

## Perancangan *Company Profile* Mycotech Melalui Media *Booklet*

Mulyana<sup>1</sup>, Ivan Kurniawan<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Desain Grafis, Fakultas Desain, Universitas Komputer Indonesia, Bandung  
 Email: <sup>1</sup>mulyana.52119701@mahasiswa.unikom.ac.id, <sup>2</sup>ivan.kurniawan@email.unikom.ac.id

**Abstrak:** Pemanasan global merupakan faktor meningkatnya gas efek rumah kaca. Hal tersebut diakibatkan oleh ulah manusia. Salah satu cara mengurangi dampak tersebut yaitu menghemat energi pada sektor pembangunan dengan menggunakan material yang ramah lingkungan serta dapat di daur ulang kembali. Mycotech merupakan *start-up* yang mengembangkan bisnis dari sektor bioteknologi jamur. Mycotech membuat material pembangunan ramah lingkungan dengan menggunakan miselium sebagai perekat alami. maka dari itu, Mycotech memiliki peranan penting untuk terus mengembangkan produk-produk Mycotech agar para pelaku industri pembangunan bisa beralih menggunakan bahan material yang ramah lingkungan. Dengan membuat media informasi berupa booklet *company profile* yang berisi informasi seputar Perusahaan Mycotech dengan tujuan untuk menarik minat para pelaku industri agar lebih mengetahui fungsi dan manfaat yang didapat.

**Kata kunci:** Pemanasan global, Mycotech, material ramah lingkungan, booklet.

**Abstract:** *Global warming is a factor increasing the greenhouse effect gases. This is caused by human activities. One way to reduce this impact is to save energy in the construction sector by using environmentally friendly materials that can be recycled. Mycotech is a start-up that develops business from the mushroom biotechnology sector. Mycotech makes environmentally friendly building materials using mycelium as a natural adhesive. Therefore, Mycotech has an important role to continue to develop Mycotech products so that development industry players can switch to using environmentally friendly materials. By creating information media in the form of a Company Profile Booklet which contains information about Mycotech Company with the aim of attracting the interest of industry players to know more about the functions and benefits obtained.*

**Keywords:** *Global warming, Mycotech, Environmentally friendly materials, booklet.*



## PENDAHULUAN

Pemanasan global adalah peristiwa ketika atmosfer, lautan dan bumi mengalami kenaikan suhu. Berge (2009) menjelaskan “sektor industri bangunan merupakan sektor konsumsi sumber daya alam kedua terbesar setelah sektor industri makanan. Oleh karena itu pelaku industri bangunan mengambil peran sangat penting untuk dapat mengurangi dampak lingkungan yang menyebabkan pemanasan global”. Hal terpenting untuk menghemat energi dan menjaga lingkungan yaitu dengan pemakaian bahan bangunan yang tepat, dengan begitu mampu menciptakan bangunan yang berkualitas dan berdampak baik untuk lingkungannya. Bahan ini bisa dibagi sesuai penggolongan ramah lingkungannya yaitu, bahan yang bisa dibudidayakan (*regenerative*), digunakan lagi (*recycling*), bahan alam bertransformasi beberapa tingkat dan sederhana, serta bahan komposit (Frick & Suskiyatno, 2007).

Pada tahun 2012 Lulusan Institut Teknologi Bandung dan Universitas Padjadjaran sukses menciptakan *start-up* bernama Mycotech. Mycotech berasal dari Mucho yang berarti jamur, dan tech berasal dari kata *Technologi*. Teknologi baru ini bisa kita digunakan sebagai pengganti material konvensional bisa dibuat untuk pengganti *Wood Based Panel Material* atau papan kayu seperti MDF, *Particle Board*, *Polywood*, *Styrofoam*, batu bata, hingga pengganti kulit. Hal ini dikarenakan ide kreatif dalam memanfaatkan salah satu daur ulang limbah pertanian yaitu jamur yang digunakan untuk material bangunan ramah lingkungan sehingga dapat mengurangi dampak pemanasan global. Fenomena pemanasan global merupakan salah satu permasalahan yang nyata dan dapat dirasakan dampaknya hingga saat ini. Bukan hanya pengolahan untuk bahan bangunan saja tetapi Mycotech juga mengelola pembuatan beberapa aksesoris seperti jam tangan, dompet, dan notebook. Seperti yang diketahui bahwa dunia fashion juga mengalami perkembangan yang signifikan dan manusia menjadikannya kebutuhan.



