



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

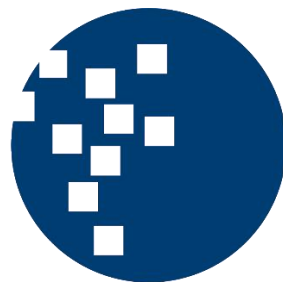
Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**IMPLEMENTASI CORPORATE IDENTITY SHENHUA GUOHUA
POWER COMPANY (PT. GUOHUA LISTRIK INDONESIA) MELALUI
VISUAL MERCHANDISING**

NASKAH AKADEMIK

SKRIPSI BERBASIS KARYA



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

Diajukan guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

Renata Krisnanti

14140110157

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG

2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi berbasis karya ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah Skripsi Berbasis Karya yang telah saya tempuh.

Tangerang, 10 Juli 2018



()

Renata Krisnanti

HALAMAN PENGESAHAN

Naskah Akademik
Skripsi Berbasis Karya
dengan judul

**“IMPLEMENTASI *CORPORATE IDENTITY* SHENHUA GUOHUA
POWER COMPANY (PT. GUOHUA LISTRIK INDONESIA) MELALUI
VISUAL MERCHANDISING”**

oleh
Renata Krisnanti

telah diujikan pada hari Senin, tanggal 6 Agustus 2018,
pukul 09.00 s.d. 10.30 dan dinyatakan lulus
dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Dr. Mochammad Kresna Noer Pratama, M.Si.

Penguji Ahli



Cherry Kartika S.IP., M.I.Kom

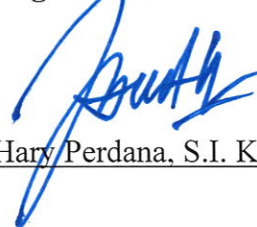
Dosen Pembimbing



Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tidak pernah mereka mengeluh
Sekalipun mereka rasakan peluh

Terpisah kami cukup jauh
Telepon selalu menjadi cara yang ampuh

Dari mereka aku belajar indahnya pengorbanan orang tua

Terima kasih Papa

Terima kasih Mama

Kasihmu tiada tara

Kupersembahkan karya ini untuk kalian.

KATA PENGANTAR

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.” Filipi 4:6.

Pertama-tama penulis mengucapkan syukur kepada Tuhan untuk setiap penyertaannya dari awal penulis melaksanakan pengerjaan karya ini sampai penulis selesai menulis skripsi berbasis karya ini. Kekuatan dan keteguhan hati yang diberikan-Nya membuat penulis mampu menyelesaikan proses kehidupan ini. Penulis belajar begitu banyak hal melalui proses ini.

Ucapan terima kasih yang kedua penulis berikan kepada keluarga penulis; papa dan mama yang memberikan dukungan finansial dan moral kepada penulis walaupun berada di kota yang jauh dari tempat penulis berada, kakak dan adik-adik penulis yang selalu memberikan dukungan moral kepada penulis.

Ucapan terima kasih berikutnya penulis sampaikan kepada Universitas Multimedia Nusantara yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menempuh pendidikan strata satu di Universitas Multimedia Nusantara. Ilmu pengetahuan yang didapat penulis selama menempuh bangku kuliah menjadi modal penulis dalam menerapkan berbagai macam hal dalam pelaksanaan tugas akhir. Kemudian, ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada:

1. Inco Hary Perdana, S.I. Kom., M.Si. , dosen pembimbing yang sabar, cerdas, lucu, pandai bermusik, kekinian, dan sangat mampu mengayomi penulis, memberikan ide yang membuat penulis tertantang untuk mempersembahkan karya terbaik.
2. Jennyfer Alberica a.k.a Jenjen, desainer sekaligus teman dekat penulis, untuk kebersamaannya menempuh suka duka skripsi, revisi berjilid-jilid, dengan sabar, telaten, dan gercep melakukan perombakan desain di tengah kesibukan kuliah dan ujian, sungguh luar biasa.
3. Icel, Dian, Jane, Shelly, Cerwyn, Ci Reina, Ci Mel, Monski, dan masih banyak lagi teman-teman yang selalu mendukung dengan semangat, nasehat, sampai dengan kekonyolan. Kita selalu menguatkan satu sama lain.
4. Benny Chandra, partner saat penulis kesulitan dengan bahasa mandarin, sekaligus memberikan dukungan moral.
5. Franz dan Icel, musisi yang menjadi pembimbing gitar di setiap bimbingan skripsi. Musik sungguh menyembuhkan hati.
6. Ci Mondru, Resti, Ci Suni, Ci Donna, Ci Diana, Ci Lise dan teman-teman China Shenhua untuk kebersamaannya, dukungannya, dan asupan gizi berupa gula di jam istirahat atau kejutan kecil berupa coklat atau makanan lezat. Aku akan merindukan momen-momen tersebut.

7. Ci Silvia, Ci Stephski, Ci Febbong, Ci Merlyn, Ko Fiter, Ci Merlyn dan teman-teman GMS lainnya untuk semangatnya melalui doa dan kalimat pendukung.
8. Lee, Shelley, Jacob, Ameliya, Lily, Dewi, Tito, Sunny, dan segenap teman-teman Couchsurfing yang super banyak. Terima kasih banyak telah menyetatkan saya secara emosional, berkelana bersama, menari bersama, dan *sharing* bersama.
9. Ko Bong, Steven DB, Ko Andre, Sunny Tsu, Novi, Ci Lina, Marisa, Ci Tresna, dan teman-teman kantor Fiberhome dan Dunia Bahasa lainnya. Kalian jadi bagian penting yang membuat saya terus bersemangat.

Tidak lupa penulis menyampaikan terima kasih kepada kerabat dan berbagai pihak yang tidak bisa penulis ucapkan satu per satu, yang terus memberikan semangat, dukungan, dan doa sehingga penulis bisa menyelesaikan laporan ini tepat pada waktunya.

Tangerang, 10 Juli 2018



Penulis

IMPLEMENTASI *CORPORATE IDENTITY* SHENHUA GUOHUA POWER COMPANY (PT. GUOHUA LISTRIK INDONESIA) MELALUI *VISUAL MERCHANDISING*

ABSTRAK

Oleh: **Renata Krisnanti**

Tugas akhir ini dibuat dilatarbelakangi oleh pentingnya pembentukan *brand* yang positif dari PT Guohua Listrik di mata *stakeholder*-nya. Demi mewujudkan hal tersebut, PT Guohua Listrik membutuhkan wadah yang dapat memperkenalkan *corporate identity* perusahaan yang tertuang dalam bentuk rancangan *visual merchandising* PT Guohua Listrik. Berbagai macam materi informatif dan prestasi perusahaan tertuang pada majalah dinding perusahaan. Rancangan *visual merchandising* PT Guohua Listrik dikerjakan selama kurang lebih 9 bulan, terhitung sejak pertengahan bulan September hingga akhir bulan Juni. Konsep teoritis yang digunakan pada rancangan ini adalah dimensi *brand* pada bisnis B2B pada buku *B2B Brand Management* dari Philip Kotler. Sementara itu, konsep praktis pengerjaan rancangan ini berdasarkan teori Penciptaan Infografis dari buku *The Power of Infographics* yang ditulis oleh Smiciklas. Rancangan *visual merchandising* PT Guohua Listrik diharapkan dapat memberikan ambience pada *stakeholder* yang mengunjungi PT Guohua Listrik, memberikan kesan bahwa PT Guohua Listrik merupakan perusahaan yang profesional, penuh prestasi, dan dapat dipercaya. Hasil rancangan ini dipajang dalam bentuk 15 halaman majalah dinding PT Guohua Listrik yang berlokasi di lantai 39 APL Tower, Jakarta Barat.

Kata kunci: *visual merchandising*, PT Guohua Listrik, infografis, *brand* B2B

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

**SHENHUA GUOHUA POWER COMPANY (PT. GUOHUA LISTRIK
INDONESIA)'S IMPLEMENTATION OF CORPORATE IDENTITY
THROUGH *VISUAL MERCHANDISING***

ABSTRACT

By: Renata Krisnanti

The background of this project establishment is the importance of positive brand forming of PT Guohua Listrik among all its stakeholders. In order to fulfill it, PT Guohua Listrik needs a media which is able to present the corporate identity of PT Guohua Listrik through the design of visual merchandising. There are various informative materials and corporate's achievement defined at wall magazine. This project is accomplished for more or less 9 months, counted since the mid of September until the end of June. The theoretical concept used in this design is brand dimension in B2B business from Philip Kotler book of B2B Brand Management. Meanwhile, practical concepts of this project is based on the theory of infographics creation from the book of The Power of Infographics written by Smiciklas. This project is expected to give great atmosphere to the stakeholders who visit the office of PT Guohua Listrik, give impression that this company is a professional, trustworthy company with lots of achievement. The result of this design will be displayed in the form of 15 pages of wall magazines in the office of PT Guohua Listrik which is located at APL Tower Level 39, West Jakarta.

Keywords: *visual merchandising*, PT Guohua Listrik, infographics, B2B brand

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Batasan Masalah.....	6
1.4. Tujuan Karya.....	6
1.5. Manfaat Karya.....	7
BAB II KERANGKA KONSEP	8
2.1. Tinjauan Karya Sejenis Terdahulu.....	8
2.2. Teori atau Konsep-Konsep yang Digunakan.....	11
2.2.1. <i>Branding</i>	11
2.2.1.1. Fungsi <i>Branding</i>	12
2.2.1.2. Tujuan <i>Branding</i>	14
2.2.2. <i>Branding In-Store</i>	15
2.2.3. Dimensi <i>Branding</i> B2B.....	16

2.2.3.1. <i>Brand Distinction</i>	17
2.2.3.2. <i>Brand Communication</i>	18
2.2.3.3. <i>Brand Evaluation</i>	19
2.2.3.4. <i>Brand Specialties</i>	20
2.2.4. <i>Layout</i>	21
2.2.5. <i>Visual Merchandising</i>	21
2.2.6. Seni Fotografi.....	22
2.2.7. Infografis.....	23
2.2.8. <i>Multi Page Design</i>	24
2.2.8.1. <i>Grids</i>	24
2.2.8.2. <i>Covers</i>	24
2.2.8.3. <i>Front Matter (Prelims)</i>	25
2.2.8.4. Teks (Bagian Isi).....	25
2.2.8.5. <i>Margins</i>	25
2.2.8.6. <i>Planned Page Make-Up</i>	26
2.2.9. <i>Copywriting</i>	26
BAB III RANCANGAN KARYA	27
3.1. Metode Pengumpulan Data.....	27
3.2. Metode Perancangan.....	28
3.2.1. Tahapan Perancangan.....	28
3.2.2. Anggaran Rancangan Karya.....	34
3.2.3. Target Luaran/Publikasi.....	36
BAB IV HASIL	38
4.1. Pelaksanaan.....	38
4.1.1. Objek Pelaksanaan.....	38

4.1.2. Posisi Penulis.....	39
4.1.3. Wawancara Narasumber.....	40
4.1.4. Penentuan Media <i>Visual Merchandising</i>	41
4.1.5. Penulisan Konten <i>Visual Merchandising</i>	42
4.1.6. Desain <i>Multi Panel</i> Materi <i>Visual Merchandising</i>	43
4.1.7. <i>Timeline</i> Kerja Projek Akhir.....	50
4.2. Evaluasi.....	53
4.2.1. Evaluasi Konten.....	53
4.2.2. Evaluasi Desain <i>Multi-Panel</i>	54
BAB V SIMPULAN.....	61
5.1. Simpulan.....	61
5.2. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA.....	xvi
Tabel Matriks Perencanaan Karya.....	xviii
Dokumentasi Proses Pembuatan Karya	xix
Laporan Realisasi Anggaran	xx
Transkrip Wawancara.....	xxiii

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Prinsip Panduan Dimensi <i>Branding</i>	17
Gambar 2.2. Alat dan Wadah Tatapmuka Perusahaan, Marketing, dan Dialog Komunikasi..	18
Gambar 2.3. Anatomi Infografis.....	23
Gambar 2.4. <i>Margin</i> Buku.....	25
Gambar 2.5. Contoh <i>Planned Page Make-Up</i>	26
Gambar 3.1. Audiens.....	29
Gambar 3.2. Ide yang Tercatat.....	31
Gambar 3.3. Hasil Infografis Blok 1,2, dan 3.....	31
Gambar 3.4. Foto <i>Chart</i> yang menjadi Inspirasi	32
Gambar 3.5. Hasil <i>Chart</i> yang Dibuat.....	32
Gambar 4.1. <i>Logotype</i> dan <i>Signature</i> China Shenhua.....	44
Gambar 4.2. Cover Annual Report 2015 China Shenhua.....	46
Gambar 4.3. Cover Annual Report 2016 China Shenhua.....	46
Gambar 4.4. Warna yang Sering Dipakai PT Guohua Listrik.....	47
Gambar 4.5. Font Comfortaa.....	50
Gambar 4.6. Hasil Desain Board 1,2,3.....	54
Gambar 4.7. Desain Blok 1 Tipe 1.....	55
Gambar 4.8. Desain Blok 1 Tipe 2.....	56
Gambar 4.9. Desain Blok 1-3.....	57
Gambar 4.10. Desain Blok 3 dengan Tulisan Berdempetan.....	58
Gambar 4.11. Hasil Revisi Blok 3.....	59
Gambar 4.12. Hasil Revisi dengan Warna Hijau sebagai Warna Primer.....	60

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1.	Perbandingan Karya Sejenis Terdahulu.....	10
Tabel 3.1.	<i>Timeline</i> Pengerjaan.....	28
Tabel 3.2.	Anggaran Rancangan Karya.....	36

UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA