

## Implementasi Foto Produk dan Katalog Company Profile di PT Katindo Utama Menggunakan Metode MDLC

Jimmy Pratama<sup>1</sup>, Infrisanti Wilson Tong<sup>2</sup>

Universitas Internasional Batam

Email: [jimmy.pratama@uib.ac.id](mailto:jimmy.pratama@uib.ac.id), [1931079.infrisanti@uib.edu](mailto:1931079.infrisanti@uib.edu)

### Abstrak

PT Katindo Utama merupakan perusahaan industri yang terletak di Jl. Brigjen Katamso, Komp. Ruko Fanindo No.10 - 11, Tanjung Uncang, Batu Aji, Batam. PT Katindo Utama sudah berdiri sejak tanggal 6 Maret 2007. Perusahaan PT Katindo Utama menyediakan alat-alat berupa materi konstruksi, perangkat keras, pipa, peralatan, dan persediaan pemanas. Agar dapat memperkenalkan perusahaan dengan lebih luas, perusahaan memerlukan katalog dan juga foto produk agar dapat mengenalkan produk yang dimiliki dan juga perusahaan bagi masyarakat. Tujuan utama dari Pengabdian Kepada Masyarakat ini adalah agar dapat menyediakan foto produk yang baru bagi PT. Katindo Utama dan juga pembuatan katalog company profile dibuat dengan tujuan agar dapat memvisualisasikan dan meningkatkan daya tarik perusahaan kepada calon pelanggan dan calon mitra bisnis. Perancangan katalog company profile dan stok foto dilakukan dengan menggunakan metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). Penulis menggunakan aplikasi *Adobe Lightroom* dan *Adobe Photoshop*. Untuk katalog *company profile* dirancang dengan menggunakan aplikasi *Adobe Illustrator*. Hasil akhir dari perancangan ini berupa stok foto produk dan e-katalog *company profile* PT. Katindo Utama. Rancangan yang telah diciptakan diharapkan dapat membantu dalam memperkenalkan perusahaan ke masyarakat dan juga media dapat digunakan untuk kepentingan perusahaan.

### Abstract

PT. Katindo Utama is an industrial company which is located at Brigiren Katamso Road, Fanindo shophouse complex No. 10-11, Tanjung Uncang, Batu Aji, Batam. PT. Katindo Utama is established since 6<sup>th</sup> of March 2007. PT. Katindo Utama provides tools in the form of construction materials, hardware, pipes, equipment, and heating supplies. In order to introduce the products from the company to a wider audience, the company needs a catalogue and stock photos of the products for the community. The main purpose of this Community Service is to be able to provide new product photos for PT. Katindo Utama and the creation of a company profile catalog is made with the aim of being able to visualize and increase the company's attractiveness to potential customers and potential business partners. The design of the company profile catalog and stock photos was carried out using the Multimedia Development Life Cycle (MDLC) method. The author uses *Adobe Lightroom* and *Adobe Photoshop* as the design software of choices. As for the company profile catalogs are designed using *Adobe Illustrator*. The design that has been created is expected to help in introducing the company to the public and can also be used for the benefit of the company.

**Keywords:** *Company profile, product photography, catalog*

### Pendahuluan

PT Katindo Utama merupakan perusahaan industri yang terletak di Jl.

Brigjen Katamso, Komp. Ruko Fanindo No.10 - 11, Tanjung Uncang, Batu Aji, Batam. PT Katindo Utama sudah berdiri sejak tanggal 6 Maret 2007. Perusahaan PT

Katindo Utama menyediakan alat-alat berupa materi konstruksi, perangkat keras, pipa, peralatan, dan persediaan pemanas. PT Katindo Utama memiliki visi yaitu menjadi perusahaan yang mampu menyediakan barang yang dibutuhkan dengan kualitas terbaik dan harga yang terjangkau. Misi dari perusahaan ini juga berupa mampu menyediakan pelayanan yang memuaskan terhadap pelanggan, memenuhi kebutuhan pelanggan, dan menjalin hubungan dan kerja sama yang baik dengan pelanggan.

