



## Perancangan Company Profile Pertamina Lubricants Gresik Sebagai Media Promosi Dan Informasi

Irene Siwi Mimpang

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Bayu Setiawan

Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur

Jalan Raya Rungkut Madya No. 1, Gunung Anyar, Surabaya, 60294

Korespondensi penulis: [21052010084@student.upnjatim.ac.id](mailto:21052010084@student.upnjatim.ac.id)

**Abstract.** *The Pertamina Gresik (PUG) Lubricant Production Unit is located on Jl. Harun Tohir et al. Pulo Pancikan. Gresik, East Java 61113. Pertamina Lubricants Gresik has a role in collecting information, data and documentation needed in this design. This role aims to provide information to stakeholders regarding the production flow and products produced by Pertamina Gresik lubricants. This marketing is also a strategic medium in improving the company's image. Research methods include presentation content analysis, surveys, discussions and interviews with Pertamina Gresik lubricant practitioners. The design results show that an effective company profile presentation can be an attractive promotional medium for the audience. Animated isometric visual elements which can ultimately become an interactive company profile presentation that has a positive impact on customer understanding and memory.*

**Keywords:** *Company Profile Presentation, Pertamina Lubricants Production Unit Gresik, Promotional Media and Information*

**Abstrak.** Pertamina Lubricants Production Unit Gresik (PUG) berada di Jl. Harun Tohir ds. Pulo Pancikan. Gresik, Jawa Timur 61113. Pertamina Lubricants Gresik memiliki peran dalam pengumpulan informasi, data, serta dokumentasi yang dibutuhkan dalam perancangan ini. Perancangan ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada stakeholder seputar alur produksi dan produk yang dihasilkan oleh Pertamina Lubricants Gresik. Perancangan ini juga sebagai media strategis dalam meningkatkan citra perusahaan. Metode penelitian melibatkan analisis konten presentasi, survei, diskusi serta wawancara dengan pihak praktisi Pertamina Lubricants Gresik. Hasil perancangan menunjukkan bahwa presentasi company profile yang efektif dapat menjadi media promosi yang menarik bagi audiens. Elemen-elemen visual isometrik yang dianimasikan yang akhirnya bisa menjadi presentasi company profile yang interaktif yang memiliki dampak positif pada pemahaman dan ingatan pelanggan.

**Kata kunci:** Presentasi Company Profile, Pertamina Lubricants Production Unit Gresik, Media Promosi dan Informasi

### LATAR BELAKANG

PT Pertamina Lubricants (PTPL) merupakan anak perusahaan PT Pertamina Patra Niaga (PT PPN), Sub Holding Commercial & Trading PT Pertamina (Persero), didirikan pada tanggal 23 September 2013 dan terpisah dari unit usaha Minyak Pelumas dari PT Pertamina (Persero) 30 Oktober 2013. Pelumas Pertamina Gresik merupakan produk modernisasi/pengganti PT. Pertamina Surabaya. Pertamina Lubricants Gresik dibangun pada bulan April 2007 hingga Juli 2008 dan mulai beroperasi pada Agustus 2008 yang bergerak dalam bidang produksi pelumas untuk kebutuhan industri, kelautan dan otomotif. Pertamina Lubricants Gresik merupakan LOBP termmodern yang diproduksi oleh PT. Minyak pelumas Pertamina yang memproduksi berbagai jenis pelumas dan minyak, termasuk pelumas mesin, transmisi, industri, otomotif, dan banyak lagi. Produk-produk ini dirancang untuk memenuhi

berbagai kebutuhan pelanggan dalam menjaga peralatan mereka beroperasi dengan baik. Produk pelumas yang diproduksi oleh Pertamina Lubricants Gresik umumnya memenuhi standar kualitas internasional dan telah disertifikasi oleh badan-badan otoritatif dalam industri.

*Company profile* merupakan salah satu cara pelaku bisnis memperkenalkan diri dan berperan sebagai penunjang promosi (Yuvita Agustiar Ningsih, dkk, 2021). *Company profile* memegang peranan penting bagi sebuah perusahaan untuk menunjukkan profesionalismenya dan memperkuat citra positifnya. Memberikan gambaran mengenai visi dan misi perusahaan serta produk atau jasa yang ditawarkan (Kris Nathan, 2016). *Company profile* dapat digunakan sebagai alat pemasaran yang efektif karena mengandung elemen visual berupa gambar dan teks, apalagi jika ditambahkan elemen multimedia akan membuat desain profil bisnis menjadi lebih menarik dan dapat membuat pelanggan terkesan. Profil perusahaan yang tidak menarik akan membuat konsumen kehilangan kepercayaan terhadap perusahaan khususnya penyedia jasa. *Company profile* berlatarkan ilustrasi isometrik interaktif merupakan salah satu bentuk desain profil bisnis multimedia yang memungkinkan pelanggan berinteraksi dan menyesuaikan tampilan profil bisnis secara bebas dan langsung.

