

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 *Company profile*

3.1.1 Definisi *Company profile*

Company profile adalah sebuah asset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerja sama dengan relasi terkait. (Maimunah dkk, Jurnal CCIT Vol. 5 No. 3, 2012: 284)

Company profile atau profil perusahaan adalah gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku (Agustrijanto 2011: 133).

3.1.2 Fungsi *Company Profile*

Menurut Prasetya (2008) fungsi utama *company profile* adalah sebagai media komunikasi atau penyampaian informasi tertentu tentang perusahaan pada pihak yang membutuhkan, baik dalam maupun luar perusahaan. Sebuah perusahaan setidaknya memiliki sebuah image yang dapat mewakili jenis perusahaan, kelas, dan produk yang dihasilkan perusahaan.

Sedangkan menurut Haililah Tri Gandhiwati (kk.mercubuana.ac.id), fungsi dari *company profile* diantaranya:

a. Representasi Perusahaan

Company profile merupakan gambaran umum tentang perusahaan yang mewakili sekaligus membangun citra perusahaan agar masyarakat mempunyai pemahaman yang tepat terhadap perusahaan.

b. Komunikasi

Company profile digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual-understanding*.

c. Menghemat Waktu Transaksi

Pihak yang berkaitan dengan usaha perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail informasi perusahaan karena telah dicantumkan dalam *company profile*.

d. Membangun Identitas dan Citra Korporat

Company profile yang dikemas menarik, detail, jelas, dan mewah dapat mencerminkan *image* perusahaan sebagai perusahaan besar dan bonafit.

3. 1. 3 *Graphic Company Profile*

Terdapat lima bentuk *company Profile* yakni bentuk *text company profile*, bentuk *graphic company profile*, bentuk *video company profile*, bentuk *interactive company profile*, *online company profile* (Zachky S. Youri & Faizal Alfa Z., 2010)

Bentuk *graphic company profile* sendiri bersifat lebih variatif karena menggabungkan text dan gambar/foto/ilustrasi secara harmonis. Apabila digunakan sebagai *marketing tool*, *graphic company profile* dapat muncul dalam berbagai bentuk desain cetak, seperti: katalog, *booklet*, brosur, *flyer*, *leaflet*, *printed map* dengan variasi warna, ukuran, media cetak, hingga *finishing*.

3. 2 Elemen Desain

Menurut Wucius Wong dalam bukunya *Beberapa Asas Merancang Nirmana Dwimatra*, elemen-elemen desain sangat mempengaruhi satu sama lain dan tidak dapat dipisahkan. Elemen atau unsur desain dibedakan menjadi 4 kelompok yakni: unsur konsep, unsur rupa, unsur pertalian, dan unsur peranan.

3. 2. 1 Unsur Konsep

Unsur Konsep bersifat tidak terlihat. Mereka tidak benar-benar ada namun dapat dirasakan keberadaannya. Seperti titik, garis, bidang, volume yang tidak benar-benar ada: bila ada maka bukan merupakan unsur konsep.

a. Titik

Titik mengindikasikan posisi. Titik tidak memiliki panjang maupun luas dan tidak menduduki sebuah area. Titik berada di awal dan ujung sebuah garis dan pada garis yang saling bertemu maupun berpotongan.

b. Garis

Garis merupakan titik yang bergerak, jejaknya menjadi garis. Garis memiliki panjang namun tidak memiliki luas. Garis memiliki posisi dan arah yang dibatasi oleh titik. Garis membentuk batas pada bidang

c. Bidang

Pergerakan garis menghasilkan bidang. Bidang memiliki panjang dan luas, namun tidak memiliki ketebalan. Bidang memiliki posisi dan arah yang dibatasi oleh garis. Bidang menegaskan batas luar dari suatu volume.

d. Volume

Gabungan bidang-bidang menghasilkan volume. Volume memiliki posisi dan arah yang dibatasi oleh bidang. Dalam desain dua dimensi, volume bersifat dibuat-buat.

3. 2. 2 Unsur Rupa

Unsur Rupa adalah jika unsur yang berupa konsep menjelma menjadi wujud yang terlihat: memiliki bentuk, ukuran, warna, dan tekstur. Elemen visual membentuk bagian paling penting dari sebuah desain karena elemen-elemen tersebut adalah apa yang terlihat oleh kita.

a. Bentuk

Segala sesuatu yang dapat dilihat sebagai sebuah bentuk menyajikan identifikasi utama dalam persepsi khalayak.

b. Ukuran

Semua bentuk memiliki ukuran. Ukuran bersifat relatif namun dapat diukur.

c. Warna

Sebuah bentuk dibedakan dari sekitarnya oleh warna. Dalam arti luas, meliputi tidak hanya spektrum namun juga warna netral, tone dan perpaduan *chromatic*.

d. Tekstur

Tekstur mengacu pada karakteristik permukaan sebuah bentuk.

