

PERANCANGAN MEDIA COMPANY PROFILE PADA RUMAH SAKIT PRIMA MEDIKA DENPASAR

I Gusti Agung Bagus Wimajaya¹, Agus Ngurah Arya Putra², Putu Gde Satria
Kharismawan³

Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Institut Seni Indonesia Denpasar, Jalan Nusa Indah
Sumerta, Kec. Denpasar Timur, Kota Denpasar, 80235, Indonesia

E-mail : wima794@gmail.com

Abstrak

Rumah Sakit Prima Medika adalah rumah sakit yang didirikan karena rasa simpati dan empati para *founder* yang sehari-harinya bergelut dengan beragam pasien di beberapa rumah sakit namun tidak menemukan tempat yang layak dalam menempuh proses kesembuhan. Sebuah perusahaan tentunya tidak lepas dari kegiatan *marketing* baik untuk mempromosikan jasa yang diberikan ataupun untuk sekadar menginformasikan tentang perusahaan kepada masyarakat yang dalam hal ini menggunakan sebuah media promosi. Seperti halnya juga yang diperlukan oleh salah satu rumah sakit yang terletak di Denpasar, yaitu Rumah Sakit Prima Medika. Rumah Sakit Prima Medika memerlukan media promosi yang lebih tepatnya berupa *company profile* untuk mempromosikan layanannya. Sebelumnya, rumah sakit sudah pernah membuat *company profile*, namun desainnya sederhana dan dibuat dengan aplikasi *Microsoft Word*. Dengan demikian, sekarang pihak rumah sakit memerlukan desain *company profile* yang baru dan juga disertakan pembaruan informasi didalamnya juga. Dalam perancangan desain *company profile*, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Proyek ini difokuskan untuk menghasilkan desain *company profile* yang sesuai dengan keinginan Rumah Sakit Prima Medika yang kemudian digunakan dalam kegiatan *marketing* rumah sakit.

Kata kunci : *Company Profile*, Promosi, Rumah Sakit Prima Medika.

Abstract

Prima Medika Hospital is a hospital that was founded because of the sympathy and empathy of the founders who struggled every day with various patients in several hospitals but could not find a suitable place for the healing process. A company certainly cannot be separated from marketing activities, either to promote the services provided or simply to inform the public about the company, which in this case uses promotional media. As is also required by one of the hospitals located in Denpasar, namely Prima Medika Hospital. Prima Medika Hospital requires promotional media, more precisely in the form of a company profile, to promote its services. Previously, the hospital had created a company profile, but the design was simple and made using the Microsoft Word application. Thus, now the hospital needs a new company profile design and also includes updated information in it too. In the making of the company profile design, the method used by the writer is a qualitative method. This project is focused on producing a company profile design that meets the wishes of Prima Medika Hospital which is then used in the hospital's marketing activities.

Keywords : *Company Profile*, Promotional, Prima Medika Hospital.

PENDAHULUAN

Sebuah perusahaan tentunya tidak lepas dari kegiatan *marketing* baik untuk mempromosikan jasa yang diberikan ataupun untuk sekadar menginformasikan tentang perusahaan kepada masyarakat. Untuk dilakukannya kegiatan promosi, maka dibuatlah media promosi. Media promosi sebagai alat untuk memperkenalkan suatu produk barang atau jasa kepada masyarakat umum. Media promosi bisa sekaligus digunakan sebagai media informasi. Seperti halnya juga yang diperlukan oleh salah satu rumah sakit yang terletak di Denpasar, yaitu Rumah Sakit Prima Medika. Rumah Sakit Prima Medika memerlukan media promosi yang lebih tepatnya berupa *company profile* untuk mempromosikan layanannya. Rumah Sakit Prima Medika sebelumnya sudah pernah membuat *company profile*, namun pembuatannya bersifat seadanya dengan aplikasi *Microsoft Word*. Dengan demikian, sekarang pihak rumah sakit memerlukan desain *company profile* yang baru dan juga disertakan pembaruan informasi didalamnya juga.