Berdasarkan strategi visual marketing, Perancangan company profile Pertamina Lubricants Gresik membutuhkan prinsip desain dan konsep yang dapat mendukung komunikasi visual yang efektif. Keterampilan dan pengetahuan dari jurusan Visual Marketing dapat sangat berguna dalam merancang presentasi yang menarik dan informatif. Desain presentasi memiliki hubungan yang erat dengan visual marketing karena keduanya berfokus pada penggunaan elemen visual untuk membuat rencana pemasaran lebih kuat dan lebih mudah diingat. Baik dalam desain presentasi maupun dalam visual marketing, penggunaan elemen visual seperti gambar, grafik, warna, dan tata letak menjadi kunci desain presentasi yang menarik untuk memikat perhatian audiens dan memperkuat pesan yang disampaikan serta dapat memberikan pengalaman yang memuaskan kepada audiens (Taufik Aris Saputra, Dwi Novita, 2021). Perancangan Company Profile yang berisi tentang info visual dan seluruh informasi dari Perusahaan sebagai media utama untuk mempromosikan produk Production Unit Gresik.

## KAJIAN TEORITIS

Berdasarkan Kamus Bahasa Inggris (John M.Echols dan Hassan Shadily). *Company profile* berasal dari dua kata bahasa Inggris, masing-masing memiliki arti berbeda namun terkait, yaitu kata “*company*” dan “*Profile*” (Echols dan Shadily 131 449). Menurut kamus bahasa Inggris-bahasa Indonesia, kata “*company*” berarti perseroan, korporasi, maskapai

penerbangan, badan usaha, perkumpulan, dan korporasi. Sedangkan kata “*profile*” menurut Kamus Besar Bahasa Inggris-Indonesia berarti profil, cerita, ekspresi wajah, dan wajah. Berdasarkan definisi yang telah dijelaskan di atas, jika kedua kata ini digabungkan maka akan mempunyai arti yang berbeda. *Company profile*, sebagaimana didefinisikan oleh Kriyantono (2008), adalah produk hubungan masyarakat tertulis yang pada dasarnya menyediakan semua informasi yang diperlukan tentang perusahaan.

Sehingga, dapat disimpulkan bahwa *company profile* adalah informasi mengenai suatu perusahaan yang memiliki peran sangat penting dalam membangun citra perusahaan tersebut di mata publik dan pihak terkait. Perusahaan mempunyai kebebasan untuk memilih informasi yang ingin diinformasikan kepada publik karena sifatnya yang umum.

## **METODE PENELITIAN**

Perancangan ini dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif yaitu hasil penelitian didapatkan melalui observasi dan wawancara terhadap pihak *Production Unit Gresik*. Konsep perancangan ini memuat informasi seputar LOBP PUG yang ditujukan kepada klien atau konsumen. Selain itu, perancangan *company profile* menyajikan informasi yang relevan mencakup proses produksi hingga sampai ke produk yang dihasilkan, serta informasi lainnya. Menggunakan teknik ilustrasi isometrik disertai dengan animasi yang dapat digunakan untuk merepresentasikan kawasan PUG, proses produksi dari awal hingga dikemas menjadi sebuah produk untuk memberi kesan menarik, informatif, dan mudah dimengerti, serta meminimalisir konten berupa teks.

Dalam perancangan *company profile* dibutuhkan beberapa data terutama berupa pengumpulan data langsung mengenai *Production Unit Gresik* langsung dari perusahaannya.

