern Corporate Industrial*".



Gambar 3.3 Sketsa Booklet
Sumber: Dokumentasi Penulis

c) Development (Perancangan)

Tahap development atau pengembangan terdiri dari tahapan yang fokus pada proses produksi dalam merealisasikan seluruh rancangan yang telah disusun sebelumnya. Proses perancangan ini menggunakan Figma sebagai aplikasi utama dalam merealisasikan konsep desain *booklet*. Setelah proses desain selesai, selanjutnya akan dilakukan uji validasi dengan ahli materi berupa pihak internal karayu dan uji validasi ahli media dengan 3 dosen Politeknik Negri Batam. Setelah melalui uji coba dengan ahli, produk siap melakukan tahap revisi pada, hal ini dilakukan agar produk dapat dinyatakan valid, layak pakai, dan siap untuk dilakukan uji coba lapangan.

d) Implementation (Implementasi)

Melalui tahap implementasi, penelitian akan fokus dengan melihat efektivitas perancangan *booklet* sebagai sarana informasi yang efektif melalui uji coba lapangan dengan melibatkan 40 responden dengan kriteria responden berupa: seseorang pekerja aktif di wilayah Kota Batam, berusia dari 20 hingga 45 tahun, pernah membaca media informasi perusahaan, dan sudah membaca *booklet company profile* PT Karayu Esa. Angket akan menjadi alat dalam pengumpulan respon dari pengguna *booklet*.

e) Evaluation (Evaluasi)

Evaluasi menjadi tahap terakhir pada metode ADDIE, pada tahap ini akan menghasilkan informasi dan data efektivitas *booklet* sebagai media informasi dalam mengenalkan perusahaan ke masyarakat luas. Evaluasi fokus kepada pemahaman pengguna *booklet* dalam menganalisis informasi-informasi yang berkaitan dengan perusahaan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Analysis (Analisis)

Kegiatan analisis ini dilakukan secara langsung di lokasi PT Karayu Esa Indo melalui metode observasi dan wawancara. Berdasarkan informasi yang didapatkan pada tahapan ini, diketahui bahwa PT Karayu Esa Indo sebelumnya sudah memiliki *booklet company profile*, namun media ini dinilai kurang optimal karena beberapa informasi yang sudah tidak relevan, informasi dengan paragraf yang terlalu panjang, dan tampilan visual yang didominasi dengan teks tanpa ilustrasi ataupun media pendukung. Penggunaan A4 sebagai ukuran *booklet* dinilai efektif karena mampu memuat informasi perusahaan tanpa membuat tata letak terlihat terlalu padat/kosong. Konsep desain diarahkan pada model *modern corporate industrial*, dengan menggunakan *color palette* yang mengacu pada logo sebagai identitas perusahaan. Oleh karena itu perusahaan membutuhkan media informasi yang dapat menyajikan informasi perusahaan secara lengkap, akurat, dan mudah dipahami oleh setiap orang. Selain berfungsi sebagai media informatif, *booklet* juga diharapkan dapat memiliki tampilan yang mampu meningkatkan citra positif dan profesional perusahaan kepada para calon klien/mitra.

4.2 Design (Desain)

Tahap perancangan memuat rancangan awal *booklet company profile* yang disesuaikan dengan kebutuhan PT Karayu Esa Indo. Adapun tahapan kegiatan yang dilakukan pada perancangan ini adalah:

a) Identitas Produk

Nama Produk	: <i>Company Profile</i> PT Karayu Esa Indo		
Jenis Media	: Media informasi perusahaan dalam bentuk <i>booklet</i> cetak.		
Konsep Desain	: <i>Modern Corporate Industrial</i> .		
Ukuran Produk	: Kertas A4 (21 cm x 29,7 cm) potrait.		
Jumlah Halaman	: 16 halaman, mencakup sampul depan, isi materi, dan sampul belakang.		
Spesifikasi Bahan			
1. Cover		2. Isi	
Jenis Kertas	: <i>Art Carton</i> .	Jenis Kertas	: <i>Art Paper</i> .
Gramatur	: 260 gsm.	Gramatur	: 150 gsm.
<i>Finishing</i>	: Laminasi <i>doff</i> .	<i>Finishing</i>	: Laminasi <i>glossy</i> .
		Bahasa	: Bahasa Indonesia dan Inggris

