

**PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITI  
TUNGGAL ABADI**



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**Dreza Dezkiena**

**00000043674**

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

**2024**

**PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITI  
TUNGGAL ABADI**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

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

**Dreza Dezkiena**  
**000000043674**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**  
**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**  
**TANGERANG**  
**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Dreza Dezkiena  
Nomor Induk Mahasiswa : 00000043674  
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi berbasis karya dengan judul:

### **PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITI TUNG GAL ABADI**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar 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 Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 12 Juni 2024



Dreza Dezkiena

UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul  
**PERANCANGAN CORPORATE PROFILE BAGI PT TRINITI TUNGGAL  
ABADI**

Oleh

Nama : Dreza Dezkiena  
NIM : 00000043674  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 12 Juni 2024

Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan

**LULUS**

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.  
NIDN 0307117806

Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si.  
NIDN 0305018604

Pembimbing



Angga Ariestya, S.Sos, M.Si.  
NIDN 311048505

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 : Dreza Dezkiena  
NIM : 00000043674  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
JenisKarya : Skripsi Berbasis Karya

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

**PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITY TUNG GAL  
ABADI**

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

Tangerang, 3 Juni 2024

Yang menyatakan,



Dreza Dezkiena

U M M N  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## KATA PENGANTAR

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

### **“PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITI TUNGGAL ABADI”**

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 selama masa perkuliahan hingga penyusunan dan perancangan skripsi berbasis karya ini, saya mendapatkan banyak bantuan serta bimbingan dari berbagai pihak. Oleh sebab 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, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Angga Ariesty, S.Sos, M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi berbasis karya ini.
5. Drs. Daru Paramayuga, M.Ds., sebagai Pembimbing keduanya yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya skripsi ini.
6. Bapak Clifton Harijanto selaku CEO Triniti Beauty yang telah memberikan kesempatan untuk melakukan kerja magang dan perancangan skripsi di PT Triniti Tunggal Abadi serta bersedia menjadi narasumber dalam wawancara untuk keperluan perancangan skripsi berbasis karya ini.
7. Ibu Elizabeth Gracesella selaku Head of Marketing di PT Triniti Tunggal Abadi yang telah menjadi *supervisor* dan memberikan bimbingan selama melakukan kerja magang, serta bersedia menjadi narasumber dalam wawancara untuk pembuatan skripsi berbasis karya ini.
8. Ibu Elianna Vocalisa Hanafi selaku Brand & Marketing Lead di PT Triniti Tunggal Abadi yang telah bersedia menjadi narasumber dalam wawancara untuk pembuatan skripsi berbasis karya ini.
9. Orang tua dan anggota keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berbasis karya ini dengan baik.
10. Anthony Putratama yang telah memberikan dukungan penuh untuk mengerjakan dan menyelesaikan skripsi berbasis karya ini dengan baik.
11. Janani Budi Daffa yang telah memberikan dukungan dan motivasi untuk mengerjakan skripsi berbasis karya ini.
12. Teman-teman yang memberikan dukungan dan motivasi sehingga pembuatan skripsi ini dapat berjalan dengan baik.

Semoga skripsi berbasis karya ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 3 Juni 2024



Dreza Dezkiena



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* BAGI PT TRINITI

## TUNGGAL ABADI

Dreza Dezkiena

### ABSTRAK

PT Triniti Tunggal Abadi merupakan perusahaan lokal yang bergerak di industri kosmetik. Profil dan identitas perusahaan yang belum dibuat secara jelas dan resmi, dapat menyebabkan resiko ketidakselarasan pengetahuan di antara tim internal mengenai perusahaan yang dapat memengaruhi perbedaan informasi yang disampaikan pada pemangku kepentingan eksternal saat melakukan kerjasama. *Corporate profile* komprehensif dapat menjadi media komunikasi baik dalam melakukan kerjasama. Triniti Beauty sebagai perusahaan kosmetik perlu mengkomunikasikan dan memperkenalkan setiap *brand* nya dengan jelas melalui satu dokumen *corporate profile*, sehingga dengan begitu *brand awareness* untuk setiap *brand* di mata pemangku kepentingan eksternal pun dapat lebih merata. Perancangan *corporate profile* ini menggunakan teori *corporate communication*, *corporate identity*, *corporate profile*, *content writing & guidelines*, dan desain komunikasi visual. Pembuatan karya *corporate profile* dilakukan dua tahap yaitu rancangan penulisan konten dan rancangan desain konten. Rancangan penulisan konten *corporate profile* menggunakan langkah menulis efektif yaitu *plan*, *research*, *organize*, *draft*, *review and revise*, *polish*, *proofread*, *get approvals*, dan *publish*. Rancangan desain konten menggunakan konsep elemen desain komunikasi visual yaitu tipografi, grafik, warna, dan tata letak. Teknik pengumpulan data dilakukan dalam penyusunan penulisan konten yaitu observasi di bagian *plan* dan wawancara, studi dokumentasi, studi pustaka pada bagian *research*. Hasil evaluasi ini menunjukkan respon positif karena karya *corporate profile* yang dibuat telah menggambarkan identitas perusahaan. *Corporate profile* telah menyajikan profil perusahaan secara menyeluruh dan dapat digunakan sebagai media komunikasi yang efektif untuk memperjelas identitas perusahaan kepada pemangku kepentingan internal dan eksternal, dengan begitu *brand awareness* untuk setiap *brand* di Triniti Beauty di mata *stakeholders* dapat lebih merata.

**Kata kunci:** identitas korporat, kesadaran merek, profil perusahaan. Triniti Beauty



## **DESIGNING A CORPORATE PROFILE FOR PT TRINITI**

### **TUNGGAL ABADI**

Dreza Dezkiena

#### **ABSTRACT (English)**

*PT Triniti Tunggal Abadi is a local company operating in the cosmetics industry. Company profiles and identities that have not been made clearly and officially can lead to the risk of misalignment of knowledge between internal teams regarding the company which can influence differences in information conveyed to external stakeholders when collaborating. A comprehensive corporate profile can be a good communication medium for collaboration. Triniti Beauty as a cosmetics company needs to communicate and introduce each of its brands clearly through a corporate profile document, so that brand awareness for each brand in the eyes of external stakeholders can be more evenly distributed. This corporate profile design uses corporate communication theory, corporate identity, corporate profile, content writing & guidelines, and visual communication design. The creation of corporate profile work is carried out in two stages, namely the content writing plan and the content design plan. The corporate profile content writing plan uses effective writing steps, namely plan, research, organize, draft, review and revise, polish, proofread, get approvals, and publish. The content design uses the concept of visual communication design elements, namely typography, graphics, color, and layout. Data collection techniques are carried out in preparing content writing, namely observation in the plan section and interviews, documentation study, and literature study in the research section. The results of this evaluation show a positive response because the corporate profile work created depicts the company's identity. The corporate profile presents a comprehensive company profile and can be used as an effective communication medium to clarify the company's identity to internal and external stakeholders, so that brand awareness for each brand at Triniti Beauty in the eyes of stakeholders can be more evenly distributed.*

**Keywords:** brand awareness, corporate identity, corporate profile, Triniti Beauty

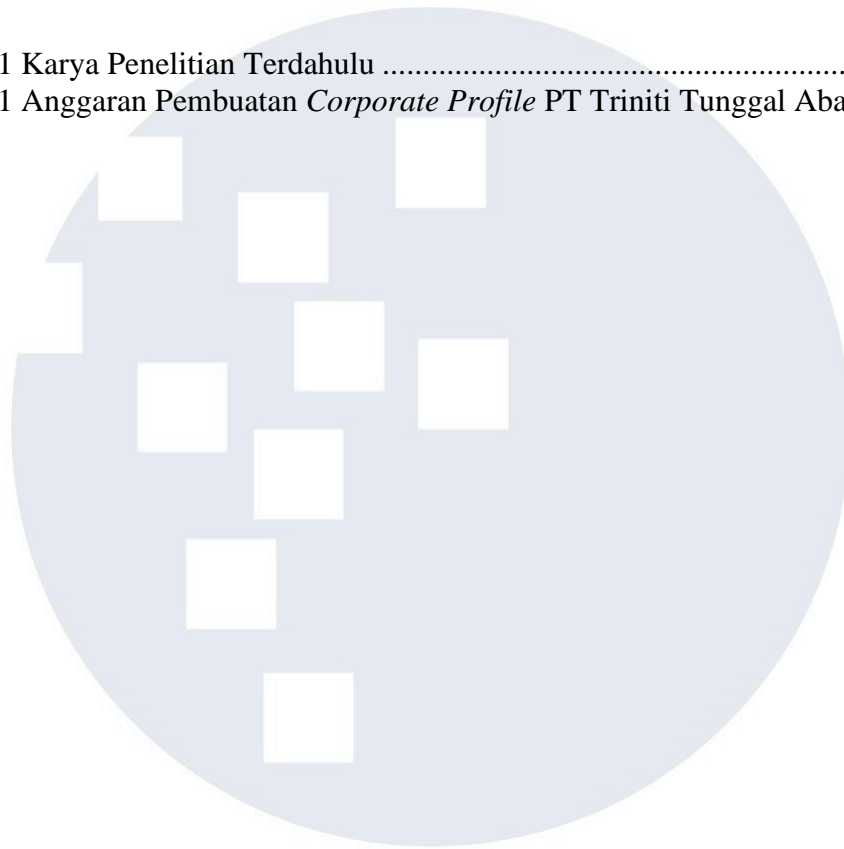
U N I V E R S I T A S  
M U L T I M E D I A  
N U S A N T A R A