Gambar 1. Perusahaan Mycotech  
Sumber: Pribadi (2022)

Hasil interview dengan seseorang *CO-Founder* Mycotech mengungkapkan jika adanya permasalahan saat mendirikan perusahaan Mycotech, yaitu minimnya pengetahuan mengenai cara pemasaran produk Mycotech. Begitu pula hasil dari kuisisioner yang dilakukan pada bulan Juli 2020 dapat disimpulkan bahwa 70% dari 50 responden yang berdomisili di Bandung belum mengetahui *brand* Mycotech dan 80% dari 50 responden tidak mengetahui produk Mycotech.

## **METODE**

Tujuan komunikasi pada perancangan agar memberikan informasi dari Mycotech yang mudah diterima khalayak dan juga meningkatkan citra *brand* Mycotech dengan melakukan kerjasama *brand* lain, agar penjualan produknya meningkat, dan memperluas penjualannya melalui kerjasama dengan *brand* lain.

### **Target Audiens**

Dalam aktivitas menyampaikan sebuah pesan membutuhkan penentuan khalayak sasaran yang bertujuan agar pesan atau informasi tersampaikan dengan tepat sasaran. Agar pesan dapat tersampaikan dengan baik, maka ditentukan khalayak sasaran, khalayak sasaran dari perancangan ini merupakan target dari tingkat lokal yaitu dari Kota Bandung khususnya, dan umumnya internasional yang berusia 26 sampai 40 tahun, pada masa akhir remaja menuju dewasa khalayak mulai mencari hal baru yang akan menjadi bekal hidupnya di masa yang akan datang dengan status ekonomi menengah keatas. Biasanya dengan pekerjaan bidang wirausahawan, pebisnis, dan para komunitas desain yang tingkat penasarannya tinggi.

Mowen dalam Prasetijo (2004:53) mendefinisikan psikografis sebagai kajian tentang apa yang membentuk seorang konsumen secara psikologis. Ada dua konsep dalam psikografis, yang pertama, memberi gambaran mengenai ciri-ciri psikologis konsumen yang lebih mengarah pada indentifikasi kepribadian konsumen. Kedua, memandang psikografis sebagai kajian tentang *activities, interest, opinion*. Maka dari itu, Psikografis dari khalayak sasaran dengan mengkhhususkan pada sikap, keinginan, dan gaya hidup pembaca ataupun konsumen, untuk menggunakan produk ramah lingkungan dari Mycotech.

### **Tujuan dan Pendekatan Komunikasi**

Tujuan komunikasi perancangan ini yaitu bertujuan memberikan informasi Mycotech terhadap khalayak yang belum mengetahui bahwa dengan menggunakan bahan material ramah lingkungan akan mengurangi dampak negatif bagi bumi, selain itu adapun tujuan sebagai *start-up* yang berkelanjutan untuk menjadi alternatif bahan material ramah lingkungan di bidang industri

pembangunan.

Gaya Bahasa ialah langkah pemilihan jenis frase yang disusun menjadi suatu kalimat yang mengandung arti dan tersampaikan melalui bahasa dengan mewujudkan kesan tertentu dari pembaca. Gaya bahasa yang dipakai adalah gaya bahasa berbentuk penegasan dengan menggunakan majas retorika bermakna menggunakan bahasa yang dapat meyakinkan dan mempengaruhi pembaca.

### ***Mandatory***

*Mandatory* adalah pihak yang berwenang sebagai pembuatan dan penyebaran media informasi dalam perancangan ini. *Mandatory* dari perancangan ini adalah Mycotech sebagai pihak yang berwenang dan bertanggung jawab dalam pembuatan serta penyebaran media informasi *company profile*, karena Mycotech perusahaan yang berdiri sendiri dan tindak menjual secara langsung kepada konsumen.



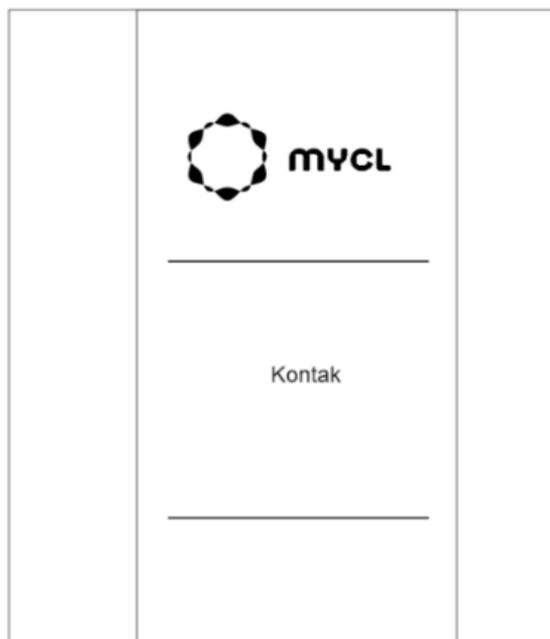
Gambar 2. Logo Mycotech  
Sumber: Pribadi (2022)

### **Strategi Kreatif dan Media**

Media Utama yang digunakan yaitu Booklet sebagai media informasi untuk menyampaikan pesan. *Booklet* merupakan halaman yang disatukan menjadi bentuk buku, pada bentuknya ada juga yang dilipat mengikuti bentuk yang unik (Diki & Kurniawan, 2021). Saat penyusunan perancangan ini diperlukan strategi kreatif supaya pesan yang tersampaikan dan bisa melekat pada ingatan melalui pendekatan visual dan verbal. Kreativitas itu sendiri ialah keahlian individual atau sekelompok orang untuk menghasilkan hal baru dan unik dengan gagasan ataupun hasil karya yang belum ada. Berikut strategi kreatif yang akan dilakukan pada perancangan ini: Pembuatan judul adalah hal terpenting dikarenakan judul menggambarkan keseluruhan pesan yang ingin disampaikan sejalan dengan tema yang telah dirancang sebelumnya. Judul pada perancangan media *Booklet Company Profile* Mycotech adalah “Mycotech *Bio-Fabricating for Your Sustainable Life*.”



Gambar 3. Cover Depan Booklet  
Sumber: Pribadi (2022)



Gambar 4. Cover Belakang Booklet  
Sumber: Pribadi (2022)

### ***Copywriting***

*Copywriting* yaitu proses untuk menunjukkan nilai dan manfaat yang ditawarkan oleh merek, Moriarty (2009). Copywriting merupakan perkataan dan isi pesan pada penjualan yang paling menarik dan kuat (Frank Jefkins.2017). Penggunaannya diterapkan pada *Headline* “Mycotech *Bio-Fabricating for Your Sustainable Life*. *Headline* yang dimaksudkan agar pembaca ingin mengetahui informasi yang ada pada *Booklet* Mycotech. *Body Text* dengan kata Mycelium Leather sebagai penegas isi yang akan dibahas.

### **Rancangan Visual**

Teknik yang digunakan pada bagian ilustrasi ini menggunakan teknik digital fotografi. Didalamnya terdapat unsur penting pada objek foto yang saling berkaitan dengan Mycotech dengan latar dan fungsi yang berbeda.

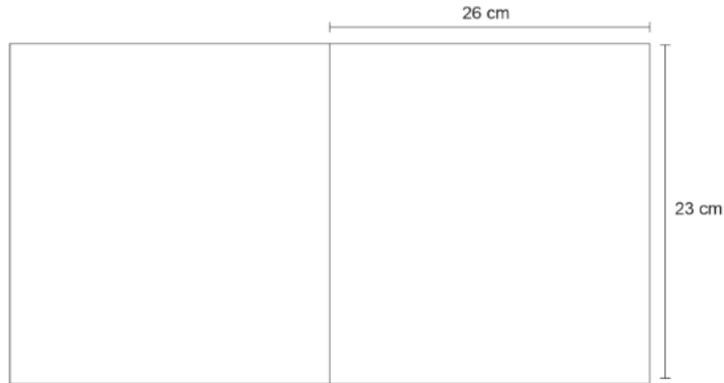


Gambar 5. Referensi Ilustrasi  
Sumber: Dokumentasi Pribadi (2022)

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Format Desain**

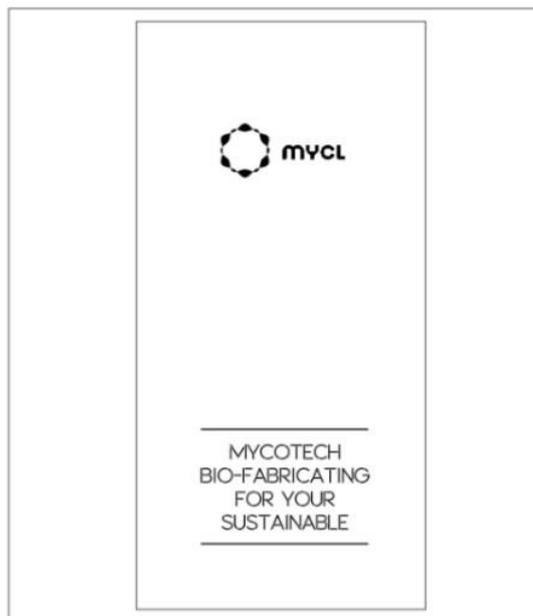
Format desain booklet *company profile* ini adalah *costum*. Dengan ukuran 23 x 26 cm. Buku ini sengaja dibuat kecil agar mudah dibawa-bawa. Buku ini hanya terdiri dari beberapa halaman yang berisikan tentang latar belakang hingga produk siap dipasarkan oleh Mycotech.



Gambar 6. Format Desain *Booklet* Media Utama  
 Sumber: Pribadi (2022)

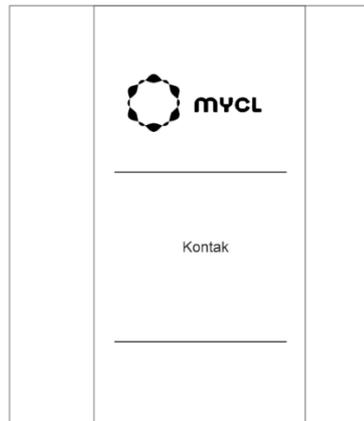
**Tata Letak**

Menurut Birchfield (2008), adalah penataan peralatan untuk menciptakan area kerja yang efisien, aman, dan ergonomis. Area kerja dengan tata letak yang memiliki prinsip desain yang baik akan menciptakan tingkat efisiensi dan produktivitas karyawan yang tinggi. Booklet *company profile* ini memiliki beberapa tata letak gambar dan tulisan yang asimetris dikarenakan menyesuaikan dengan khalayak sasaran yang akan menerima atau membaca booklet tersebut.



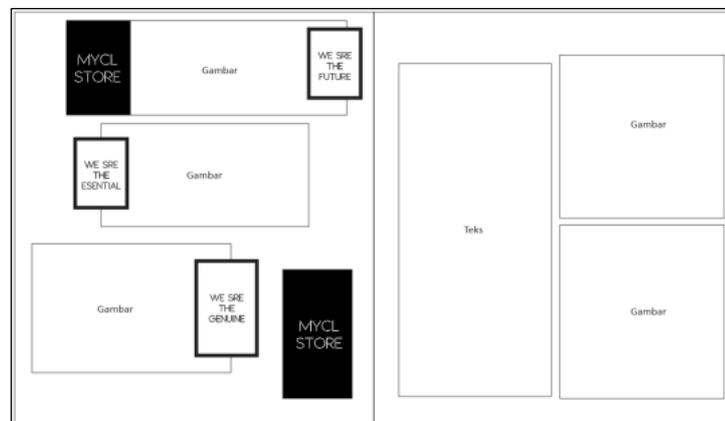
Gambar 13. Tata Letak *Cover* Depan *Booklet*  
 Sumber: Pribadi (2022)

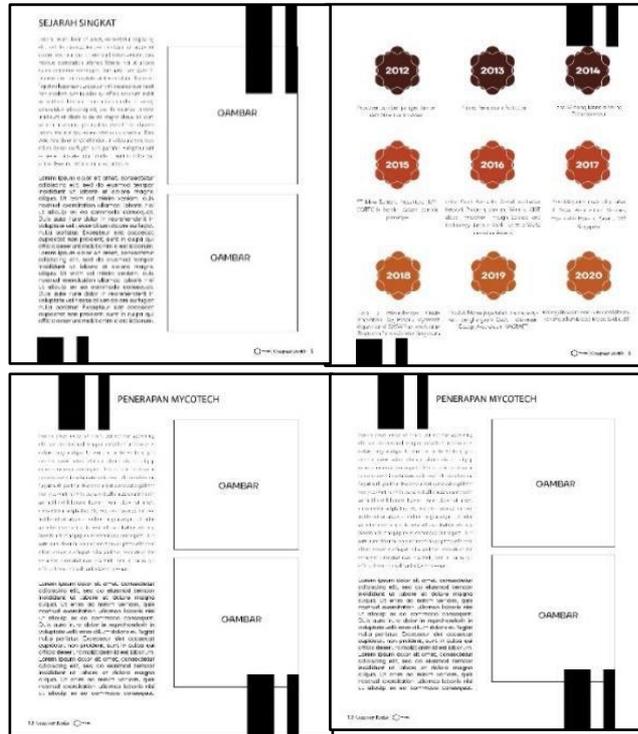
Tata letak *cover* depan dan belakang memiliki tata letak yang sama, di bagian depan dengan menggunakan *background* dari miselium yang menunjukkan ciri khas Mycotech menggunakan perekat alami, ditambahkan frame persegi panjang yang dengan orientasi *portrait* berisi logo perusahaan sebagai identitas, serta terdapat Visi-Misi dengan tujuan memberikan rasa penasaran kepada khalayak tentang apa isi *Booklet*. dibagian *Cover* belakang berisi logo dan kontak dari Mycotech dengan desain yang mirip supaya terkesan seimbang.



Gambar 14. Tata Letak *Cover* Belakang *Booklet*  
 Sumber: Pribadi (2022)

Tata letak dibagian isi *Booklet* dengan menggunakan gaya tata letak asimetris (tidak beraturan) supaya tidak mudah bosan, dan memberi kesan menarik. Pada bagian isi sebagian besar didominasi dengan teks yang berisi informasi tentang Mycotech yang disertai foto perusahaan. Terdapat ornamen hitam yang menjulur baik itu pada posisi atas maupun posisi bawah, ornamen tersebut tambahan supaya isi *Booklet* memiliki kesan elegan dan mahal.





Gambar 15. Tata Letak Isi Booklet  
Sumber: Pribadi (2022)

### Tipografi

Tipografi merupakan representasi visual dari sebuah bentuk komunikasi verbal dan merupakan properti visual yang pokok dan efektif (Sihombing, 2001: 58). Tipografi sangat penting karena berfungsi untuk menarik perhatian khalayak dengan menetapkan hierarki, yaitu informasi yang disajikan diurutkan dari yang paling penting terlebih dahulu. Tipografi juga dapat memberikan karakteristik pada sebuah desain sehingga dapat menciptakan kesan tertentu pada khalayak.



Gambar 16. Jenis Huruf Sevigne ST  
Sumber: Pribadi (2022)

Sevigne ST merupakan jenis *font* dari keluarga Sevigne, penggunaan huruf ini diunduh gratis, jika dikomersilkan maka dengan syarat berbayar. Versi *font* 2.001, jenis kategori *font* dekoratif, karakter 265, jumlah *glyph* 234, lebar *font* sedang,

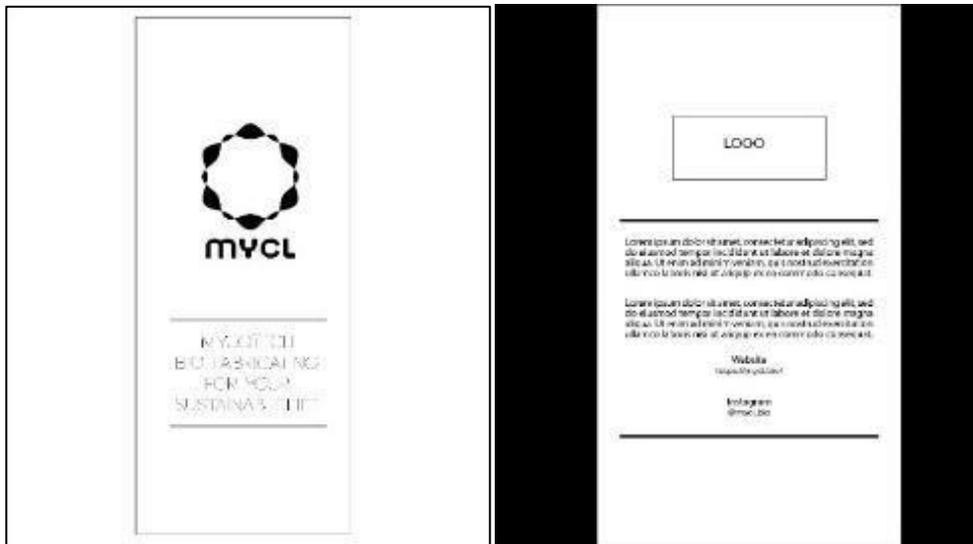
bahasa latin dan simbol, desain *font* Michael Jarboe.

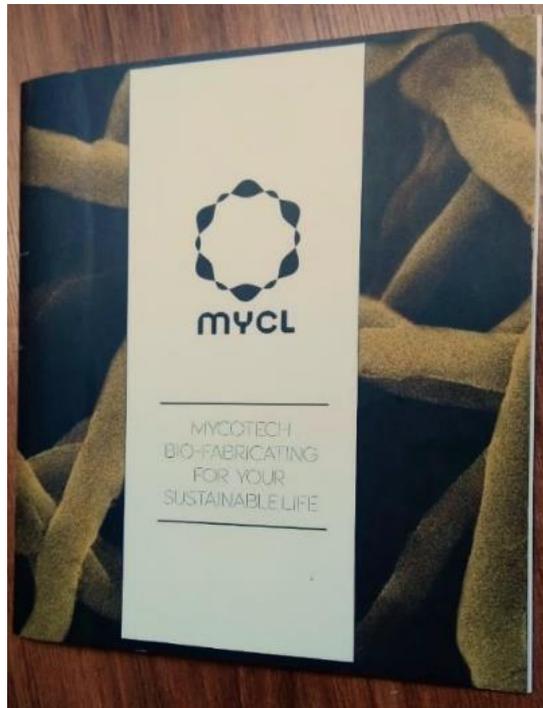
|AABBCCDDEEFFGGHHIIJJKLLMM  
 NNOOPPQQRRSSTTUUVVWWXXYYZZ  
 Aabbccddeeffgghhiijjkllmm  
 nnooppqqrrssttuuvvwwxyyzz  
 1234567890  
 !@#\$%^&\*()\_+?<>:";}{[

Gambar 17. Jenis Huruf Corbel Light  
 Sumber: Pribadi (2022)

**Ilustrasi**

Pada bagian *Cover* depan dengan *background* Miselium sebagai dasar proses pembuatan produk pada perusahaan Mycotech, dan pada bagian atas *background* ditempelkan list putih yang tebal berada diposisi tengah yang terdapat logo dan visi-misi Mycotech sebagai identitas





Gambar 18. Hasil Akhir *Cover Depan Media Booklet*  
 Sumber: Pribadi (2022)



Gambar 19. Hasil Akhir *Cover Belakang Media Booklet*  
 Sumber: Pribadi (2022)

## KESIMPULAN

Mycotech merupakan perusahaan *start-up* yang bergerak di bidang bioteknologi yang menggunakan bahan dasar jamur, dicampur dengan limbah pertanian sehingga menjadi beberapa produk ramah lingkungan. Produk yang dihasilkan oleh limbah jamur diantaranya Mylea, Mycelium Block, dan Biobo, Mycotech dapat digunakan sebagai alternatif bahan bangunan ramah lingkungan yang dapat mengurangi dampak pemanasan global. Perancang membuat perancangan dengan media yang dapat khalayak sasaran tertarik yaitu *Booklet Company Profile*. Perancangan ini dilakukan agar para pelaku industri pembangunan mengetahui fungsi dari Mycotech yaitu mengurangi dampak pemanasan global yang disebabkan oleh banyaknya pelaku industri yang menggunakan bahan bangunan bukan dari bahan yang ramah lingkungan. Strategi media dibuat dengan berbagai macam media cetak yang bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat menarik para pelaku industri sektor pembangunan terutama para investor. Perancangan ini dilakukan agar para pelaku industri pembangunan mengetahui fungsi dari Mycotech yaitu mengurangi dampak pemanasan global yang disebabkan oleh banyaknya pelaku industri yang menggunakan bahan bangunan bukan dari bahan yang ramah lingkungan. Strategi media dibuat dengan berbagai macam media cetak yang bertujuan untuk menyampaikan informasi yang dapat menarik para pelaku industri sektor pembangunan terutama para investor.

## DAFTAR PUSTAKA

- Art, P. (2021). Layout Dalam Pengertian, Tipe-Tipe Dan Menurut Para Ahli. Dikutip dari <https://www.wadahilmu-desaingrafis.com/2021/02/layout-dalam-pengertian-tipe-tipe-dan.html> (diakses 18 Maret 2022)
- Berge, B. (2009). *The Ecology of Building Materials* (second edition), London: Architectural Press.
- Diki, D., & Kurniawan, I. (2021). Desain Ilustrasi Booklet Profesi Jamu Gendong Di Era Milenial. *DIVAGATRA - Jurnal Penelitian Mahasiswa Desain*, 1(2), 226-239. <https://doi.org/10.34010/divagatra.v1i2.5710>
- Dirgantara, S. (2020). Tipografi Dalam Desain. Dikutip dari: <https://binus.ac.id/malang/2020/02/tipografi-dalam-desain/> (diakses 18 Maret 2022).
- Frick, H. Suskiyatno, B. (2007). *Dasar-dasar Arsitektur Ekologis*. Yogyakarta: Kanisius.
- Prasetijo, I. (2004). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Sihombing, D. (2001). *Tipografi Dalam Desain Grafis*. Jakarta: Gramedia.