b) Spesifikasi Elemen Desain

Konsep visual pada *booklet* dirancang dengan menggabungkan berbagai elemen-elemen grafis yang mencerminkan identitas PT Karayu Esa Indo. Melalui proses eksplorasi, warna ungu tua dengan kode warna #864571 ditetapkan sebagai warna primer yang menjadi unsur dominan di seluruh elemen visual dalam *booklet*. Jenis huruf Poppins dipilih sebagai heading dan subjudul karena menampilkan karakter huruf yang tegas, proporsional, dan mendukung kesan modern. Open Sans Condensed digunakan sebagai teks isi pelengkap pada *cover*, karakter dari *font* ini adalah hurufnya yang ramping sehingga mampu menyampaikan informasi secara efisien. *Font* Open Sans dan DM sans dipilih sebagai jenis huruf untuk penjelasan isi materi pada *booklet*.

4.3 Development (Perancangan)

Tahap development difokuskan kepada perancangan *booklet* secara langsung dari sketsa yang

telah disusun sebelumnya untuk siap digunakan dan dievaluasi. Pada tahap ini seluruh konsep, materi, dan elemen visual yang telah direncanakan mulai disusun melalui aplikasi Figma. Selain mempertimbangkan aspek visual, tahap ini juga mempertimbangkan aspek keterbacaan dan kemudahan dalam memahami *booklet*.



Gambar 4.1 Cover Booklet

Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.2 Halaman Awal

Sumber: Dokumentasi Penulis

Setelah produk selesai dikembangkan selanjutnya akan memasuki tahap uji validasi ahli media dan materi untuk mengukur tingkat kelayakan sekaligus mengidentifikasi letak kekurangan produk sebelum diuji cobakan secara nyata. Uji validasi tersebut akan dilakukan oleh 2 kelompok ahli yang berkompeten di bidangnya, yakni 3 ahli media dan 1 ahli materi. Untuk memperoleh tingkat kelayakan produk, data yang telah didapatkan akan dianalisis dengan membandingkan total skor dengan skor maksimal [12]. Perhitungan yang digunakan pada tahap ini adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{\sum x}{\sum X} \times 100\%$$

Keterangan:

P = Persentase Kelayakan

$\sum x$ = Jumlah skor yang diperoleh

$\sum X$ = Jumlah skor maksimum

100% = Konstanta

Setelah mendapatkan nilai dari perhitungan, selanjutnya data akan diklasifikasi kategori sesuai hasil akhir. Pengelompokan ini menjadi bagian akhir dalam menentukan keefektivitasan produk *booklet company profile*, namun jika hasil menentukan bahwa produk tidak valid, maka perlu melakukan perbaikan produk secara menyeluruh. Klasifikasi kategori dapat dilihat pada tabel 4.1 dibawah ini.

Tabel 4.1 Kategori Penilaian

Sumber: Dokumentasi Penulis

Persentase	Kategori
81% - 100%	Sangat Baik
61% - 80%	Baik
41% - 60%	Cukup
21% - 40%	Kurang
0% - 20%	Sangat Kurang

Pemaparan data hasil dari validasi kedua ahli tersebut dijabarkan sebagai berikut:

a) Uji Coba Validasi Ahli Materi

Validasi ahli materi dilakukan oleh 2 orang pihak internal PT Karayu Esa Indo, yaitu Olivia Diva Wulanda sebagai *HR Officer* dan Bapak Benjes Solly selaku *Manager Operational* yang memiliki pengetahuan mendalam terkait profil, data, dan identitas perusahaan. Hasil penilaian validasi produk sesuai dengan tabel 4.1 dan 4.2 di bawah ini.