3. 2. 3 Unsur Pertalian

Unsur Pertalian ini mengatur penempatan dan hubungan timbal balik sebuah bentuk dalam desain. Beberapa dapat dilihat, seperti arah dan posisi; beberapa dapat dirasakan; seperti ruang dan gravitasi.

a. Arah

Arah sebuah bentuk bergantung pada bagaimana bentuk tersebut berhubungan dengan pengamat, baik kerangka maupun bentuk lain yang terdapat di sekitar.

b. Posisi

Posisi sebuah bentuk dinilai dari hubungannya dengan struktur kerangka dari desain.

c. Ruang

Bentuk dalam berbagai ukuran, meskipun kecil tetap memiliki ruang. Sehingga, ruang dapat terisi atau dibiarkan kosong. Ruang dapat berupa datar atau seolah-olah memiliki kedalaman.

d. Gravitasi

Sebagaimana semua benda tertarik oleh gaya gravitasi bumi, gravitasi cenderung dihubungkan dengan berat dan ringan, kestabilan atau ketidakstabilan sebuah bentuk tunggal maupun kumpulan bentuk-bentuk.

3. 2. 4 Unsur Peranan

Unsur peranan mendasari konten dan perluasan dari desain.

a. Representasi

Sebuah bentuk yang berasal dari alam atau buatan manusia dapat disebut representasional. Representasi dapat bersifat realistik, dibuat-buat, atau mendekati abstrak.

b. Arti

Desain memiliki arti bila sebuah desain menyampaikan sebuah pesan.

c. Fungsi

Desain memiliki fungsi bila memiliki tujuan tertentu.

3.3 Layout

Menurut Surianto Rustan (*Layout: Dasar dan Penerapannya*, 2008: 1) *layout* merupakan tata letak elemen-elemen desain terhadap suatu bidang dalam media tertentu untuk mendukung konsep yang dibawanya. *Layout* yang dikerjakan melalui proses dan tahapan yang benar bukan tidak mungkin akan berdampak positif pada tujuan apapun yang ingin dicapai desainer melalui karya desain yang dibuatnya.

Dalam bukunya yang berjudul *Layout: Dasar dan Penerapannya*, Rustan (2008: 23 – 72) mengatakan bahwa terdapat jenis-jenis elemen *layout* diantaranya:

a. Elemen Teks

Setiap artikel yang dibuat tentu memiliki judul/*headline* pada bagian atasnya. Judul dibuat lebih besar agar menarik perhatian dan sebagai pembeda dari elemen *layout* lainnya. Selanjutnya terdapat isi/*body text* yang merupakan elemen *layout* yang memberikan banyak informasi mengenai topik bahasan. Selain judul dan isi, teks lain yang terkandung dalam *layout* adalah subjudul, spasi, *caption*, *header and footer*, catatan kaki, nomor halaman, *running head*, dan *signature*.

b. Elemen Visual

Elemen visual terdiri dari elemen bukan teks dalam suatu *layout*. Visualisasi dapat diungkapkan dengan berbagai cara, salah satunya melalui foto dan *artworks*. Fotografi dapat memberikan kesan “dapat dipercaya” oleh konsumen yang melihatnya sedangkan *artworks* adalah segala jenis visual yang bukan fotografi, misalnya ilustrasi, kartun, dan sketsa.

c. Elemen Tak Terlihat (*Invisible Element*)

Elemen yang tergolong dalam *invisible element* ini merupakan pondasi dalam *layout* yang digunakan sebagai acuan penempatan elemen lainnya. Sesuai dengan namanya, elemen ini tidak terlihat pada hasil akhir produksi (hasil

cetak). *Invisible element* terdiri dari *margin* yang digunakan untuk menentukan jarak antara pinggir kertas dengan ruang yang akan ditempati elemen-elemen layout dan *grid* yang berfungsi mempermudah peletakan elemen layout dan mempertahankan konsistensi dan kesatuan layout.

3.3.1 Komposisi Layout

Menurut Surianto Rustan (2008: 74) komposisi merupakan hal penting yang harus diperhatikan dalam menghasilkan sebuah desain. Komposisi yang harmonis dapat diperoleh dengan prinsip komposisi yang meliputi:

a. *Sequence*

Disebut juga sebagai *flow* dalam sebuah *layout*. Dengan *sequence*, pembaca secara otomatis mengurutkan pandangan dan dapat menangkap pesan dengan mudah.

b. *Emphasis*

Pemberian penekanan/kontras digunakan untuk menampilkan *point of interest*. Penekanan dapat diciptakan dengan memberi ukuran yang lebih besar dibanding elemen lain, penggunaan warna yang kontras antara *vocal point* dan latar belakang/element lainnya, peletakan di posisi yang strategis dan menarik perhatian, serta penggunaan *style* yang berbeda dengan sekitarnya.