Seiring dengan berjalan dan berkembangnya perusahaan, perusahaan memerlukan katalog dan juga foto produk agar dapat mengenalkan produk yang dimiliki dan juga perusahaan bagi masyarakat. Dengan berkembangnya jaman dan meningkatnya perusahaan industri lainnya membuat daya tingkat persaingan menjadi tinggi, sehingga diperlukan media yang dapat menjadi bantuan dalam mengikuti persaingan. Sebelumnya, PT. Katindo Utama memiliki *website*. Namun, *website* tersebut hanya berisi *contact page* perusahaan yang terdiri dari nomor telepon, alamat, dan peta yang menunjukkan lokasi dari perusahaan. Dengan adanya pembuatan *website* baru yang menyediakan keterangan produk, perusahaan memerlukan stok foto yang seragam agar dapat menjadi perwakilan visual yang baik bagi produk-produk yang tersedia.

PT Katindo Utama juga memiliki katalog *company profile* dalam bentuk PDF. Agar dapat melakukan *update* akan *layout* desain dan juga isi konten, perusahaan memerlukan desain baru agar dapat menambahkan nilai daya tarik.

Pengembangan pada katalog dan juga foto produk dilakukan dengan menggunakan metode *Multimedia Development Life Cycle* (MDLC).

Tujuan dari pelaksanaan PKM adalah agar dapat mempraktekkan ilmu yang diperoleh untuk membantu masyarakat, untuk menyelesaikan mata kuliah Kerja Praktek, dan untuk memberikan kesempatan bagi mahasiswa dalam memperoleh pengalaman kerja nyata.

## Masalah

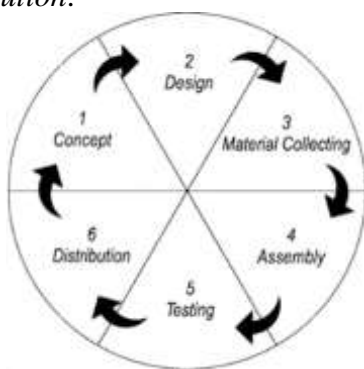
Katalog *company profile* yang telah dimiliki oleh PT. Katindo Utama memerlukan pembaharuan terhadap desain dan isi konten. Hal ini dikarenakan desain dan isi yang dimiliki sudah lama tidak diperbaharui. Produk-produk baru juga belum terkandung dalam katalog lama PT. Katindo Utama sehingga memerlukan perombakan baru. Katalog sendiri juga diperlukan sebagai media promosi perusahaan terhadap calon pelanggan dan mitra bisnis. Menurut (Rustiarini, N, N, & I, 2021), salah satu media yang dapat dimanfaatkan dalam melakukan pemasaran secara efektif adalah dengan adanya katalog produk. Fungsi dari katalog sendiri dapat dijadikan sebagai jembatan yang mampu menjalin pengenalan hubungan antara perusahaan dan konsumen dengan efisien. Hal ini dikarenakan adanya kemampuan dari katalog sendiri dalam menyajikan opsi-opsi produk bagi konsumen dengan mudah sehingga dapat membantu perusahaan dalam meningkatkan penjualan. *Company profile* merupakan alat pendukung dalam proses perkembangan suatu perusahaan (Asih Prihandini, 2021). Pada *company profile*, perusahaan akan memberikan deskripsi mengenai usaha yang dijalankan, menyajikan kelebihan pada jasa atau produk yang tersedia, dan detail tambahan lainnya yang kemudian digabungkan sebagai satu profil perusahaan.

Agar dapat memberikan informasi yang lebih akurat pada *website* PT. Katindo Utama, maka diperlukan foto produk yang jelas agar dapat memberikan visualisasi produk terhadap pelanggan. Sebelumnya, PT. Katindo Utama memiliki stok foto produk pada perusahaan. Namun seiring dengan masuknya produk-produk baru, perusahaan memerlukan update baru pada stok foto produk. Foto produk merupakan salah satu kunci penarik minat konsumen untuk melakukan pembelian (Agusta & Fatkhurohman, 2019). Dengan adanya foto produk, konsumen dapat mendapatkan

gambaran mengenai produk secara langsung dan juga dapat menjadi daya tarik tambahan dalam penjualan produk. Maka dari itu, penulis merancang desain katalog *company profile* yang sesuai dengan citra dan kebutuhan perusahaan serta menciptakan stok foto berdasarkan produk-produk yang tersedia di PT. Katindo Utama.