Tabel 4.2 Hasil Uji Ahli Materi

Sumber: Dokumentasi Penulis

No	Aspek	Skor	Persentase	Kategori
1	Kesesuaian Materi			
	Kesesuaian Data	10	100%	Sangat Baik
	Profil mencerminkan identitas perusahaan.	9	90%	Sangat Baik
	Data telah diperbarui dan relevan.	10	100%	Sangat Baik
2	Kelengkapan Materi			

	Memuat informasi pengenalan perusahaan.	10	100%	Sangat Baik
	Memenuhi kebutuhan informasi calon mitra/klien.	10	100%	Sangat Baik
	Legalitas dan sertifikasi disajikan lengkap.	10	100%	Sangat Baik
	Kontak perusahaan dicantumkan dengan jelas.	9	90%	Sangat Baik
3	Keakuratan Materi			
	Informasi sesuai tujuan <i>booklet</i> .	10	100%	Sangat Baik
	Informasi bebas dari kesalahan.	9	90%	Sangat Baik
	Informasi konsisten dan benar.	7	70%	Baik
4	Penyajian Materi			
	Penyajian informasi terstruktur.	10	100%	Sangat Baik
	Materi mudah dipahami.	10	100%	Sangat Baik
	Bahasa jelas dan efektif.	10	100%	Sangat Baik
	Materi disajikan secara proporsional.	9	90%	Sangat Baik
5	Kemanfaatan			
	Menyediakan informasi yang dibutuhkan klien/mitra.	10	100%	Sangat Baik
	Meningkatkan pemahaman tentang perusahaan.	10	100%	Sangat Baik
	Efektif sebagai media informasi perusahaan.	10	100%	Sangat Baik
	Mendukung pembentukan citra perusahaan.	10	100%	Sangat Baik
	Memudahkan penyebaran informasi kepada audiens.	10	100%	Sangat Baik
	Rata-rata keseluruhan aspek	183	96,31%	Sangat Baik

Tabel 4.3 Saran Ahli Materi

Sumber: Dokumentasi Penulis

No	Catatan saran dan perbaikan
1	Lebih teliti dalam setiap penulisan.
2	Terdapat beberapa kata yang salah ketik dan tulisan yang terlalu besar.

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\sum x}{\sum X} \times 100\% \\
 &= \frac{183}{190} \times 100\% \\
 &= 96,31\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan penilaian uji validasi ahli materi pada tabel 4.1 dan 4.2, didapatkan bahwa *booklet* secara keseluruhan memperoleh total skor sebesar 183 dengan persentase mencapai 96,31%. Jika dikategorikan sesuai kriteria penilaian pada tabel 4.1, maka persentase tersebut merujuk kepada kategori "sangat baik". Pada aspek kesesuaian, kelengkapan, penyajian materi, dan kemanfaatan, hampir seluruh indikator memperoleh skor sebesar 90-100% dengan kategori "sangat baik". Tingginya skor tersebut didukung oleh penyusunan materi dengan konsultasi secara langsung kepada perusahaan, sehingga isi *booklet* sesuai dengan identitas dan kebutuhan perusahaan. Namun, pada aspek keakuratan materi, memperoleh skor sebesar 70% pada kategori "baik". Hal ini sesuai dengan catatan saran dan perbaikan dari para ahli materi, yaitu adanya kesalahan pengetikan dan proporsi ukuran teks. Meskipun isi *booklet* sudah sesuai, ketelitian penulisan tetap perlu diperbaiki demi keakuratan informasi dan sebelum diimplementasikan pada uji coba lapangan.

b) Uji Coba Validasi Ahli Media

Pengujian validasi kelayakan media dilakukan oleh 3 orang dosen Politeknik Negeri Batam, yaitu Bapak Fadli Suandi, S.T., M.Kom., Ibu Widya Putri Ramadhani, S.Tr.Kom, dan Ibu Anis Rahmi, S.Tr.Kom., M.Sn. dengan menggunakan skala likert dan masukan. Proses evaluasi pada tahapan ini fokus pada produk berdasarkan prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validasi Ahli Media