### a) Data Primer

Data primer merupakan hasil diskusi dengan perwakilan dari perusahaan serta foto - foto wilayah *Production Unit Gresik*, mulai dari Gedung utama hingga ke industri untuk keperluan aseting dalam perancangan *company profile*

### b) Data Sekunder

Data sekunder memuat informasi mengenai PT Pertamina lubricants yang diambil dari website PT Pertamina Lubricants

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam perancangan, antara lain :

### a) Metode Observasi

Metode observasi dilakukan secara tidak langsung dengan membaca informasi yang diterima dari pihak *Production Unit Gresik*.

b) Metode Wawancara

Metode ini dilakukan secara langsung, yaitu mewawancarai narasumber terkait konten dan style seperti apa yang digunakan dalam *company profile*. Narasumber yang diwawancarai pada perancangan ini adalah QI Production Unit terkait *Production Unit Gresik*.

c) Metode Dokumentasi

Dokumentasi dilakukan secara tidak langsung, dengan kata lain dokumentasi dilakukan oleh pihak Production Unit Gresik yang nantinya akan di *deliver* kepada perancang untuk memulai proses aseting.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Konsep Desain

Dalam perancangan presentasi *company profile* ini, perancang lebih focus pada menciptakan desain yang mencerminkan citra Perusahaan sebagai entitas modern, inovatif, dan professional. Perancangan presentasi *company profile* Pertamina Lubricants Production Unit Gresik (PUG) sepakat menggunakan ilustrasi isometrik serta penambahan animasi di setiap slidennya. Pertamina Lubricants Gresik ingin memperkenalkan produk yang mereka hasilkan disertai proses produksi dari awal hingga ke pengemasan dan siap didistribusikan. Presentasi *company profile* ini disesuaikan dengan identitas perusahaan termasuk warna, logo dan gaya grafisnya. Untuk palet warna, perancang menggunakan tiga warna utama yang diambil dari warna logo Pertamina (persero) yaitu warna merah, hijau, dan biru. Untuk gaya grafis yang digunakan adalah *corporate*, sederhana dan bersih namun informatif dengan menyertakan informasi kontak dan media sosial perusahaan di footer pada setiap *slide*, alur cerita yang jelas untuk membimbing audiens dari satu poin ke poin lainnya dengan lancar. Pemilihan gaya tipografi yang mudah dibaca dan konsisten serta memberi ruang kosong atau *white space* untuk mencegah kebingungan visual. Dengan konsep desain ini, perancang bertujuan untuk memberikan presentasi *company profile* yang interaktif dan berkesan bagi audiens.

### Tipografi

Berdasarkan presentasi *company profile* yang telah dibuat, penggunaan jenis font untuk cover dan setiap slide adalah sama, yaitu Montserrat, dengan memainkan warna, ukuran, dan ketebalan serta layout akan memberikan tampilan yang menarik, tidak monoton, namun masih nyaman dibaca. Untuk *Headline* pada cover menggunakan font *Montserrat ExtraBold* dengan ukuran 100 pt, *tagline* menggunakan font *Montserrat SemiBold* dengan ukuran 54 pt berwarna putih agar mudah terbaca di latar belakang yang berwarna. Pada slide isi

menggunakan font *Montserrat SemiBold* untuk Judul Bab, dan font *Montserrat Medium* untuk sub bab.

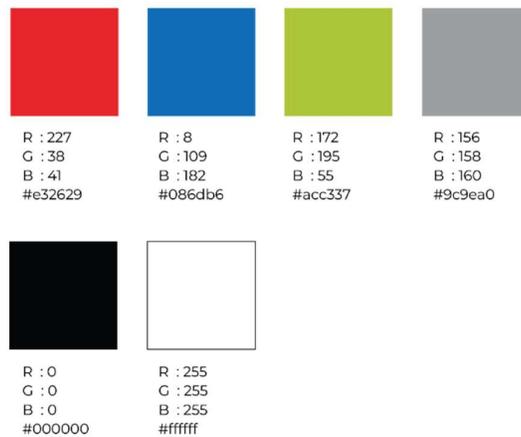
A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
Montserrat ExtraBold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
Montserrat SemiBold

A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z  
A b c d e f g h I j k l m n o p q r s t u v w x y z  
1 2 3 4 5 6 7 8 9 0  
Montserrat Medium

## Warna

Pada presentasi *company profile* Pertamina Lubricants Gresik, cover dan setiap *slide* didominasi warna merah dan terdapat gradasi warna biru, merah hijau sebagai elemen garis. Pemilihan warna dalam perancangan ini dapat mencerminkan identitas Perusahaan yaitu Pertamina. Berikut adalah warna – warna dalam *presentasi company profile* ini :



**Gambar 1.** Palette Warna (Sumber: Irene Siwi Mimpang (2023))

## Proses Perancangan

### 1. Tahap Alternatif

Tahap alternatif pada perancangan ini merupakan alternatif template desain presentasi company profile yang cocok untuk digunakan atau dieksekusi. Alternatif yang disajikan masih berupa desain kasar atau perkiraan desain awal.