## Metode

Dalam mengumpulkan data untuk proses perancangan dan pembuatan foto produk dan katalog, penulis melakukan koordinasi dengan salah satu karyawan di PT Katindo Utama melalui media *Whatsapp* agar dapat berdiskusi mengenai kebutuhan dan preferensi perusahaan. Untuk mendapatkan referensi dalam merancang editan foto produk dan katalog perusahaan, penulis meninjau kembali katalog lama perusahaan dan melakukan pengumpulan referensi desain dari internet. Di masa proses perancangan, penulis menerapkan metode MDLC. MDLC sendiri memiliki 6 tahap dalam alur pembuatannya, yaitu *Concept*, *Design*, *Material Collecting*, *Assembly*, *Testing*, *Distribution*.



**Gambar 1** Ilustrasi model *Multimedia Development Life Cycle*

### 1. Concept

Pada tahap *concept*, penulis menentukan konsep sebagai gambaran kasar proyek. Hal ini dilakukan dengan adanya diskusi mengenai preferensi dan apa yang dibutuhkan perusahaan. Kegiatan diskusi ini dilakukan bersama salah satu karyawan di PT. Katindo Utama melalui

aplikasi *Whatsapp*. Pada tahap ini, penulis menanyakan mengenai bagaimana konsep yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan juga mengenai permasalahan yang terjadi. Setelah mendapatkan informasi yang cukup, penulis menentukan gambaran rancangan yang akan dilakukan pada foto produk dan katalog.

### 2. Design

Setelah mendapatkan dan memahami kebutuhan dari PT. Katindo Utama, penulis kemudian lanjut ke tahap *design*. Dengan informasi yang telah dikumpulkan dari tahap sebelumnya, penulis mengumpulkan bahan yang akan digunakan seperti bahan untuk pelaksanaan pemotretan pada produk-produk PT. Katindo Utama dan juga pembuatan aset desain pada katalog. Perancangan yang diperlukan bagi katalog juga dilakukan seperti perencanaan *layout*, *color pallete* dan kumpulan referensi sebagai gambaran desain kasar bagi katalog.

### 3. Material Collecting

Pada tahap ini, penulis mencari referensi yang dibutuhkan pada foto produk seperti contoh barang dan juga referensi desain pada katalog. Pembuatan dan pencarian aset desain pada katalog juga dilakukan agar dapat diaplikasikan di tahap berikutnya.

### 4. Assembly

Tahap *assembly* dilaksanakan oleh penulis dengan cara melakukan pemotretan dan juga melakukan desain dan penyusunan pada katalog *company profile* PT. Katindo Utama.

### 5. Testing

Setelah produk telah selesai dirancang, penulis akan memberikan kepada koordinator untuk tahap selanjutnya yaitu tahap *testing*. Tahap *testing* dilakukan sebagai tahapan evaluasi yang dilakukan oleh tiga karyawan selaku perwakilan PT. Katindo Utama. Evaluasi dilakukan dengan cara penulis memberikan link hasil pemotretan foto produk ataupun PDF katalog *company profile*, dan karyawan PT. Katindo Utama melakukan evaluasi kelayakan produk yang telah dihasilkan.

Proses ini dilakukan melalui grup *whatsapp* yang terdiri dari 3 karyawan PT. Katindo Utama dan penulis. Umpan balik dan saran kemudian akan diberikan jika masih belum sesuai dengan kriteria perusahaan agar dapat direvisi kembali oleh penulis.

#### 6. Distribution

Jika tahap *testing* telah usai dan produk yang dihasilkan sudah sesuai dengan kriteria yang diberikan oleh perusahaan, maka produk akan berakhir di tahap *distribution* dimana PT. Katindo Utama akan menggunakan hasil produk untuk *website* dan katalog *company profile* bagi kepentingan perusahaan. Hasil akhir produk stok foto akan dikumpulkan dalam satu folder pada *cloud storing* google drive agar dapat diunggah dan diakses dengan mudah. Stok foto yang tersedia akan kemudian digunakan di *website* PT. Katindo Utama sebagai foto produk. Katalog *company profile* yang sudah sesuai akan dihasilkan sebagai file PDF dan akan digunakan untuk kepentingan perusahaan kedepannya.