Sumber: Dokumentasi Penulis

No	Aspek	Skor	Persentase	Kategori
1	Desain Visual			
	Tampilan <i>booklet</i> menarik.	12	80%	Baik
	Desain memberikan kesan profesional.	13	86,67%	Sangat Baik
	Desain mencerminkan identitas perusahaan.	13	86,67%	Sangat Baik
2	Tata Letak			
	Proporsi teks sesuai.	13	86,67%	Sangat Baik
	Penempatan elemen visual sesuai.	13	86,67%	Sangat Baik
	Tata letak rapi dan seimbang.	13	86,67%	Sangat Baik
3	Tipografi			
	Tipografi sesuai karakter perusahaan.	14	93,33%	Sangat Baik
	Ukuran huruf mudah dibaca.	12	80%	Baik
	Hierarki tipografi konsisten.	14	93,33%	Sangat Baik
4	Warna			
	Warna sesuai identitas perusahaan.	13	86,67%	Sangat Baik
	Kontras warna memadai.	11	73,33%	Baik
5	Gambar dan ilustrasi			
	Kualitas gambar layak cetak.	11	73,33%	Baik
	Gambar mendukung informasi.	14	93,33%	Sangat Baik
5	Konsisten Desain			
	Konsistensi gaya visual.	12	80%	Baik
	Gaya visual selaras dengan identitas	12	80%	Baik
6	Media Cetak			
	Kualitas hasil cetak baik.	12	80%	Baik
	Bahan dan ukuran <i>booklet</i> nyaman digunakan.	12	80%	Baik
7	Daya Tarik Media			
	Mampu menarik perhatian pembaca.	12	80%	Baik
	Layak sebagai media informasi.	13	86,67%	Sangat Baik
Rata-rata keseluruhan aspek		239	83,86%	Sangat Baik

Tabel 4.5 Saran Ahli Media

Sumber: Dokumentasi Penulis

No	Catatan saran dan perbaikan
1	Menyesuaikan kontras warna pada elemen nama PT di cover depan dan halaman mitra agar lebih jelas dan mudah dibaca.
2	Mengoptimalkan area kosong pada sisi kiri cover untuk menciptakan komposisi visual yang lebih seimbang.
3	Memperbesar ukuran informasi kontak agar lebih mudah dibaca.
4	Menambahkan visual yang merepresentasikan layanan utama perusahaan, seperti manpower supply, security service, dan cleaning service, agar identitas bisnis lebih cepat dipahami.
5	Mempertimbangkan penggunaan aksesoris warna dari logo (emas/kuning) pada beberapa elemen desain untuk menciptakan focal point yang lebih kuat.
6	Memastikan file cetak menggunakan resolusi minimal 300 dpi dan mode warna CMYK agar kualitas hasil produksi tetap optimal.
7	Meninjau kembali penggunaan warna ungu pada beberapa foto karena memberikan kesan foto pudar dan dapat memengaruhi kualitas visual <i>booklet</i> .