Rumah Sakit Prima Medika merupakan rumah sakit yang beroperasi sejak 19 Juli 2002. Rumah sakit ini memadukan pelayanan kesehatan dengan standar pelayanan medis berkualitas dan pelayanan hotel atau bisa disebut konsep *Boutique Hospital*. Rumah Sakit Prima Medika dikembangkan menjadi empat gedung yang memiliki desain dan fasilitas modern serta terintegrasi seiring dengan pengembangan layanan unggulannya untuk memenuhi kebutuhan pasien. Rumah Sakit Prima Medika terletak di Jalan Raya Sesetan No. 10, Dauh Puri Kelod, Kec. Denpasar Barat, Kota Denpasar, Bali.

Melalui proyek pada pembahasan ini, penulis mengambil judul artikel “Perancangan Media *Company Profile* Pada Rumah Sakit Prima Medika Denpasar”. Pendekatan yang digunakan untuk kelangsungan proyek ini adalah metode kualitatif, dimana metode digunakan untuk melengkapi perancangan dengan mengumpulkan data melalui observasi dan studi literatur yang kemudian akan dianalisa oleh penulis. Penulis akan menggunakan ilmu Desain Komunikasi Visual untuk mendukung jalannya perancangan desain *company profile* agar

nantinya visual serta isi dari *company profile* menjadi menarik, informatif, mudah dipahami, dan jelas bagi orang yang berkepentingan dengan media tersebut ataupun dengan Rumah Sakit Prima Medika. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah yang muncul pada proyek ini adalah bagaimana proses perancangan *company profile* Rumah Sakit Prima Medika?

METODE

Dalam perancangan desain *company profile*, metode yang digunakan oleh penulis adalah metode kualitatif. Proyek ini difokuskan untuk menghasilkan desain *company profile* yang sesuai dengan keinginan Rumah Sakit Prima Medika yang kemudian digunakan dalam kegiatan *marketing* rumah sakit. Untuk menciptakan hasil yang maksimal, perancangan proyek harus dilengkapi oleh data yang akan digunakan selama proses perancangan, data tersebut berupa data primer dan data sekunder. Adapun sumber dari data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Data Primer

Data primer adalah sumber data yang sumber informasinya langsung diberikan kepada pengumpul data/penulis. Data primer dikumpulkan oleh penulis melalui:

1. Observasi Objek

Observasi adalah teknik pengumpulan data sistematis terhadap objek yang diteliti yang terjadi baik secara langsung maupun tidak langsung (Harnadi, dkk, 2020). Dalam proyek ini, dilakukan dengan cara observasi partisipan, karena dalam mencari informasi penulis tetap berkomunikasi dengan pihak mitra serta juga melihat kondisi rumah sakit secara langsung. Beberapa hal yang bisa diobservasi adalah media terdahulu dari Rumah Sakit Prima Medika, seperti *company profile* serta juga brosur.

2. Wawancara

Wawancara adalah metode tanya jawab lisan antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara langsung, dimana sebuah wawancara terdiri dari pewawancara dan yang diwawancarai

(Harnadi, dkk, 2020). Dalam proyek ini, dilakukan wawancara dengan direktur Rumah Sakit Prima Medika dan Kepala Bagian SDM Diklat Humas *Marketing* Rumah Sakit Prima Medika.

b. Data Sekunder

Data Sekunder merupakan data yang tidak secara langsung diberikan kepada pengumpul data, melainkan data harus didapatkan melalui orang lain atau dari kepustakaan. Data sekunder dikumpulkan oleh penulis melalui:

1. Kepustakaan

Kajian Pustaka memiliki fungsi sebagai sebuah dukungan dan bukti ilmiah yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, dimana kajian kepustakaan selalu berkaitan dengan kajian teoritis (Harnadi, dkk, 2020). Dalam proyek ini, informasi didapatkan melalui internet dan buku.

Melalui data yang telah diperoleh, penulis kemudian akan melakukan analisa data untuk mengidentifikasi data secara akurat mengenai situasi dari perancangan. Dengan melakukan analisa data penulis mampu menghasilkan kriteria desain yang kemudian akan diterapkan ke dalam desain yang akan dirancang. Adapun data yang dianalisa oleh penulis yaitu Analisis Konten, Analisis Fungsi, Analisis Pelaku Kegiatan dan Analisis Tampilan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebelum masuk ke pembahasan perancangan *company profile*, disini akan memaparkan informasi mengenai Rumah Sakit Prima Medika terlebih dahulu.