#### Pembahasan

Agar dapat membuat hasil foto yang seragam, penulis melakukan aksi pemotretan pada setiap produk dengan menyediakan latar berwarna putih sesuai dengan permintaan dari mitra PT. Katindo Utama. Penulis juga melakukan penataan *lighting* pada produk agar dapat memperoleh sumber cahaya yang sama dan dapat menghasilkan foto yang lebih jelas. Proses pemotretan dilakukan dengan teknik dimana penulis dapat membidik dari posisi yang agak jauh agar dapat menghasilkan foto yang dapat menampilkan bentuk produk secara akurat dan jelas.

Dalam merancang katalog *company profile*, penulis melakukan koordinasi dengan PT. Katindo Utama untuk membahas mengenai preferensi desain yang diinginkan oleh perusahaan dan juga isi konten yang diinginkan. Tujuan dari koordinasi tersebut adalah agar dapat mengetahui desain yang fungsional dan

sesuai dengan keinginan perusahaan. Penulis merancang *moodboard* dan juga *color pallete* agar dapat memberikan gambaran kasar mengenai desain yang akan dirancang.

Setelah melakukan perancangan *moodboard*, penulis kemudian melakukan perancangan desain katalog di *Adobe Illustrator*. Dalam melakukan perancangan desain, penulis menggunakan *tools* yang tersedia di *Illustrator* dalam membuat aset desain yang diperlukan. *Tools* yang terdapat dalam *Illustrator* membantu penulis dalam membuat bentuk yang dibutuhkan. Aksi seperti pemakaian *pen tools* juga menjadi salah satu komponen yang sering dilakukan dalam proses pembuatan katalog.



Gambar 2 Perancangan katalog di *Adobe Illustrator*

#### Proses Implementasi Luaran

Stok foto yang telah disiapkan oleh penulis kemudian diunggah ke dalam *google drive* sebagai wadah penyimpanan stok foto. *Google drive* sendiri merupakan *cloud storing* yang dapat diakses kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan perangkat *smartphone* ataupun menggunakan *PC*. Pemakaian *google drive* dapat mempermudah pengumpulan stok foto dan juga dapat didistribusikan dengan mudah melalui *share link* sehingga dapat menjadi alternatif tempat yang baik dalam menyimpan stok foto produk PT. Katindo Utama dalam jumlah yang besar. Stok foto yang telah diunggah di *google drive* kemudian akan digunakan oleh developer *website* PT. Katindo Utama sebagai aset foto produk. Berikut merupakan contoh dari implementasi stok foto yang dirancang oleh penulis ke *website* PT. Katindo Utama:



**Gambar 3** Penerapan salah satu foto produk di website PT. Katindo Utama



**Gambar 4** Penerapan salah satu foto produk pada website PT. Katindo Utama

Untuk katalog *company profile* yang telah dirancang, penulis menemukan bahwa desain pada katalog yang sebelumnya ada di PT. Katindo Utama sudah lama dan memiliki desain yang kurang merepresentasikan perusahaan. Maka dari itu, penulis memutuskan untuk memberi konsep katalog yang dapat mewakili citra perusahaan dengan inspirasi dari logo perusahaan PT. Katindo Utama yang berwarna merah, biru, dan putih. Penulis juga memberikan konsep desain minimalis yang bersih dan modern agar dapat memberikan kesan profesional terhadap calon pelanggan dan mitra bisnis. Penulis juga mengubah *layout* isi konten dan juga menambah ilustrasi *icon* agar dapat mempermudah calon pelanggan dan mitra bisnis dalam memahami konten. Hasil dari katalog *company profile* disimpan kedalam bentuk PDF sebagai *soft file* agar dapat didistribusikan dengan efisien oleh perusahaan PT. Katindo Utama.

### Kondisi Setelah Implementasi

Setelah melakukan implementasi stok foto dan juga katalog *company profile*, penulis melakukan kontak kembali dengan

PT. Katindo Utama mengenai hasil umpan balik. Hasil yang didapatkan adalah respon yang baik. Foto stok yang telah dirancang memiliki desain yang seragam dan telah memenuhi kriteria yang sesuai dengan keinginan perusahaan. Katalog *company profile* yang telah dirancang oleh penulis juga dinilai lebih sederhana, rapi dan mudah dipahami sehingga mampu mempermudah PT. Katindo Utama dalam mengenalkan perusahaan terhadap masyarakat umum.

### Simpulan

PT Katindo Utama merupakan perusahaan industri yang menyediakan alat-alat berupa berupa materi konstruksi, perangkat keras, pipa, peralatan, dan persediaan pemanas. Perusahaan ini terletak di Jl. Brigjen Katamso, Komp. Ruko Fanindo No.10 - 11, Tanjung Uncang, Batu Aji, Batam dan sudah berdiri sejak tanggal 6 Maret 2007. Penulis melakukan perancangan stok foto terhadap produk-produk yang terdapat di PT. Katindo Utama agar dapat menghasilkan stok foto produk yang lebih seragam dan dapat dipakai ke website resmi PT. Katindo Utama. Penulis juga melakukan perancangan katalog *company profile* yang dapat merepresentasikan perusahaan dengan tujuan agar dapat mengenalkan perusahaan kepada calon pelanggan dan mitra bisnis dengan lebih mudah. Dalam melaksanakan pengerjaan pengabdian terhadap perusahaan, penulis menggunakan metode MDLC (Multimedia Design Life Cycle) dalam merancang produk.

Saran yang dapat diberikan terhadap kegiatan adalah agar stok foto yang telah diproduksi juga dapat digunakan dalam mengenalkan produk ke masyarakat di media sosial. Katalog *company profile* juga dapat dicetak secara fisik agar dapat diberikan secara langsung.

### Daftar Pustaka

Agusta, R., & Fatkhurohman, A. (2019). Pengembangan Fotografi Produk Dalam Pemasaran Digital Produk

- Konveksi Zubs di Yogyakarta. *Jurnal Ilmu Komputer*, 313–318.
- Bukit, F. R., A.S, G. G., Irvan, I., & Fahmi, F. (2019). Pembuatan website Katalog Produk UMKM Untuk pengembangan pemasaran Dan Promosi produk kuliner. *JPPM (Jurnal Pengabdian Dan Pemberdayaan Masyarakat)*, 3(2), 229.  
<https://doi.org/10.30595/jppm.v3i2.4317>
- Deli, D., & Yanto, H. (2021). Perancangan dan Pengembangan E-Catalog Ju Seafood Restaurant. *Conference On Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*, 1(1), 392-397.  
<https://journal.uib.ac.id/index.php/escintech/article/view/5891>
- Fatimah, K. (2020). Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi CV. *Barotek*. 2, 13–20.
- Prihandini, A., & Seba, N. (2022). Penyusunan Company Profile bagi UMKM. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*, 4(4).  
<https://doi.org/10.18196/ppm.44.708>
- Rachmawati, S. W., & Anggapuspa, M. L. (2020). SWISS STYLE SEBAGAI INSPIRASI PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT SARANA REMAJA MANDIRI. In *Jurnal Barik* (Vol. 1, Issue 3).  
<https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/JDKV/>
- Samudra Siahaan, Y., Ricson Simarmata, B., Kita, T., & Angin, P. (n.d.). Perancangan Company Profile Sebagai Sarana Informasi Pada Usaha Ardhina Batik Motif Medan (Vol. 1, Issue 2).
- Ustyannie, W., Asih, E. W., Mawadati, A., Sulistyaningsih, E., Wibowo, A. H., Sekarjati, K. A., Setyowati, D., Zaitunah, A., Rekayasa, J., Komputer, S., Terapan, S., Akprind, I., Industri, J. T., & Industri, T. (n.d.). PENINGKATAN PROMOSI PRODUK MELALUI SARANA FOTOGRAFI PRODUK DAN EDITING FOTO PRODUK.
- Wayan Rustiarini, N., Putu Nita Anggraini, N., & Ketut Sassu Budi Satwam, I. (2021). PERANCANGAN KATALOG PRODUK UNTUK MENINGKATKAN PENJUALAN UMKM. 5(5).  
<https://doi.org/10.31764/jmm.v5i5.5842>
- Widijaya, W., Elvinis, J., Alvina, A., Santi, A., & Silvana, V. (2021). Perancangan Company Profile Dan Marketing Tools Sebagai Alat Perluasan Pemasaran Di Toko Yummybowl. *National Conference for Community Service Project (NaCosPro)*, 3(1), 158-163. doi:10.37253/nacospro.v3i1.5880