$$P = \frac{\sum x}{\sum X} \times 100\%$$

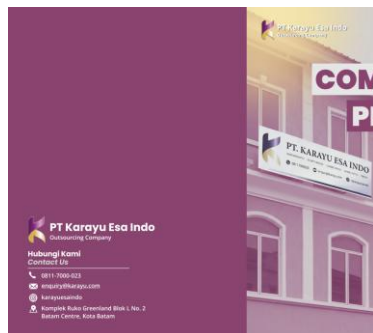
$$= \frac{239}{285} \times 100\%$$

$$= 83,86\%$$

Berdasarkan tabel 4.4 dan 4.5, memperlihatkan bahwa dari 19 macam aspek yang dievaluasi, perancangan *booklet company profile* memperoleh total skor sebesar 239 dengan rata-rata persentase kelayakan mencapai 83,86% dengan kategori “sangat baik”. Hampir seluruh indikator pada aspek tipografi dan gambar.illustrasi mendapatkan skor berkisar 86,67%-93,33% pada kategori sangat baik, hal ini menunjukkan bahwa jenis huruf, ukuran, dan kualitas gambar mendukung penyampaian informasi perusahaan. Aspek tata letak, media cetak, dan konsistensi desain juga turut berada pada kategori “baik” sehingga menandakan elemen visual serta kualitas cetak cukup rapi dan seimbang. Namun, terdapat 2 indikator yang memperoleh skor terendah, yaitu “kontras warna memadai” di 73,33% dan “tampilan *booklet* menarik” pada kategori “baik”. Oleh karena itu, perlunya dilakukan revisi berupa penyesuaian kontras warna anatara elemen visual, penambahan elemen visual di sisi yang kosong, serta perbaikan nuansa warna ungu guna menjamin kualitas cetak sebelum memasuki tahap produksi pada uji coba lapangan. Para ahli media menilai secara keseluruhan bahwa media layak dan efektif sebagai media informasi, namun tetap memberikan saran dan catatan pada bagian-bagian spesifik agar kualitas *booklet* dapat ditingkatkan menjadi lebih optimal

c) Revisi Produk

Berdasarkan tinjauan dan masukan dari para validasi ahli dan materi, tahapan selanjutnya adalah melakukan revisi produk. Proses revisi ini bertujuan untuk menyempurnakan dan memastikan produk telah memenuhi standar kevalidan dan kelayakan, sehingga produk siap untuk diimplementasikan pada tahap uji coba lapangan. Hasil revisi dapat dilihat pada gambar-gambar berikut:



Gambar 4.3 Halaman Sampul
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.4 Halaman Pembuka
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.5 Halaman Daftar Isi
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.6 Halaman Profil Perusahaan
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.7 Halaman Visi Misi & Legalitas
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.8 Halaman struktur & Mitra
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.9 Halaman Layanan
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.10 Halaman Galeri
Sumber: Dokumentasi Penulis



Gambar 4.11 Halaman Penutup
Sumber: Dokumentasi Penulis

4.4 Implementation (Implementasi)

Booklet yang telah melalui revisi design dari saran uji validasi ahli materi dan media akan melalui tahap implementasi untuk siap dicetak. *Booklet* akan diuji kembali kepada pengguna produk secara nyata di lapangan dalam format A4 menggunakan bahan *art cartoon* dan *art paper*, dan teknik penjilidan berupa staples. Tujuan dari tahap ini adalah untuk mengumpulkan respon beserta penilaian dari pengguna yang bertindak sebagai target utama penilaian *booklet*. Uji coba lapangan dilakukan kepada 40 orang responden berdasarkan beberapa kriteria, yaitu seseorang pekerja/karyawan aktif yang bekerja di Kota Batam, berusia 20-45 tahun, pernah membaca atau menggunakan media informasi perusahaan seperti *booklet*, *leaflet*, dan brosur sebelumnya, serta telah membaca *booklet company profile* PT Karayu Esa Indo.

Tabel 4.6 Hasil Uji Coba Lapangan

Sumber: Dokumentasi Penulis

No	Aspek	Skor	Persentase	Kategori
1	Tampilan Visual			
	Daya tarik desain cover	182	91%	Sangat Baik
	Tata letak (layout)	185	92,50%	Sangat Baik
	Kesesuaian warna	181	90,50%	Sangat Baik
	Kualitas gambar dan foto	191	95,50%	Sangat Baik
	Keterbacaan tipografi	180	90%	Sangat Baik
2	Isi Informasi			
	Kejelasan identitas perusahaan	184	92%	Sangat Baik
	Kesesuaian informasi dengan kebutuhan pembaca	181	90%	Sangat Baik
	Kelengkapan informasi perusahaan	184	92%	Sangat Baik
	Keakuratan dan kredibilitas informasi	180	90%	Sangat Baik
3	Bahasa			
	Kemudahan memahami bahasa	191	95,50%	Sangat Baik
	Kejelasan kalimat	181	90,50%	Sangat Baik
	Efektivitas penggunaan bahasa	187	93,50%	Sangat Baik
4	Manfaat dan Efektivitas Media			
	Kemanfaatan <i>booklet</i> sebagai media informasi	191	95,50%	Sangat Baik
	Peningkatan pemahaman terhadap layanan perusahaan	184	92%	Sangat Baik
	Kemudahan memperoleh informasi	184	92%	Sangat Baik
	Citra profesional perusahaan	186	93%	Sangat Baik
5	Kualitas Fisik Booklet			
	Kualitas hasil cetak	187	93,50%	Sangat Baik
	Kesesuaian bahan kertas	182	91%	Sangat Baik
	Kepraktisan ukuran <i>booklet</i>	185	92,50%	Sangat Baik
	Kualitas fisik <i>booklet</i> secara keseluruhan	187	93,50%	Sangat Baik
Rata-rata keseluruhan aspek		3,693	92,32%	Sangat Baik

