

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* WUNDERMAN
THOMPSON INDONESIA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

VERLLENCIA

00000047280

PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS

FAKULTS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* WUNDERMAN
THOMPSON INDONESIA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

VERLENCIA

00000047280

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI STRATEGIS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Verlencia
NIM : 00000042780
Program studi : Komunikasi Strategis

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berbasis karya saya yang berjudul: **PERANCANGAN COMPANY PROFILE WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA** 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 dan penulisan skripsi berbasis karya, 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, 4 Desember 2023

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



(Verlencia)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN COMPANY PROFILE WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA

Oleh

Nama : Verllencia
NIM : 00000047280
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 13 Desember 2023
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si.
NIDN 0308117706

Novaldy Prawhesmara, M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Pembimbing

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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Verllencia
NIM : 00000047280
Program Studi : Komunikasi Strategis
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya Ilmiah : Skripsi Berbasis Karya

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi berbasis karya saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 4 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Verllencia)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkat dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul:

“PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA” 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 skripsi berbasis karya ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi berbasis karya 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 Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara sekaligus pembimbing skripsi berbasis karya yang telah dengan penuh dedikasi meluangkan waktu berharga untuk memberikan bimbingan, arahan, motivasi, dan dengan kesabaran menjawab segala pertanyaan terkait pelaksanaan skripsi berbasis karya. Hal ini memungkinkan penyelesaian laporan ini tepat waktu.
4. Bapak Agus Kustiwa. S. Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing ahli yang memberikan panduan dan arahan profesional terkait karya visual, sehingga karya tersebut dapat diselesaikan sesuai dengan aturan praktis yang berlaku.
5. Bapak Inco Hary Perdana, S.I.Kom., M.Si. selaku Ketua Sidang dan Bapak Novaldy Prawhesmara, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.

6. Seysha Desnikia, Yeremia Geoffrey, dan R. A. Intan Puspita selaku pembimbing lapangan di Wunderman Thompson Indonesia yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan untuk mengeksekusi tanggung jawab selama dilaksanakannya skripsi berbasis karya.
7. Divisi Content & Social yang telah membimbing dan mengarahkan proses perancangan karya sehingga karya ini dapat bermanfaat dalam praktik nyata dan selesai tepat waktu.
8. Departemen Human Resources yang telah menyediakan informasi, data, dan arahan terhadap perancangan karya.
9. Seluruh narasumber dari Wunderman Thompson Indonesia yang bersedia berbagi informasi yang krusial dalam penyusunan karya.
10. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi berbasis karya ini.
11. Teman-teman saya yang menemani dan memberikan dukungan, doa, dan semangat selama pelaksanaan skripsi berbasis karya hingga selesai.

Sebagai penutup, saya menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi berbasis karya ini masih terdapat beberapa kesalahan. Meskipun demikian, saya berharap skripsi ini dapat memberikan nilai tambah sebagai sumber pembelajaran, motivasi, dan informasi bagi pembaca, terutama mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara ke depannya.

Tangerang, 4 Desember 2023



(Verllencia)

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA

Verlencia

ABSTRAK

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin ketat di Indonesia, terutama di industri kreatif, agensi multinasional seperti Wunderman Thompson harus merancang strategi komunikasi efektif untuk bersaing dengan agensi lokal yang telah meraih berbagai penghargaan. Namun, jika dilihat dari komunikasi yang dilakukan oleh Wunderman Thompson Indonesia, masih ditemukan kekurangan berupa kurangnya komunikasi aktif yang dilakukan dengan publik lokal karena masih bergantung pada komunikasi yang dilakukan oleh pihak global. Hal tersebut menyebabkan keterbatasan informasi yang tersedia di kalangan publik lokal. Tujuan dari karya ini adalah menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan untuk menciptakan solusi nyata yang memberikan gambaran terbaru dan mudah diakses oleh publik, terutama pihak internal agensi. Konsep yang menjadi panduan proses perancangan karya ini adalah Corporate Communication, Business to Business (B2B), Public Relations Writing, Company Profile, Brand Guidelines, dan Desain Komunikasi. Metode penulisan mencakup proses perencanaan, penulisan, dan evaluasi, dengan hasil karya yang disajikan dalam format cetak dan digital. Respons positif terhadap karya ini menunjukkan keberhasilannya dalam mencapai tujuan sebagai sumber informasi dan untuk menyamakan pemahaman publik mengenai Wunderman Thompson Indonesia. Harapannya, karya ini dapat menjadi acuan dalam presentasi masa depan untuk membentuk hubungan kerja sama dengan calon klien.

Kata kunci: Agensi multinasional, *company profile*, Wunderman Thompson Indonesia

DESIGNING WUNDERMAN THOMPSON INDONESIA'S

COMPANY PROFILE

Verllencia

ABSTRACT

In the face of an increasingly competitive business landscape in Indonesia, particularly in the creative industry, multinational agencies like Wunderman Thompson must design effective communication strategies to compete with local agencies that have garnered various awards. However, when examining the communication efforts of Wunderman Thompson Indonesia, a deficiency is observed in the lack of active communication with the local public, as it still relies on global communication efforts. This results in a limitation of information available among the local public.. The goal of this work is to apply the knowledge acquired during studies to create a tangible solution that provides the latest and easily accessible overview for the public, especially the agency's internal stakeholders. The guiding concepts in the design process of this work include Corporate Communication, Business to Business (B2B), Public Relations Writing, Company Profile, Brand Guidelines, and Communication Design. The writing method encompasses planning, writing, and evaluation processes, with the presented work available in both print and digital formats. Positive responses to this work indicate its success in achieving the goal as an information source and aligning public understanding of Wunderman Thompson Indonesia. The hope is that this work can serve as a reference in future presentations to establish collaborative relationships with potential clients.

Keywords: *Multinational agency, company profile, Wunderman Thompson Indonesia*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	12
1.3 Kegunaan Karya	12
1.3.1 Kegunaan Akademis	12
1.3.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II KERANGKA KONSEPTUAL	14
2.1 Tinjauan Karya Sejenis	14
2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan	18
2.2.1 Corporate Communication	18
2.2.2 Sistem Business to Business (B2B)	20
2.2.3 Public Relations Writing	23
2.2.3.1 Proses Dasar Menulis	24
2.2.4 Company Profile	25
2.2.4.1 Fungsi Company Profile	26
2.2.4.2 Isi Company Profile	27
2.2.5 Brand Guidelines	29
2.2.5.1 Karakteristik <i>Guidelines</i>	29
2.2.5.2 Unsur <i>Guidelines</i>	30
2.2.6 Desain Komunikasi	32
2.2.6.1 Layout	33

2.2.6.2	Tipografi	36
2.2.6.3	Gambar.....	37
2.2.6.4	Warna.....	38
BAB III	RANCANGAN KARYA	39
3.1	Tahapan Pembuatan	39
3.1.1	Pengumpulan dan Pengolahan Data.....	39
3.1.1.1	Observasi	39
3.1.1.2	Wawancara.....	40
3.1.1.3	Studi Pustaka.....	45
3.1.2	Perancangan Karya.....	46
3.2	Anggaran	57
3.3	Target Luaran/Publikasi	57
BAB IV	HASIL KARYA	59
4.1	Pelaksanaan	59
4.1.1	Profil Perusahaan	59
4.1.2	Hasil Pengumpulan Data.....	60
4.1.2.1	Hasil Observasi	60
4.1.2.2	Hasil Wawancara	62
4.1.2.3	Hasil Studi Pustaka	66
4.1.3	Produksi Karya.....	68
4.1.3.1	Brand Guidelines	68
4.1.3.2	Hasil Karya	76
4.2	Evaluasi	90
BAB V	SIMPULAN SARAN	95
5.1	Simpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
5.2.1	Saran Akademis	96
5.2.2	Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA		99
LAMPIRAN A		102
LAMPIRAN B		119
LAMPIRAN C		129

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Kompetitor Berskala Multinasional	6
Tabel 1.2 Perbandingan Kompetitor Lokal	8
Tabel 2.1 Perbandingan Karya Sejenis	14
Tabel 2.2 Perbandingan Antara B2B dan B2C	21
Tabel 3.1 Narasumber Wawancara	43
Tabel 3.2 Draf Perancangan Karya	51
Tabel 3.3 Lini Masa Pembuatan <i>Company Profile</i> Wunderman Thompson Indonesia	56
Tabel 3.4 Anggaran Produksi <i>Company Profile</i> Wunderman Thompson Indonesia	57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Klasifikasi Populasi Berdasarkan Generasi di Indonesia.....	3
Gambar 1.2 Penghargaan Creative Agency Tahunan pada Tahun 2022 oleh Citra Pariwara.....	9
Gambar 1.3 Website Wunderman Thompson Indonesia Berisikan Struktur Organisasi.....	10
Gambar 2.1 <i>Grid Rules</i>	34
Gambar 2.2 Prinsip <i>Layout</i> BANGPP.....	35
Gambar 3.1 Model Pesan Piramida dan Piramida Terbalik.....	53
Gambar 3.2 Brief Visual Karya untuk Graphic Designer.....	55
Gambar 4.1 Logo Wunderman Thompson.....	69
Gambar 4.2 Logo Wunderman Thompson.....	70
Gambar 4.3 Tipografi Wunderman Thompson.....	71
Gambar 4.4 Contoh Konten Media Sosial Wunderman Thompson	72
Gambar 4.5 Warna Khas Wunderman Thompson	73
Gambar 4.6 Contoh Konten Media Sosial Wunderman Thompson	74
Gambar 4.7 Hasil Potret Kantor Wunderman Thompson Indonesia	75
Gambar 4.8 Desain <i>Front Cover Company Profile</i>	78
Gambar 4.9 Halaman Pengenalan <i>Company Profile</i>	79
Gambar 4.10 Halaman Daftar Isi <i>Company Profile</i>	80
Gambar 4.11 Halaman Pemisah Bab 1 <i>Company Profile</i>	81
Gambar 4.12 Halaman <i>About Us</i> Pada <i>Company Profile</i>	82
Gambar 4.13 Halaman <i>Our Services</i> Pada <i>Company Profile</i>	83
Gambar 4.14 Halaman Tentang CEO Pada <i>Company Profile</i>	84
Gambar 4.15 Halaman Tentang <i>Our Clients</i> Pada <i>Company Profile</i>	85
Gambar 4.16 Halaman Tentang <i>Awards & Recognition</i> Pada <i>Company Profile</i> ..	86
Gambar 4.17 Halaman Tentang <i>Activities & Programs</i> Pada <i>Company Profile</i> ..	87
Gambar 4.18 Halaman Tentang <i>At a Glance</i> Pada <i>Company Profile</i>	88
Gambar 4.19 Halaman Kontak Pada <i>Company Profile</i>	89
Gambar 4.20 Desain <i>Back Cover Company Profile</i>	90
Gambar 4.21 Pendapat Responden Tentang Isi <i>Company Profile</i> yang Disediakan	91
Gambar 4.22 Pendapat Responden Tentang Visual <i>Company Profile</i> Berhubungan dengan <i>Brand Guidelines</i>	92
Gambar 4.23 Pendapat Responden Tentang Kesan yang Ditimbulkan <i>Company</i> <i>Profile</i>	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. 1 Hasil <i>Company Profile</i> Wunderman Thompson Indonesia.....	103
Lampiran B. 1 Surat Perizinan Penggunaan Nama/Merek Perusahaan	120
Lampiran B. 2 Lembar Verifikasi Laporan MBKM 04	121
Lampiran B. 3 Form Bimbingan Skripsi Berbasis Karya	122
Lampiran B. 4 Form Bimbingan Bersama Dosen Ahli.....	123
Lampiran B. 5 Dokumentasi Bimbingan Bersama Dosen Pembimbing.....	124
Lampiran B. 6 Dokumentasi Bimbingan Bersama Dosen Ahli	125
Lampiran B. 7 Hasil Turnitin	126
Lampiran B. 8 CV	127
Lampiran C. 1 Transkrip Wawancara Bersama CEO	130
Lampiran C. 2 Transkrip Wawancara Bersama Head of Content & Social.....	133
Lampiran C. 3 Transkrip Wawancara Bersama Account Executive.....	137
Lampiran C. 4 Transkrip Wawancara Bersama Art Director	141
Lampiran C. 5 Hasil Evaluasi	145