Gambar 2. Alternatif 1



Gambar 3. Alternatif 2



Gambar 4. Alternatif 3

Setelah diajukan tiga alternatif template desain presentasi *company profile* Pertamina Lubricants Gresik, dilakukan pemilihan desain yang paling cocok. Desain yang terpilih adalah desain cover dan isi alternatif tiga, desain terlihat sederhana dan bersih, informasi juga lebih nyaman dibaca.

## 2. Tahap Revisi

Setelah melalui tahap alternatif, tahap selanjutnya yaitu tahap revisi dimana desain yang terpilih masih melalui proses perbaikan agar lebih mendekati ekspektasi klien.



Gambar 5. Revisi Alternatif 3

## 3. Final Desain

### a) Cover

Desain Final untuk Presentasi Company Profile Pertamina Lubricants Gresik menggunakan konsep *digital imaging* yang dipadukan dengan warna gradasi sebagai *background*. Aset yang digunakan adalah foto pegawai atau karyawan Pertamina Lubricants Gresik itu sendiri.



Gambar 6. Cover Pembuka & Penutup

### b) Bagian Deskripsi

Pada bagian deskripsi diisi dengan *overview* tentang PT Pertamina (Persero), PT Pertamina Lubricants, dan Production Unit Gresik.



Gambar 7. Overview PT Pertamina (Persero), PT Pertamina Lubricants, Production Unit Gresik

Untuk slide overview menggunakan efek gradient untuk memberi kesan foto menyatu dengan teks. Pada slide diatas ditambahkan animasi di setiap elemen, kecuali logo PT Pertamina, informasi sosial media dan *call center* karena perancang memutuskan elemen tersebut paten, tidak dianimasikan dan tidak dipindah tempat. Pada slide *overview Production Unit Gresik* diberi tiga ikon yang dianimasikan menjadi *hyperlink* sehingga saat salah satu ikon diklik maka slide akan langsung berganti menuju topik sesuai nama dari ikon tersebut.

### c) Bagian Kawasan

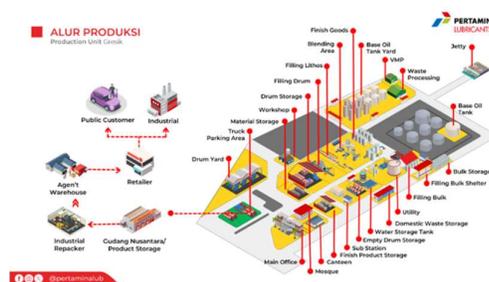
Pada bagian ini, dijelaskan mengenai zonasi kawasan mana yang merupakan milik PUG dan yang mana kawasan milik PBG. Untuk membedakannya, setiap kawasan diberi warna dasar yang berbeda yaitu warna kuning untuk PUG dan warna abu-abu untuk PBG.



Gambar 8. Zonasi Kawasan

### d) Bagian Alur Produksi

Pada Bagian alur produksi, dijelaskan alur produksi pelumas yang masih berbahan dasar *base oil* hingga siap didistribusikan ke konsumen. Disajikan aset berupa ilustrasi isometrik dengan animasi yang menunjukkan alur dengan jelas kepada konsumen bagaimana pelumas diproduksi hingga bisa siap dipakai oleh konsumen.



Gambar 9. Alur Produksi

**e) Bagian Quality Control Excellence**

Pada *Bagian* ini menjelaskan bahwa Pertamina Lubricants Gresik sudah menggunakan teknologi terbaru yang serba otomatis tapi tetap terjaga kualitasnya yang bisa dibuktikan melalui OEM Internasional.



**Gambar 10. Quality Control Excellence**

**f) Bagian Teknologi**

Pada bagian teknologi menyebutkan dan menjelaskan beberapa teknologi yang dimiliki oleh Pertamina Lubricants Gresik dalam memproduksi produk pelumasnya, yaitu Automatic Batch Blending (ABB), In Line Blending (ILB), dan Drum Decanting Unit (DDU).