$$\begin{aligned}
 P &= \frac{\sum x}{\sum X} \times 100\% \\
 &= \frac{3,693}{4000} \times 100\% \\
 &= 92,32\%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan tabel 4.6, hasil uji coba lapangan secara keseluruhan menunjukkan persentase kelayakan sebesar 92,32%, hal ini menjadikan *booklet* masuk pada klasifikasi penilaian dengan kategori "Sangat Baik". Penilaian ini merepresentasikan bahwa media informasi yang telah melalui tahap revisi berdasarkan saran masukan para ahli materi dan media terbukti efektif dan diterima dengan baik oleh responden dalam menilai tampilan visual, informasi, bahasa, manfaat, dan efektivitas media, ataupun

kualitas fisik *booklet*. Seluruh indikator pada kelima aspek yang diujikan memperoleh skor pada rentang 90-95,50% pada kategori sangat baik. Skor tertinggi terdapat pada aspek “kemudahan memahami bahasa” dan “kemanfaatan *booklet* sebagai media informasi” yang keduanya mencapai 95,50%. Hal ini membuktikan *booklet* mampu menyajikan informasi secara lengkap dan akurat, sekaligus bermanfaat dalam meningkatkan pemahaman terkait layanan dan citra perusahaan. Adapun nilai terendah sebesar 90% pada indikator “keterbacaan tipografi”, “kesesuaian informasi dengan kebutuhan pembaca”, dan “keakuratan dan kredibilitas informasi”. Meski demikian, 3 indikator tersebut tetap masuk pada kategori “sangat baik” sehingga tidak mengurangi tingkat kelayakan *booklet* secara keseluruhan. Kondisi tersebut akan menjadi pertimbangan dalam menyempurnakan *booklet* kedepannya, dengan menyesuaikan jenis dan ukuran huruf serta mengamati pembaruan data perusahaan secara berkala.

4.5 Evaluation (Evaluasi)

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian dalam merancang *booklet company profile* sebagai sarana informasi pada PT Karayu Esa Indo berhasil dilakukan. Hal ini didukung melalui nilai validasi ahli materi sebesar 96,31%, validasi ahli media sebesar 83,86%, dan hasil uji coba lapangan kepada 40 responden memperoleh nilai 92,32% yang seluruh uji tersebut masuk pada kategori “sangat baik”. Hasil tersebut menegaskan bahwa rancangan *booklet* telah sesuai dengan kebutuhan media informasi perusahaan dan layak menjadi sarana komunikasi bagi calon klien/mitra. Selama proses pengembangan *booklet*, ditemukan beberapa kekurangan pada produk. Berdasarkan masukan ahli media, aspek “kontras warna memadai” memperoleh nilai sebesar 73,33%, yang menunjukkan bahwa paduan dari warna teks dengan latar belakang belum optimal sehingga mengurangi tingkat keterbacaan informasi. Oleh sebab itu, diperlukannya penambahan warna, bayangan, serta penyesuaian ukuran dan ketebalan huruf guna meningkatkan keterbacaan informasi. Selain itu, keterbatasan pada penelitian ini berupa terbatasnya uji coba produk kepada responden sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan penilaian dari calon klien dalam cakupan yang lebih luas. Pengembangan selanjutnya diharapkan dapat memperluas cakupan responden melalui sudut pandang calon klien/mitra, sehingga dapat menjadi media informasi yang dapat menjangkau calon klien/mitra secara lebih luas.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan rangkaian penelitian, pengujian, dan analisis data yang telah dilaksanakan, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian menggunakan metode *Research and Development* dengan model pengembangan ADDIE yang terdiri dari 5 tahap, yaitu *Analysis, Design, Development, Implementation, dan Evaluation*.
2. Produk yang dihasilkan dari penelitian ini adalah *booklet company profile* PT Karayu Esa Indo dengan format A4 yang memuat 16 halaman yang dirancang konsep desain *Modern Corporate Industrial*.
3. Hasil pengujian validasi memperoleh persentase kelayakan sebesar 96,31% berasal dari uji validasi ahli materi dan 83,86% dari ahli media, dua jenis uji validasi ini menyatakan bahwa produk masuk ke dalam kategori “sangat layak”. Setelah itu, uji coba lapangan menghasilkan persentase sebesar 92,32% yang berasal dari 40 responden. Hasil dari seluruh pengujian menunjukkan bahwa *booklet* mampu menyajikan informasi perusahaan secara terstruktur, lengkap, dan menarik. *Booklet* yang dikembangkan mendapatkan respon baik dari pihak perusahaan maupun target audiens, sehingga *booklet* di nilai efektif sebagai media informasi PT Karayu Esa Indo.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan menghasilkan produk berbasis desain yang fokus pada perancangan *booklet company profile* sebagai sarana informasi dan branding perusahaan. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pembuatan desain, khususnya dalam pengembangan media *company profile* berbasis *booklet* sebagai media informasi perusahaan.