Menurut Listiyono (2015) rumah sakit adalah sebuah lembaga yang memberikan pelayanan kesehatan perorangan secara paripurna serta didalamnya menyediakan pelayanan rawat inap, rawat jalan, dan rawat darurat. Berdasarkan

penjelasan diatas, maka dapat didapatkan hakikat dasar rumah sakit adalah pemenuhan kebutuhan dan tuntutan pasien yang mengharapkan penyelesaian masalah kesehatannya pada rumah sakit.

Rumah Sakit Prima Medika adalah rumah sakit yang didirikan karena rasa simpati dan empati para *founder* yang sehari-harinya bergelut dengan beragam pasien di beberapa rumah sakit namun tidak menemukan tempat yang layak dalam menempuh proses kesembuhan (primamedika.com, 2017).

Sarana dan prasarana yang dimiliki serta digunakan oleh Rumah Sakit Prima Medika untuk melaksanakan operasional sehari-harinya yaitu diantaranya poliklinik, pelayanan 24 jam, fasilitas perawatan, penunjang diagnostik, *Medical Check Up*, pelayanan unggulan yang terdiri dari Endrawati *Cancer Centre*, Klinik Bayi Tabung, *Trauma Centre & Acute Care Surgery*, dan Program Layanan Keluarga Berencana dan Kesehatan Reproduksi. Untuk mengkomunikasikan segala sarana tersebut, maka diperlukan media seperti *company profile* yang akan dirancang ini.

Seperti yang disampaikan sebelumnya, *company profile* ini juga dibuat untuk memperbarui tata layout, elemen visual, dan isi dari *company profile* yang dibuat seadanya sebelumnya. Perancangan *company profile* disini tentunya memperhatikan isi teksnya lebih banyak dari teks, karena hal tersebut elemen penting dalam *company profile* ini. Hal yang diperhatikan dari teksnya yaitu mengenai *visibility*. *Visibility* ini berkaitan tentang keterbacaan teks, hal tersebut sejalan dengan pernyataan Bhargawa (2022) yaitu *visibility* adalah kemampuan suatu huruf, kata, atau kalimat, dalam suatu karya desain komunikasi visual dapat terbaca dalam jarak baca tertentu.

Company Profile

Company profile sangat penting peranannya dalam sebuah perusahaan, utamanya dalam memenuhi tujuan *marketing* yaitu menjangkau masyarakat luas selain yang berkepentingan agar mengetahui informasi dari sebuah perusahaan. Menurut Fatimah (2020) *company profile* adalah sebuah

dokumen yang berisikan informasi tentang perusahaan yang dapat memperkenalkan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada masyarakat.

Company profile berperan sebagai media informasi sekaligus promosi bagi sebuah perusahaan serta menjadi arsip informasi identitas perusahaan bagi internal perusahaan itu sendiri. Sebagai tambahan, menurut Fauji dan Sabri (2021) *company profile* adalah gambaran umum dari diri sebuah perusahaan yang hendak melakukan kegiatan promosi.

Analisis Data

Berdasarkan pembahasan data sebelumnya maka penulis mendapatkan hasil analisis data yang merupakan analisis data yang sudah didapatkan oleh pengumpul data dengan tujuan untuk mengidentifikasi konten, fungsi, pelaku kegiatan dan tampilan yang ada pada perancangan *company profile* Rumah Sakit Prima Medika. Adapun hasil analisis data yang didapatkan oleh penulis:

1. Analisis Konten
Analisis konten dilakukan untuk mengetahui konten atau isi yang akan disediakan pada *company profile*. Adapun gambaran konten yang akan disediakan dalam *company profile* adalah informasi menyeluruh mengenai Rumah Sakit Prima Medika diantaranya sejarah rumah sakit, mengenai perusahaan, direksi, pelayanan, fasilitas, mitra, legalitas, dan penghargaan.
2. Analisis Fungsi
Analisis fungsi dilakukan untuk mengetahui fungsi dari *company profile*. Analisis fungsi dilakukan untuk menentukan fokus yang akan diutamakan pada *company profile* dengan mempertimbangkan fungsi dan aktivitas yang diwadahi.
3. Analisis Pelaku Kegiatan
Analisis pelaku kegiatan dilakukan untuk mengetahui siapa yang akan menggunakan *company profile*. Analisis ini meliputi kegiatan pengguna dari *company profile* ini serta juga pengguna *company profile* secara langsung.

