

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN
KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TUGAS AKHIR

AMANDA CHARISSA SELIANG

00000046203

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN
KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

AMANDA CHARISSA SELIANG

00000046203

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Amanda Charissa Seliang
NIM : 00000046203
Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir saya yang berjudul: **PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA**

merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan hasil plagiat, dan tidak pula dituliskan oleh orang lain; Semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya cantumkan dan nyatakan dengan benar pada bagian Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan karya ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS. Saya juga bersedia menanggung segala konsekuensi hukum yang berkaitan dengan tindak plagiarisme ini sebagai kesalahan saya pribadi dan bukan tanggung jawab Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 04/12/2023




(Amanda Charissa Seliang)

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA

Oleh

Nama : Amanda Charissa Seliang

NIM : 00000046203

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 18 Desember 2023

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Drs. Asep Sutresna, M.A.
NIDN 0307126303



Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0309109001

Pembimbing



Maria Advenita Cita Elmada, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 030912902

Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky
Anugrah Bangun
2024.01.12 09:42:34
+07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Amanda Charissa Seliang
NIM : 00000046203
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Company Profile Sebagai Media Komunikasi Internal dan Upaya Peningkatan Keterlibatan Karyawan PT Kobe Boga Utama

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- Memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya di repositori Knowledge Center, sehingga dapat diakses oleh Civitas Akademika/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial dan saya juga tidak akan mencabut kembali izin yang telah saya berikan dengan alasan apapun.

Saya tidak bersedia, dikarenakan:

- Dalam proses pengajuan untuk diterbitkan ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*)**.

Tangerang, 4 Desember 2023



(Amanda Charissa Seliang)

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI selama 6 bulan kedepan, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk diunggah ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan tugas akhir ini dengan judul:

“PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA” dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan laporan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Agus Kustiwa S.Sos, M. Si., sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Rama Dana, S.Psi., selaku Head Of Human Capital PT Kobe Boga Utama serta pembimbing lapangan yang sudah memberikan pengalaman kerja yang berharga dan memberikan bimbingan selama proses perancangan tugas akhir.

7. Seluruh rekan kerja departemen Human Capital PT Kobe Boga Utama yang sudah membantu dan memberikan dukungan selama proses perancangan tugas akhir.
8. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga Tugas Akhir ini bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi, bagi para pembaca.

Tangerang, 4 Desember 2023



(Amanda Charissa Seliang)



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI INTERNAL DAN UPAYA PENINGKATAN KETERLIBATAN KARYAWAN PT KOBE BOGA UTAMA

(Amanda Charissa Seliang)

ABSTRAK

Industri *Fast Moving Consumer Goods* (FMCG) diperkirakan akan lebih berkembang pada tahun 2023, dengan pertumbuhan sekitar 6.5%. Perusahaan yang bergerak pada industri FMCG memiliki jiwa kompetitif untuk mencari *top talents*, sehingga dalam waktu yang bersamaan penting bagi perusahaan untuk mempertahankan karyawannya agar dapat bersama mencapai tujuan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan melalui strategi komunikasi korporat, yaitu komunikasi internal yang berfungsi untuk mendistribusikan informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Salah satu perusahaan yang mengalami permasalahan dalam kurangnya keterlibatan karyawan dan turnover adalah PT Kobe Boga Utama dengan angka 3.97%. Oleh karena itu, untuk mengatasi permasalahan tersebut, konsep karya yang dirancang untuk tugas akhir adalah *Company Profile* dengan tujuan untuk meningkatkan ikatan dan *engagement* antara perusahaan dan karyawan, serta meningkatkan pengetahuan dan keterlibatan karyawan yang lebih dalam terhadap perusahaan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis dari tiga jurnal karya terdahulu mengenai perancangan *Company Profile*, yang kemudian dilakukan tahapan perancangan berdasarkan teori perencanaan strategis untuk *public relations* menurut Smith (2021), yang didukung dengan teori *corporate communication* menurut Lerbinger (2018), *employee engagement* menurut Febriansyah & Ginting (2020), dan desain komunikasi visual menurut Putra (2021). Subjek dari penelitian adalah karyawan Kantor Pusat PT Kobe Boga Utama dan pengolahan data hasil penelitian dilakukan melalui survei metode kuantitatif. Hasil penelitian menunjukkan terdapat peningkatan sebesar 67.1% pada *engagement* dari karyawan sebagai responden sebelum dan sesudah memahami *Company Profile*. *Company Profile* menjadi lebih efektif ketika dipublikasikan melalui media cetak dalam bentuk buku fisik, dikarenakan pembaca dapat lebih menjelajahi informasi dan mendapatkan pengalaman sensorial seperti merasakan tekstur dan bau dari *Company Profile*.