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>2</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>3</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>4</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>5</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>7</b>
<b><i>ABSTRACT (English).....</i></b>	<b>8</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>9</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>10</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>11</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>14</b>
<b>1.1 Latar Belakang Karya .....</b>	<b>14</b>
<b>1.2 Tujuan Karya .....</b>	<b>20</b>
<b>1.3 Kegunaan Karya.....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP .....</b>	<b>22</b>
<b>2.1 Karya Terdahulu.....</b>	<b>22</b>
<b>2.2 Teori atau Konsep yang Digunakan .....</b>	<b>27</b>
<b>BAB III RANCANGAN KARYA .....</b>	<b>47</b>
<b>3.1 Tahapan Pembuatan.....</b>	<b>47</b>
<b>3.2 Anggaran.....</b>	<b>66</b>
<b>3.3 Target Luaran/Publikasi .....</b>	<b>66</b>
<b>BAB IV HASIL TUGAS AKHIR DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>68</b>
<b>4.1 Pelaksanaan .....</b>	<b>68</b>
<b>4.2 Evaluasi.....</b>	<b>97</b>
<b>BAB V SIMPULAN SARAN .....</b>	<b>107</b>
<b>5.1 Simpulan.....</b>	<b>107</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>109</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>110</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>114</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Karya Penelitian Terdahulu .....	25
Tabel 3.1 Anggaran Pembuatan <i>Corporate Profile</i> PT Trinita Tunggal Abadi .....	66



# UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pendapatan Pasar Kosmetik di Indonesia .....	14
Gambar 1.2 Preferensi Responden dalam memilih Brand Kosmetik pada Juli 2022.....	15
Gambar 1.3 Analisis <i>Trend</i> dan <i>Awareness Brand</i> Kosmetik Lokal .....	16
Gambar 1.4 Analisis <i>Trend</i> dan <i>Awareness Brand</i> Perawatan Kulit Bayi.....	17
Gambar 1.5 Perbandingan <i>Trend</i> Pencarian <i>Brand</i> PT Trinita Tunggal Abadi.....	17
Gambar 2.1 Pemetaan Elemen Desain dalam Buku.....	38
Gambar 2.2 Contoh <i>Margin</i> .....	45
Gambar 2.3 Contoh <i>Grid</i> .....	46
Gambar 3.1 <i>Draft</i> Isi <i>Corporate Profile</i> dari Pengelompokan Tema Besar .....	55
Gambar 3.2 <i>Moodboard</i> Bagian Trinita Beauty .....	63
Gambar 3.3 <i>Moodboard</i> Bagian True to Baby.....	63
Gambar 3.4 <i>Moodboard</i> Bagian True to Skin.....	64
Gambar 3.5 <i>Katern</i> Karya <i>Corporate Profile</i> Trinita Beauty.....	65
Gambar 4.1 Logo Trinita Beauty .....	81
Gambar 4.2 Logo True to Skin berdasarkan warna latar .....	81
Gambar 4.3 Aturan Logo True to Skin .....	82
Gambar 4.4 Logo True to Baby berdasarkan warna .....	83
Gambar 4.5 5 Palet Warna Trinita Beauty.....	83
Gambar 4.6 Palet Warna True to Skin .....	84
Gambar 4.7 Palet Warna True to Baby .....	84
Gambar 4.8 Aturan <i>Font</i> True to Skin .....	85
Gambar 4.9 Aturan <i>Font</i> True to Baby .....	85
Gambar 4.10 Panduan Fotografi True to Skin .....	86
Gambar 4.11 Aset Fotografi Produk dan Model True to Baby.....	87
Gambar 4.12 Aset Fotografi Produk dan Model True to Skin.....	87
Gambar 4.13 Aset Dokumentasi Pribadi.....	88
Gambar 4.14 <i>Cover</i> Pembuka <i>Corporate Profile</i> Trinita Beauty .....	90
Gambar 4.15 Halaman Pembuka <i>Corporate Profile</i> Trinita Beauty .....	91
Gambar 4.16 Daftar Isi <i>Corporate Profile</i> Trinita Beauty .....	91
Gambar 4.17 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Perusahaan .....	92
Gambar 4.18 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Tim Kami .....	93
Gambar 4.19 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Merek Kami.....	94
Gambar 4.20 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Kemitraan Kami .....	94
Gambar 4.21 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Penghargaan dan Nominasi .....	95
Gambar 4.22 Isi <i>Corporate Profile</i> Tentang Acara dan Pameran .....	96
Gambar 4.23 Isi <i>Corporate Profile</i> Terhubung dengan Kami .....	96
Gambar 4.24 <i>Cover</i> Pembuka <i>Corporate Profile</i> Trinita Beauty .....	97
Gambar 4.25 Jawaban Kuesioner Terkait Kejelasan Informasi dalam <i>Corporate</i> ..	99
Gambar 4.26 Jawaban Kuesioner Terkait Pengetahuan Baru Tentang Trinita.....	99
Gambar 4.27 Jawaban Kuesioner terkait Pengetahuan yang Baru Diperoleh .....	100
Gambar 4.28 Jawaban Kuesioner Terkait Skala Informatif <i>Corporate Profile</i> ....	100
Gambar 4.29 Jawaban Kuesioner Terkait Kemudahan Memahami Isi <i>Corporate Profile</i> .....	101

Gambar 4.30 Jawaban Kuesioner Terkait Skala Kemudahan Memahami Isi <i>Corporate Profile</i> .....	101
Gambar 4.31 Jawaban Kuesioner Terkait Dampak <i>Corporate Profile</i> Terhadap Kredibilitas Perusahaan dan <i>Brand</i> .....	102
Gambar 4.32 Jawaban Kuesioner Terkait Pengetahuan Baru Terhadap <i>Brand</i> Milik Trinita Beauty .....	102
Gambar 4.33 Jawaban Kuesioner Terkait Pengetahuan Baru yang Diperoleh Bagi <i>Brand</i> True to Skin dan True to Baby .....	103
Gambar 4.34 Jawaban Kuesioner Terkait Skala Tingkat Pemahaman Terhadap <i>Brand</i> True to Baby .....	103
Gambar 4.35 Jawaban Kuesioner Terkait Skala Tingkat Pemahaman Terhadap <i>Brand</i> True to Skin .....	104
Gambar 4.36 Jawaban Kuesioner Terkait Keberhasilan Pengenalan Terhadap <i>Brand</i> Milik Trinita Beauty .....	104
Gambar 4.37 Jawaban Kuesioner Terkait Penggambaran Identitas perusahaan Melalui <i>Corporate Profile</i> .....	105
Gambar 4.38 Jawaban Kuesioner Terkait Hal Menarik dalam <i>corporate profile</i> ..	105
Gambar 4.39 Jawaban Kuesioner terkait <i>Corporate Profile</i> Sebagai Media Komunikasi Perusahaan .....	106



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil <i>Corporate Profile</i> PT Trinita Tunggal Abadi .....	114
Lampiran B Surat Izin Pembuatan Karya .....	115
Lampiran C MBKM-04 .....	116
Lampiran D Form Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Pembimbing .....	117
Lampiran E Form Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Ahli .....	118
Lampiran F Hasil Dokumentasi Bimbingan Bersama Dosen Ahli .....	119
Lampiran G Hasil Evaluasi Karya melalui Kuesioner .....	119
Lampiran H Transkrip Wawancara Informan 1 .....	120
Lampiran I Dokumentasi Wawancara Informan 1 .....	126
Lampiran J Transkrip Wawancara Informan 2 .....	127
Lampiran K Dokumentasi Wawancara Informan 2 .....	133
Lampiran L Transkrip Wawancara Informan 3 .....	134
Lampiran M Dokumentasi Wawancara Informan 3.....	138
Lampiran N Hasil Turnitin Skripsi Berbasis Karya.....	139