4. Analisis Tampilan

Analisis tampilan *company profile* dilakukan untuk memunculkan bentuk dasar dan karakter dari *company profile*. Analisis tampilan ini dilakukan menurut pedoman visual dan keinginan dari pihak mitra mengenai bagaimana *company profile* ini akan terlihat.

Konsep Perancangan

Selama perancangan *company profile*, penulis tetap mengacu kepada ilmu desain komunikasi visual untuk menghasilkan desain *company profile* yang maksimal dan sesuai dengan keinginan mitra. Media *company profile* terdahulu juga dijadikan referensi mengenai isi dan visual media nantinya. Adapun konsep perancangan yang akan digunakan untuk *company profile* Rumah Sakit Prima Medika adalah sebagai berikut:

1. Ilustrasi

Ilustrasi berasal dari kata latin *illustrate* yang berarti menerangi atau memurnikan, dengan demikian yang dimaksud dengan ilustrasi adalah citra yang dibentuk untuk memperjelas sebuah informasi dengan memberi representasi secara visual. (Ricky W. Putra. 2021, hlm. 123). Adapun jenis ilustrasi yang digunakan oleh penulis untuk digunakan pada *company profile* adalah ilustrasi grafis, yaitu berupa penggabungan antara ilustrasi dengan fotografi untuk menghasilkan desain yang sesuai, sehingga hasil desain *company profile* tidak menjauh dari pedoman visual yang dibuat. Tujuan dari ilustrasi pada desain *company profile* adalah sebagai tambahan visual agar keseluruhan desain terlihat menarik dan juga menguatkan isi dari setiap halaman yang ada pada *company profile*.



Gambar 1. Salah satu foto yang digunakan sebagai ilustrasi dalam *company profile* (Sumber: Dokumentasi pribadi)

2. Tipografi

Menurut Putra (2021, hlm. 56) dalam bukunya yang berjudul Pengantar Desain Komunikasi Visual Dalam Penerapan, tipografi adalah ilmu yang mempelajari tentang seni dan desain huruf (termasuk simbol). Berdasarkan bentuk, huruf dapat dibagi menjadi serif, sans serif, script dan dekoratif (Adhitya, 2022). Untuk perancangan *company profile* Rumah Sakit Prima Medika, penulis menggunakan *font* yang sudah pernah digunakan sebelumnya. *Font* yang digunakan semuanya adalah huruf sans serif. Huruf tersebut digunakan untuk menghasilkan desain yang sederhana dan mudah untuk dibaca. Adapun jenis font yang digunakan adalah Oswald Bold, Poppins Bold, Poppins Regular, dan Poppins Italic.

Oswald Bold
Poppins Bold
Poppins Regular
Poppins Italic

Gambar 2. Tipografi *company profile* (Sumber: Dokumentasi pribadi)

3. Warna

Warna adalah unsur penting dalam desain. Penggunaan warna yang tepat dan sesuai

dengan konsep publikasi, memungkinkan pesan visual lebih mengena terhadap orang yang melihatnya. (Ricky W. Putra. 2021, hlm. 25). Warna yang dipilih dalam desain *company profile* Rumah Sakit Prima Medika tentunya adalah warna yang ada pada pedoman visual. Warna akhir yang dipilih merupakan warna yang telah diasistensikan juga kepada mitra, sehingga diperoleh warna yang tepat dan pas. Adapun warna yang digunakan adalah warna oranye (*pumpkin orange*), biru (*prussian blue*), krem (*conditioner*), dan warna hijau (*slimy green*). Warna yang menjadi warna dominan pada desain *company profile* adalah oranye (*pumpkin orange*).



Gambar 3. Color Palette *Company Profile* (Sumber: Dokumentasi pribadi)

4. Ukuran

Ukuran yang digunakan untuk resolusi dari desain *company profile* Rumah Sakit Prima Medika adalah 2480 x 3508 pixels. Ukuran ini digunakan dalam pertimbangan ukuran *company profile* terdahulu dan dipandang cocok pada desain *company profile* nantinya.

5. Layout

Menurut Putra (2021, hlm. 95) *layout* atau yang dikenal dengan tata letak adalah pengaturan tulisan-tulisan dan gambar-gambar. *Layout* yang digunakan untuk menata desain *company profile* Rumah Sakit Prima Medika disesuaikan dengan keinginan dari mitra. Penulis memilih untuk menggunakan *layout* yang kekinian, sederhana, dan tidak terlalu ramai, karena dengan demikian maka dapat mempermudah orang yang melihat *company profile* untuk memahami serta mengingat isi dari *company profile*

tersebut yang cukup kompleks. Hal ini dilakukan untuk mewujudkan kriteria desain yang informatif dan mudah dipahami oleh orang umum.

Proses Perancangan

Proses perancangan desain *company profile* terdiri dari beberapa langkah yaitu mengkaji terlebih dahulu mengenai *company profile* yang akan dibuat sekaligus *brainstorming* ide (pencarian referensi), pembuatan *moodboard*, pembuatan *sketching & planning*, pembuatan rancangan desain awal, dan pembuatan desain *company profile*. Dalam perancangan, penulis tetap mengacu pada kriteria yang sudah dihasilkan pada tahap analisis data.

1. Pencarian Referensi

Tahapan ini berisikan tentang awal dari perancangan *company profile*. Dimulai dari memahami apa itu *company profile* dan tujuannya secara umum. Dilanjutkan dengan pencarian ide awal dari *company profile* terdahulu serta juga dengan referensi-referensi desain *company profile* yang dicari melalui internet, tepatnya pinterest.



Gambar 4. Salah satu referensi *company profile*

(Sumber: Graphicriver.net)

2. Pembuatan *Moodboard*

Setelah semua informasi dan referensi didapat melalui proses sebelumnya maka dapat dilanjutkan dengan pembuatan *moodboard*. *Moodboard* adalah wadah dari berbagai informasi dan referensi yang

didapat sehingga nantinya dapat memunculkan ide kasar mengenai visual dari desain *company profile*. Tampilan dari *moodboard* yang dibuat yaitu sebagai berikut:



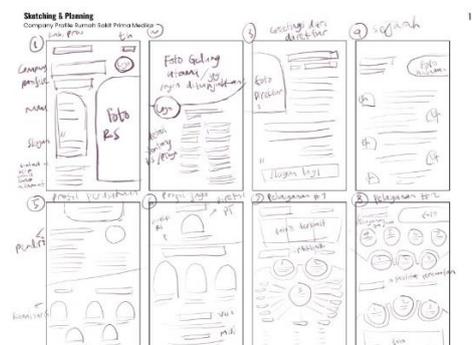
Gambar 5. Moodboard perancangan desain *company profile*

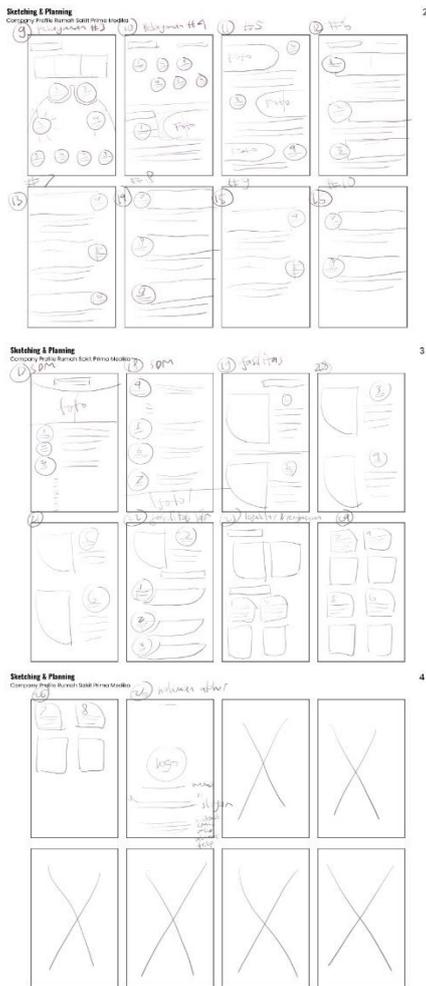
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

3. Pembuatan *Sketching & Planning*

Sketching & planning ini dibuat sebagai sketsa kasar dari tata *layout company profile* yang mengacu pada *moodboard* yang telah dibuat. *Sketching & planning* ini memudahkan untuk menuangkan ide serta inspirasi dari tata *layout* dan visual media. Hasil dari *sketching & planning* bukan tata *layout* dari media secara mutlak nantinya, terdapat perubahan-perubahan tertentu yang disesuaikan saat tahapan perancangan media selanjutnya.

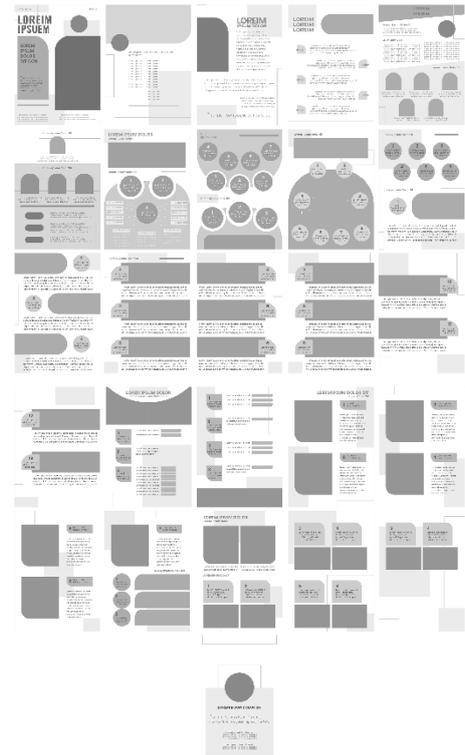
Adapun *sketching & planning* yang dibuat terlihat sebagai berikut:





Gambar 6. Tampilan *sketching & planning* *company profile*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

4. Pembuatan Rancangan Desain Awal
Pada tahapan ini, *sketching & planning* dijadikan sebagai acuan proses. Rancangan desain awal ini berupa tata *layout* yang menggunakan variasi gradasi dari warna abu (greyscale). Tahapan ini penting untuk memvisualkan *sketching & planning* yang telah dibuat dan memperkirakan bagaimana visual akhir yang nantinya diwujudkan. Adapun rancangan desain awal *company profile* terlihat sebagai berikut:



Gambar 7. Rancangan desain awal *company profile*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

5. Pembuatan Desain *Company Profile*
Dari rancangan desain awal yang telah dibuat sebelumnya, maka dapat dilanjutkan ke pembuatan desain *company profile*. Proses awal pada pembuatan desain *company profile* ini adalah memasukkan aset foto sementara ke dalam bagian yang sudah disiapkan pada rancangan desain awal. Pada awalnya, aset foto yang dimasukkan dibuat menjadi hitam putih, seperti yang terlihat pada gambar di bawah ini:





Gambar 8. Desain awal *company profile*
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Setelah melakukan asistensi, foto yang dibuat menjadi hitam putih diubah menjadi berwarna karena pihak mitra lebih menyukai aset foto berwarna. Dari segi *layout* masih sama, hanya terdapat pada aset foto tadi. Adapun tampilannya menjadi sebagai berikut:



Gambar 9. Desain awal *company profile* yang aset fotonya diubah menjadi berwarna
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Kemudian dilanjutkan dengan memasukkan aset foto yang berasal dari mitra (foto-foto tentang Rumah Sakit Prima Medika), baik yang difoto sudah lama ataupun yang terbaru. Selain itu, ada beberapa bagian yang mengalami perubahan tata *layout* dan juga penambahan logo mitra-mitra dari Rumah Sakit Prima Medika pada halaman mitra. Beberapa perubahan tersebut dilakukan untuk menindaklanjuti revisi dari pihak mitra. Berikut adalah tampilan *company profile* setelah proses tersebut:



Gambar 10. Desain *company profile* dengan aset foto pihak mitra
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Proses lanjutan setelah desain *company profile* sudah dimasukkan aset foto yang berasal dari pihak mitra tersebut cukup kompleks, mulai dari perubahan bagian cover, perubahan tata *layout* beberapa halaman yaitu bagian pelayanan rumah sakit, fasilitas, mitra, legalitas serta penghargaan rumah sakit, dan ada juga pengurangan halaman pada bagian

informasi perusahaan serta bagian akhir *company profile*. Tentunya perubahan-perubahan tersebut dilakukan karena adanya revisi dari pihak mitra, agar nantinya hasil desain sesuai dengan keinginan pihak mitra serta juga maksimal secara visual. Berikut merupakan tampilan desain *company profile* setelah revisi:



Gambar 11. Desain *company profile* setelah revisi cukup kompleks
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Proses perancangan desain *company profile* selanjutnya masih berupa perubahan-perubahan beberapa bagian halaman desain berdasarkan asistensi lanjutan dengan pihak mitra. Dalam proses ini terdapat revisi yang kompleks juga, seperti perubahan tata *layout* yaitu pada bagian selang pandang, pelayanan rumah sakit, bagian *medical check up*, penghargaan rumah sakit, serta bagian akhir *company profile*, ada juga perubahan *cover company profile*, perubahan *background*, pengurangan bagian pelayanan lain yaitu telekonsultasi, dan penambahan kembali halaman bagian

informasi perusahaan. Adapun tampilan desainnya sebagai berikut:



Gambar 12. Perubahan kompleks pada desain *company profile* setelah revisi lanjutan
(Sumber: Dokumentasi pribadi)

Dari hasil desain diatas, sudah terlihat ada peningkatan dari segi visual dibandingkan dengan yang sebelumnya. Namun, tetap ada perubahan beberapa hal untuk menyempurnakan desain *company profile* Rumah Sakit Prima Medika tersebut. Hal-hal yang dimaksud yaitu memperbarui aset foto pihak mitra dengan foto yang lebih baik serta terbaru. Bagian yang aset fotonya diubah yaitu bagian selang pandang, sejarah rumah sakit, informasi perusahaan (komisaris perusahaan, direksi perusahaan, serta direksi Rumah Sakit Prima Medika), bagian pelayanan sebagian besar, dan juga bagian fasilitas tepatnya fasilitas lain. Selain itu, terdapat juga perubahan tata *layout* bagian penghargaan rumah sakit, bagian akhir *company profile*, dan perubahan teks isi *company profile*.

besar menggunakan warna biru, terdapat juga yang berwarna putih, menyesuaikan dengan *background*. *Visibility* dari isi *company profile* juga sudah dalam taraf aman untuk dibaca (isinya bisa terbaca). Selama proses Studi/Proyek Independen tentunya penulis mendapatkan banyak pengalaman dan ilmu yang dapat membantu mengembangkan kemampuan penulis dalam melakukan proses kreatif, baik dari alih pengetahuan, alih keterampilan, ataupun alih teknologi.

Putra, Ricky W. (2021). *Pengantar Desain Komunikasi Visual dalam Penerapan*. Yogyakarta : Penerbit Andi.

DAFTAR RUJUKAN

- Adithya, G. R., Dewi, A. K., dan Nuriarta, I. W. (2023). Perancangan Identitas Visual Pada Media Promosi Event Open Studio 9 di Florto Studio, *Amarasi: Jurnal Desain Komunikasi Visual*, 04(01), 68-75.
- Bhargawa, I. N. B., Udayana, A. A. G. B., & Artawan, C. A. (2022). PERANCANGAN ULANG IDENTITAS VISUAL UNTUK BRAND TETUEK SANGMONG DI DENPASAR. *AMARASI: JURNAL DESAIN KOMUNIKASI VISUAL*, 3(02), 192–204.
- Fatimah, Karina. (2020). PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI CV. BAROTEK. *IKONIK: Jurnal Seni dan Desain*. 2. 13. 10.51804/ijsd.v2i1.607.
- Fauji, Muhammad dan Muhammad Sabri. (2021). Perancangan Company Profile Berbasis Website Sebagai Media Promosi YV Decoration Medan. *Jurnal Mahasiswa FSD*, Vol. 2 No. 1, 154.
- Hardani, dkk. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*, Yogyakarta: CV. Pustaka Ilmu Group Yogyakarta.
- Listiyono, Rizky Agustian. (2015). Studi Deskriptif Tentang Kualitas Pelayanan di Rumah Sakit Umum Dr. Wahidin Sudiro Husodo Kota Mojokerto Pasca Menjadi Rumah Sakit Tipe B. *Jurnal Kebijakan dan Manajemen Publik*, Vol. 1 No. 1, 2015.
- Prima Medika Hospital. (2017). Situs Web Prima Medika Hospital. Diakses pada 4 Oktober 2023 melalui <https://primamedika.com/id/>