REFERENSI

- [1] M. D. Prasetyo, "PERANCANGAN VISUAL COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PT. GLOBAL LANS AKASA".
- [2] M. P. Rahastine, "Analisa Peranan Public Relation PT.Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022.
- [3] H. A. Mustahibah, A. F. Hastawan, and D. Djuniadi, "Perancangan Media Booklet Company Profile PT Pratama Jaya Safety Sebagai Media Promosi," vol. 6, no. 1, 2025.
- [4] R. M. Rahmah, "PERANCANGAN BUKU BIBLIOTERAPI SEBAGAI MEDIA EDUKASI PERILAKU SELF LOATHING UNTUK REMAJA USIA 18 SAMPAI 21 TAHUN," vol. 6, no. 3, 2024.
- [5] V. D. Fatiha, "PERANCANGAN COMPANY PROFILE DEPTH WONDO SURAKARTA," vol. 7, no. 1, 2025.
- [6] Edy Siswanto, Robby Andika Kusumajaya, and Nining Fitriani, "PEMBUATAN MULTIMEDIA COMPANY PROFILE CV. SARANA WIJAYA SEBAGAI MEDIA INFORMASI," *MANAJEMEN*, vol. 1, no. 1, pp. 17–32, Jun. 2021, doi: 10.51903/imk.v1i1.56.
- [7] A. Setyarini and Y. Agusrina, "PADA KAMPUNG TEMATIK CIBAGOR KELURAHAN MLATIHARJO," vol. 6, no. 2, 2024.
- [8] V. A. Dede, M. N. I. Buku, and L. Seran, "Pengembangan dan Validasi Media Booklet Materi Virus sebagai Sumber Belajar bagi Peserta Didik SMA: (Development and Validation of Virus Material Booklet Media as a Learning Resource for High School Students)," *Biodik*, vol. 11, no. 1, pp. 218–231, Mar. 2025, doi: 10.22437/biodik.v11i1.42276.
- [9] D. Apriyanti, R. Rusmilawaty, R. Rafidah, and N. R. Prihatanti, "Efektifitas Pendidikan Kesehatan Menggunakan Booklet dan Leaflet Terhadap Pengetahuan Remaja Putri Tentang Tablet Tambah Darah Di SMPN 16 Banjarmasin Tahun 2024," *jpnmb*, vol. 1, no. 8, pp. 1467–1477, Jan. 2025, doi: 10.59837/jpnmb.v1i8.271.
- [10] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2023.
- [11] R. Benny A. Pribadi, *Model-model Desain Pembelajaran*. Dian Rakyat, 2009.
- [12] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA, 2019.