c. *Balance*

Pembagian berat merata pada suatu bidang disebut *balance*. *Balance* diperlukan untuk menghasilkan kesan seimbang. Hal ini dapat dicapai melalui pengaturan letak, ukuran, arah, warna, dan atribut lain. *Balance* terbagi menjadi dua jenis, yakni *symmetrical balance* dan *asymmetrical balance*.

d. *Unity*

Unity merupakan keadaan dimana elemen saling berkaitan dan tersusun secara tepat. Kesatuan di sini juga mencakup keselarasan elemen-elemen yang terlihat secara fisik dan pesan yang ingin disampaikan.

3. 4 Warna

Menurut Bride M. Whelan dalam Buku *Color Harmony 2: A Guide to Creative Color Combination* (1994: 13) aspek warna, atau kualitas dari warna, mengacu pada warna dan kombinasi warna yang membangkitkan reaksi emosional tertentu. Terang dan gelap menjadi dasar untuk membedakan dan membandingkan warna. Beberapa aspek warna mengandung kombinasi warna yang berharmoni satu sama-lain, dan seimbang secara spektrum.

Keseimbangan spektrum warna berlangsung pada mata saat ribuan gelombang energi elektromagnetik dari panjang yang berbeda-beda memantul pada (atau terserap oleh) komponen kimia segala objek. Warna bisa menjadi sederhana dan rumit. Warna dapat memiliki arti yang berbeda pada orang yang berbeda dengan kultur yang berbeda. Warna merupakan hal yang personal dan universal, menyampaikan pesan yang penuh dengan variasi yang tak berujung.

3. 4. 1 Aspek Warna

a. Warna Panas

Warna panas mengacu pada merah dengan saturasi penuh dalam roda warna: warna merah dalam keadaan terkuatnya. Warna panas sangat terlihat dan menarik perhatian. Untuk alasan tersebut, warna merah sering digunakan dalam *graphic signage* dan desain. Warna panas bersifat kuat dan agresif. Kekuatan warna panas mempengaruhi orang dalam banyak cara, seperti menaikkan tekanan darah dan menstimulasi sistem syaraf.

b. Warna Dingin

Dingin mengingatkan pada es dan salju, hal tersebut dihasilkan oleh warna dingin yang merupakan kebalikan dari warna panas. Warna dingin memperlambat metabolisme dan meningkatkan ketenangan.

c. Warna Hangat

Segala warna yang mengandung warna merah adalah warna hangat. Campuran warna kuning pada merah yang menjadikan warna hangat berbeda dengan warna panas. Warna hangat, seperti merah-jingga, jingga, dan jingga-kuning, selalu mengandung campuran antara merah dan

kuning dengan komposisi dan mencakup area yang lebih besar dari spectrum emosional.

d. Warna Sejuk

Warna sejuk berbeda dengan warna dingin karena kehadiran warna kuning dalam komposisinya yang menghasilkan warna kuning – hijau, hijau, dan biru – hijau. Warna dingin, seperti *turquoise*, biru, dan hijau *verdant*, terlihat di alam. Warna dingin menciptakan kesan menyejukkan dan tenang, dan nyaman.

e. Warna Terang

Warna terang merupakan warna pastel yang paling pucat. Warna terang mengambil cahaya dari ketiadaan dari warna dalam komposisi mereka dan hampir transparan. Ketika pencahayaan meningkat, variasi antara perbedaan corak warna menurun. Warna cerah membuat sekitarnya terasa lapang dan sering diasosiasikan dengan tirai di jendela yang mengandung pesan relaksasi.

f. Warna Gelap

Warna hitam merupakan warna-warna yang mengandung warna hitam dalam komposisinya. Warna gelap memperkecil ruang dan membuatnya terasa kecil. Efek dari warna gelap adalah konsentrasi dan keseriusan, dimana warna gelap memberi kesan musim gugur dan musim salju.

g. Warna Pucat

Warna pucat adalah warna pastel yang paling lembut dimana terkandung setidaknya 65% warna putih dalam komposisi warnanya dan warna yang dikurangi. Warna pucat seperti *ivory*, biru muda, dan merah muda, memberi kesan kelembutan. Karena warna pucat merupakan warna yang menenangkan, warna pucat kerap digunakan dalam ruang interior.

h. Warna Cerah

Jumlah warna murni diantara warna (hue) menentukan kecerahannya. Kejernihan dari warna cerah didapatkan dari ketiadaan warna abu-abu atau hitam, sedangkan warna biru, merah, kuning, dan jingga merupakan warna yang paling cerah dalam komposisi. Warna cerah terlihat jelas dan

menarik perhatian. Warna cerah memberi kesan menggembirakan dan ceria.