**Gambar 11. Teknologi**

**g) Bagian Product Safety Features**

Pada bagian ini, dijabarkan secara detail tentang keamanan dan keaslian produk, seperti pada produk *lithos* nomor seri yang terletak di bagian melingkar dari tutup botol, *barcode* pada stiker kemasan produk, logo dan tulisan pertamina di balik atau bagian belakang

stiker produk, induction seal yang terletak pada mulut lingkaran botol, hologram bertuliskan original pada bagian atas tutup botol. Sedangkan pada produk *drum*, dijabarkan mengenai bagian-bagian dari *capseal*. Pada bagian *product safety features*, perancang menambahkan animasi *morph* interaktif pada setiap elemen yang disajikan, sehingga pergerakan animasi terlihat *seamless*.



Gambar 12. Product Safety Feature

## h) Bagian Product

Pada bagian product, disajikan produk (bagian kanan) dan untuk siapa produk itu dibuat (bagian kiri).



**Gambar 13. Product & OEM**

## KESIMPULAN DAN SARAN

Presentasi *Company Profile* Pertamina Lubricants Gresik sebagai media promosi dan memuat informasi relevan mengenai alur produksi, zona produksi, teknologi produksi, dan produk yang dihasilkan atau yang telah diproduksi. Presentasi *company profile* ini berlatarkan desain visual dengan *asset-asset* isometrik dari beberapa bangunan dan mesin produksi yang dianimasikan, sehingga bisa menambah kesan menarik bagi para audiens. Dengan adanya perancangan ini, diharapkan dapat memberikan manfaat serta informasi mengenai presentasi *company profile* Pertamina Lubricants Gresik kepada *stakeholder*.

Dengan perancangan ini, penulis ingin menyampaikan saran kepada para peneliti yang akan mengambil penelitian serupa di masa depan, diharapkan untuk melakukan teknik pengumpulan data seperti wawancara, survei, studi literatur dengan maksimal dan mendalam agar lebih mudah saat berhadapan dengan klien terkait presentasi *company profile* yang akan dikerjakan. Serta diharapkan untuk melakukan perancangan yang sesuai dengan keinginan atau ekspektasi dan target klien dengan memperhatikan elemen visual, animasi, layout yang disajikan dalam perancangan.

## DAFTAR REFERENSI

- Saputra, A. T. N. D (2021). Pengaruh Visual Marketing Terhadap Penjualan Produk di Perusahaan Butik. *FreakonomicS*, 2(2), 1-17
- Eko Valentino, D., & Jodi Hardiansyah, M. (2020). Perancangan Video Company Profile pada Hotel de Java Bandung. *TEMATIK*, 7(1), 1-20.
- Ningsih, Y. A. Dkk (2021). PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT WIRADECON MULTI BERKAH SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *Jurnal Barik*, 3(2), 97-110
- Nababan, A. A., Jannah, M., & Lubis, S. L. (2020). PKM : Perancangan Company Profile Digital Sebagai Media Promosi Dan Informasi Pada Toko Buku /UD Percetakan Pustaka Timur. *TRIDARMA: Pengabdian Kepada Masyarakat (PkM)*, 3(1, Mei), 96-103.
- Yunita, K. (2021). Perancangan Media Video Company Profile Bank Sampah NTB Mandiri. *Jurnal SASAK : Desain Visual Dan Komunikasi*, 3(1), 37-47.
- Jasmine, A., & Loen, R. B. (2020). Penggunaan Video Company Profile sebagai Sarana Informasi dan Meningkatkan Promosi pada PT Avoir Industry. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(2), 125-132.
- Ardiansyah, M., & Jerry, J. (2023). Perancangan dan Pembuatan Video Company Profile TK Kristen Tabqha Batam Dengan Metode MDLC. *National Conference For Community Service Project (NaCosPro)*, 5(1), 1128-1136.
- Suwarno, S., & Lie, F. (2023). Perancangan Company Profile Berbasis Website Pada Toko Sanjaya. *National Conference For Community Service Project (NaCosPro)*, 5(1), 733-741.
- Adiptia, L. D., & Kusumandyoko, T. C. (2023). PERANCANGAN VIDEO PROFIL NANAS AGENCY MENGGUNAKAN TEKNIK MOTION GRAPHIC SEBAGAI MEDIA PROMOSI. *BARIK - Jurnal S1 Desain Komunikasi Visual*, 5(1), 133-144.
- Annashri, R., & Putra, S. J. (2021). Perancangan Media Video Company Profile “LPK Logika Internasional”. *JTIM : Jurnal Teknologi Informasi Dan Multimedia*, 2(4), 190-198.