Kata kunci: Profil Perusahaan, Keterlibatan Karyawan, Komunikasi Internal, FMCG

COMPANY PROFILE DESIGN AS AN INTERNAL COMMUNICATION MEDIA AND EFFORTS TO INCREASE EMPLOYEE ENGAGEMENT OF PT KOBE BOGA UTAMA

(Amanda Charissa Seliang)

ABSTRACT (English)

The Fast Moving Consumer Goods (FMCG) industry is expected to develop further in 2023, with growth of around 6.5%. Companies operating in the FMCG industry have a competitive spirit in looking for top talents, so at the same time it is important for companies to retain their employees so that they can achieve company goals together. This can be done through a corporate communication strategy, namely internal communication which functions to distribute information related to the company. One company that is experiencing problems with lack of employee engagement and turnover is PT Kobe Boga Utama with a figure of 3.97%. Therefore, to overcome this problem, the work concept designed for the final project is Company Profile with the aim of increasing ties and engagement between the company and employees, as well as increasing employee knowledge and deeper involvement in the company. The theory used in this research is an analysis of three previous journal works regarding Company Profile design, which was then carried out in the design stages based on strategic planning theory for public relations according to Smith (2021), which is supported by corporate communication theory according to Lerbinger (2018), employee engagement according to Febriansyah & Ginting (2020), and visual communication design according to Putra (2021). The subjects of the research were employees of the PT Kobe Boga Utama Head Office and the data processing of the research results was carried out using a quantitative method survey. The research results show that there is an increase of 67.1% in employee engagement as respondents before and after understanding the Company Profile. Company Profile becomes more effective when published through print media in the form of a physical book, because readers can better explore the information and gain sensorial experiences such as feeling the texture and smell of the Company Profile.

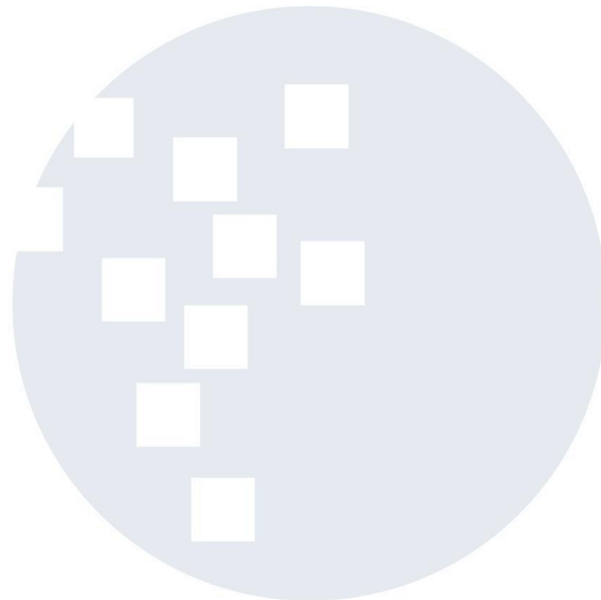
Keywords: *Company Profile, Employee Engagement, Internal Communication, FMCG*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH MAHASISWA	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT (English)</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya.....	7
1.3 Kegunaan Karya.....	7
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	10
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	27
3.1 Tahapan Pembuatan	27
3.2 Anggaran.....	35
3.3 Target Luaran/Publikasi.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	36
4.1 Pelaksanaan.....	36
4.2 Evaluasi	78
BAB V SIMPULAN SARAN.....	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	93

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Tabel Anggaran.....	35
Tabel 4.1 Tabel Rubrikasi Konten.....	50
Tabel 4.2 Tabel Hasil Pre-Test <i>Company Profile</i> dari <i>Google Form</i>	72
Tabel 4.3 Tabel Hasil Post-Test <i>Company Profile</i> dari <i>Google Form</i>	74