3.4.2 Skema Warna Dasar

Warna tidak dapat berdiri sendiri. Faktanya, efek dari warna ditentukan oleh banyak faktor: cahaya yang dipantulkan, warna lain di sekitarnya, atau perspektif orang yang melihat warna tersebut. Ada 10 skema warna dasar diantaranya:

- a. Achromatic Scheme; Menggunakan hanya warna abu-abu, hitam, dan putih.
- b. Analogous Scheme; Menggunakan warna yang berurutan atau yang merupakan warna senada.
- c. Clash Scheme; Kombinasi warna yang terletak di sebelah kanan maupun kiri dalam roda warna (*color wheel*).
- d. Complementary Scheme; Kombinasi warna yang bertolak belakang dalam roda warna.
- e. Monochromatic Scheme; Menggunakan kombinasi warna yang senada.
- f. Neutral Scheme; Menggunakan perpaduan warna yang dipengaruhi oleh kehadiran warna komplementernya atau warna hitam.
- g. Split Complementary Scheme; Terdiri dari warna dan dua warna yang merupakan warna komplementernya.
- h. Primary Scheme; menggunakan perpaduan warna dasar merah, kuning, atau biru.
- i. Secondary Scheme; Merupakan kombinasi warna sekunder dari hijau, ungu, dan jingga.
- j. Tertiary Scheme; Merupakan hasil dari dua kombinasi: merah-jingga, kuning-hijau, biru-ungu, dan merah-ungu; kesemuanya merupakan warna yang saling berjauhan letaknya dalam roda warna.

3. 5 Tipografi

Menurut David Crystal, tipografi adalah kajian tentang fitur-fitur grafis dari lembar halaman. (Anggraini S. dan Nathalia, 2004: 51)

Tipografi bekerja sebagai ilmu atau strategi yang melibatkan metode kerja penataan layout, bentuk, ukuran, dan sifat yang semuanya memiliki tujuan tertentu. Kurangnya perhatian terhadap tipografi dapat mempengaruhi desain. (Anggraini S. dan Nathalia, 2004: 53)

Dalam dunia desain, tipografi berfungsi sebagai pelengkap agar dapat menjelaskan konsep dan ilustrasi dalam sebuah desain. Tipografi memiliki peran sebagai alat untuk mengkomunikasikan informasi dari halaman kepada pembaca. Untuk menghasilkan suatu sebuah desain yang mampu mengkomunikasikan informasi atau pesan dengan baik dibutuhkan ilmu tipografi (Thomas dan Poppy Evans, 2004: 14). Berikut adalah jenis-jenis huruf:

a. Huruf Tak Berkait (*Sans Serif*)

Bentuk huruf dengan jenis *sans serif* tidak memiliki kait (*hook*) hanya batang dan tangkainya saja, ujungnya tajam dan tumpul, sifatnya kurang formal, sederhana, modern, dan akrab. Huruf jenis ini memiliki keuntungan yaitu mudah dibaca dan cocok untuk desain di layar komputer *web*, *e-book*, *cd*, *profile*, dan media lain. Contoh dari file sans serif diantaranya: *Arial*, *Avan Garde*, *Trebhucet*, *MC*, *Vaground*.

b. Huruf Berkait (*Serif*)

Bentuk huruf dengan jenis *Serif* memiliki kait. Karena sifatnya elegan dan mewah dengan ketebalan yang kontras membuat huruf ini menjadi terlihat formal, sangat anggun, dan konservatif. Huruf ini sangat cocok digunakan untuk desain di media cetak seperti koran, skripsi, brosur, dan media lainnya. Contoh font *serif* adalah *Times New Roman*.

c. Huruf Tulis/Latin

Huruf *script* memiliki bentuk yang saling berkaitan seperti tulisan tangan, sifatnya anggun, tradisional, dan informal, kurang mudah dibaca sehingga jarang digunakan. Contoh jenis huruf *script* adalah *Brush Script*, *Shelley*, *Mystral*, dan *Rage*.

d. Dekoratif (*Graphic*)

Bentuk huruf *Graphic* memiliki desain yang sangat rumit. Setiap huruf sengaja dibuat detail sehingga menjadikan sifat dari huruf ini sangat mewah, anggun, bebas, dan tradisional. Jenis huruf ini sangat sulit dibaca namun cocok untuk aksan, hiasan, huruf awal pada awal alinea artikel, dan logo perusahaan. Contoh: *Augsburg*, *Initial*, *Aquarium*, dan *English*.

e. *Monospace*

Huruf *Monospace* biasa digunakan untuk bahasa pemrograman karena bentuknya yang mudah dibaca namun kurang cocok untuk tampilan. Bentuknya sangat sederhana dengan jarak dan ruang hurufnya yang sama. Sifat dari huruf ini formal, sederhana, futuristik, dan kaku.