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	PDB Industri Makanan dan Minuman (Q2/2021 - Q2/2023).....	1
Gambar 1.2	Level of Engagement Karyawan PT Kobe Boga Utama.....	4
Gambar 2.1	Penerapan Kesatuan.....	23
Gambar 2.2	Penerapan Keseimbangan Simetris.....	24
Gambar 2.3	Penerapan Keseimbangan Asimetris.....	24
Gambar 2.4	Penerapan Ritme.....	25
Gambar 2.5	Penerapan Penekanan.....	25
Gambar 2.6	Penerapan Proposi.....	26
Gambar 3.1	Perencanaan Lini Waktu Perancangan <i>Company Profile</i>	29
Gambar 4.1	Penekanan Ilustrasi pada Desain <i>Company Profile</i>	40
Gambar 4.2	<i>Quiz</i> Berhadiah <i>Company Profile</i>	41
Gambar 4.3	Perincian <i>Level of Engagement</i> Karyawan PT Kobe Boga Utama...42	
Gambar 4.4	Dokumentasi Sesi Wawancara dengan Head of Human Capital.....	44
Gambar 4.5	Informasi Internal Perusahaan (Website).....	45
Gambar 4.6	Informasi Internal Perusahaan (Bulletin Perusahaan).....	45
Gambar 4.7	Informasi Internal Perusahaan (PPT <i>Company Profile</i>).....	45
Gambar 4.8	Dokumentasi Wawancara <i>by Chat</i> kepada Kadept.....	46
Gambar 4.9	Struktur Organisasi Perusahaan.....	49
Gambar 4.10	Jobdesk dari Masing-Masing Jabatan.....	50
Gambar 4.11	Palette Warna <i>Company Profile</i>	53
Gambar 4.12	Font <i>Company Profile</i>	53
Gambar 4.13	Aset Desain Elegant Border <i>Company Profile</i>	54
Gambar 4.14	Pembatas Halaman atau <i>Margin Company Profile</i>	54
Gambar 4.15	Sebelum dan Sesudah Desain Photoshop.....	55
Gambar 4.16	File <i>Content Writing</i>	55
Gambar 4.17	Sesi Interview <i>by Chat</i> dengan Direksi.....	56
Gambar 4.18	Database Dokumentasi Foto-Foto <i>Event</i>	57
Gambar 4.19	Database Dokumentasi <i>Packshot</i>	57
Gambar 4.20	Key Visuals dari Tim Marketing.....	57
Gambar 4.21	Dokumentasi Baru untuk Keperluan <i>Company Profile</i>	58
Gambar 4.22	Contoh Halaman Elemen Garis.....	59
Gambar 4.23	Contoh Halaman Elemen Bentuk.....	59
Gambar 4.24	Contoh Halaman Elemen Tekstur.....	60
Gambar 4.25	Contoh Halaman Elemen Warna.....	56
Gambar 4.26	Contoh Halaman Elemen <i>Value</i>	56
Gambar 4.27	Contoh Halaman Elemen Ruang.....	57
Gambar 4.28	Contoh Halaman Elemen Ukuran.....	57
Gambar 4.29	Contoh Halaman Prinsip Kesatuan.....	64
Gambar 4.30	Contoh Halaman Prinsip Simetris.....	65
Gambar 4.31	Contoh Halaman Prinsip Asimetris.....	65
Gambar 4.32	Contoh Halaman Prinsip Ritme.....	66

Gambar 4.33 Contoh Halaman Prinsip Penekanan.....	66
Gambar 4.34 Contoh Halaman Prinsip Proporsi.....	67
Gambar 4.35 Dokumentasi Sesi Bimbingan dengan Dosen Ahli.....	67
Gambar 4.36 Revisi dari Head of Human Capital.....	68
Gambar 4.37 <i>Company Profile</i> dalam Bentuk <i>Flipbook</i>	69
Gambar 4.38 Penyebaran Pre-Test, <i>Company Profile</i> , dan Post-Test.....	69
Gambar 4.39 Tampilan Google Form Pre-Test.....	70
Gambar 4.40 Tampilan Google Form Post-Test.....	71
Gambar 4.41 Skala Indikator Tingkat Engagement per Responden.....	72
Gambar 4.42 Hasil Pre-Test <i>Company Profile</i> per Responden.....	73
Gambar 4.43 Hasil Post-Test <i>Company Profile</i> per Responden.....	75
Gambar 4.44 Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test per Responden.....	76
Gambar 4.45 Data Responden yang melakukan <i>Quiz</i> Berhadiah.....	77
Gambar 4.46 Skala Indikator Tingkat <i>Engagement</i> per Pernyataan.....	80
Gambar 4.47 Hasil Pre-Test <i>Company Profile</i> per Pernyataan.....	81
Gambar 4.48 Hasil Post-Test <i>Company Profile</i> per Pernyataan.....	82
Gambar 4.49 Perbandingan Hasil Pre-Test dan Post-Test per Pernyataan.....	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 - Surat Izin Penggunaan Merk.....	81
Lampiran 2 - Hasil Karya.....	82
Lampiran 3 - Bimbingan dengan Dosen Ahli.....	83
Lampiran 4 - Transkrip Wawancara dengan Narasumber Perusahaan.....	84
Lampiran 5 – Dokumentasi Survey Pre-Test dan Post-Test.....	86
Lampiran 6 - Hasil Cek Turnitin	87



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA