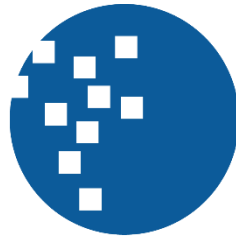


**PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT  
DISNEY INDONESIA**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**TUGAS AKHIR**

**JENNIFER**

**00000062967**

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

**PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT  
DISNEY INDONESIA**



Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

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

**JENNIFER**

**000000062967**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA**

**TANGERANG**

**2024**

i

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : **Jennifer**  
NIM : **00000062967**  
Program studi : **Ilmu Komunikasi**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi Berbasis Karya saya yang berjudul:

**PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT DISNEY 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 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, 25 November 2024



Handwritten signature of Jennifer.

(Jennifer)

## **KATA PENGANTAR**

Puji Syukur atas berkat dan Rahmat Tuhan Yang Maha Kuasa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya dengan judul:

### **PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT DISNEY INDONESIA**

dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Strategis Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan hingga penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos, M. Si, selaku dosen penguji yang telah menguji dan memberi arahan/masukan pada saat sidang, serta membimbing proses revisi skripsi berbasis karya ini.
5. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak Imamul Masyhudi, S.T., M.Ds., sebagai dosen ahli dan pembimbing karya yang telah memberikan bantuan dan masukan perihal aspek desain untuk karya *corporate magazine* ini.
7. Keluarga dan teman-teman mahasiswa yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Cellina Rainnolv, Victorya Winata, Cecilia Mona Pricila, Maria Katrina, Irene dan tim XOXO yang telah memberikan dukungan moral selama penulis menyelesaikan tugas akhir ini.

9. Team Disney Indonesia, yang memberikan semangat selama penulis mengerjakan tugas akhir ini.
10. Ci Deandra, Ci Sella, Ci Silvia dan Ci Elvi yang selalu memberi wejangan selama pembuat karya mengerjakan laporan dan memberikan dukungan mental.
11. Seluruh pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam pembuatan karya ini.

Semoga karya ilmiah ini dapat bermanfaat, baik sebagai sumber informasi maupun sumber inspirasi bagi para pembaca.

Tangerang, 25 November 2024



Jennifer

UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

# PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT DISNEY INDONESIA

JENNIFER

## ABSTRAK

Kesadaran masyarakat khususnya Generasi Z, terhadap pentingnya *work life balance* semakin meningkat, seiring dengan memasuki usia produktif. Ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan untuk menyesuaikan cara kerja dengan karakteristik generasi tersebut. Selain itu, isu kesehatan menjadi kekhawatiran utama, di mana 44% masyarakat menganggap kesehatan sebagai isu yang mendesak untuk diperhatikan. Mengingat pentingnya sumber daya manusia dalam kesuksesan perusahaan, PT Walt Disney Indonesia sebagai perusahaan yang peduli terhadap kesejahteraan karyawan, baik fisik maupun mental, telah menyediakan berbagai program, salah satunya adalah program *wellness*. Namun, efektivitas komunikasi program tersebut melalui media *newsletter* dirasa terbatas, sehingga perusahaan merasa perlu untuk menyediakan media alternatif yang lebih efektif dalam menyampaikan informasi secara lebih mendalam. Sebagai solusinya, informasi mengenai program *wellness* ini disampaikan melalui majalah internal perusahaan. Majalah ini berfungsi sebagai sarana komunikasi yang lebih efektif dalam memberikan informasi kepada karyawan mengenai cara menjaga, memelihara, dan mencegah penyakit fisik serta psikologis. Majalah tersebut dicetak dan ditempatkan di beberapa titik strategis di kantor, seperti ruang rapat dan *pantry*, dan dalam waktu tiga hari berhasil mengumpulkan respons dari 21 karyawan. Karya ini dikembangkan berdasarkan konsep komunikasi internal, majalah korporat, dan desain komunikasi visual untuk meningkatkan pemahaman karyawan mengenai pentingnya kesehatan.

**Kata kunci:** Majalah korporat, majalah internal, kesehatan mental, PT Walt Disney Indonesia.

# PERANCANGAN *CORPORATE MAGAZINE* PT WALT DISNEY INDONESIA

JENNIFER

## ABSTRACT

*Public awareness, particularly among Generation Z, regarding the importance of work-life balance has been increasing as they enter their productive years. This phenomenon presents an important consideration for companies to adapt their working methods to the characteristics of this generation. Furthermore, health issues have become a primary concern, with 44% of the public considering health a pressing issue that requires attention. Considering the importance of human resources in the success of a company, PT Walt Disney Indonesia, as a company that cares about the well-being of its employees, both physically and mentally, has implemented various programs, one of which is the wellness program. However, the effectiveness of communication through newsletters was perceived as limited, leading the company to seek an alternative medium for delivering more in-depth information. As a solution, information about the wellness program was communicated through the company's internal magazine. The magazine serves as a more effective communication tool for providing employees with information on how to maintain, preserve, and prevent physical and psychological illnesses. The magazine was printed and placed at several strategic locations within the office, such as meeting rooms and the pantry, and within three days, it gathered responses from 21 employees. This work is developed based on the concepts of internal communication, corporate magazines, and visual communication design to enhance employees' understanding of the importance of health.*

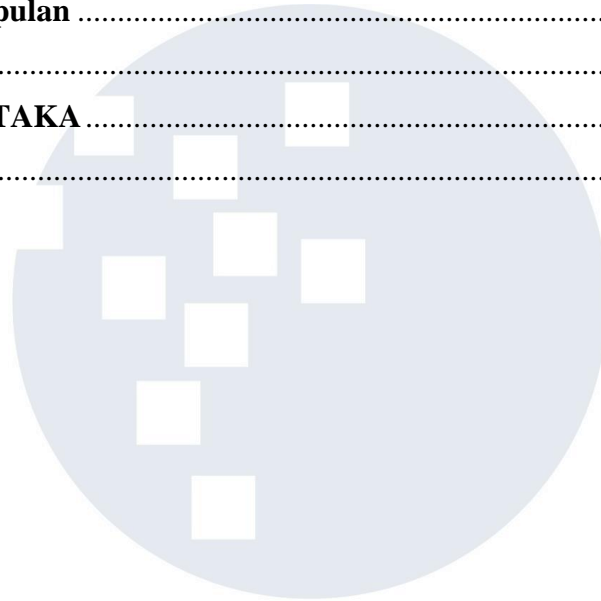
**Keywords:** *Corporate magazine, internal magazine, mental health, PT Walt Disney Indonesia.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT</b> .....	ii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH</b> .....	iv
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	v
<b>ABSTRAK</b> .....	vii
<b>ABSTRACT</b> .....	viii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	xiv
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
<b>1.1 Latar Belakang Penelitian</b> .....	1
<b>1.2 Tujuan Karya</b> .....	8
<b>1.3 Kegunaan Karya</b> .....	8
<b>1.3.1 Kegunaan Akademis</b> .....	8
<b>1.3.2 Kegunaan Praktis</b> .....	8
<b>1.3.3 Kegunaan Sosial</b> .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	10
<b>2.1 Referensi Karya</b> .....	10
<b>2.2 Landasan Konsep</b> .....	14
<b>2.2.1 Internal Communication</b> .....	14
<b>2.2.2 Majalah Korporat</b> .....	15
<b>2.2.3 Desain Komunikasi Visual</b> .....	19
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA</b> .....	27
<b>3.1 Tahapan Pembuatan</b> .....	27
<b>3.1.1 Metode Pengumpulan Data</b> .....	27
<b>3.1.2 Metode Perancangan Karya</b> .....	31
<b>3.2 Anggaran</b> .....	35
<b>3.3 Target Luaran/Publikasi</b> .....	35



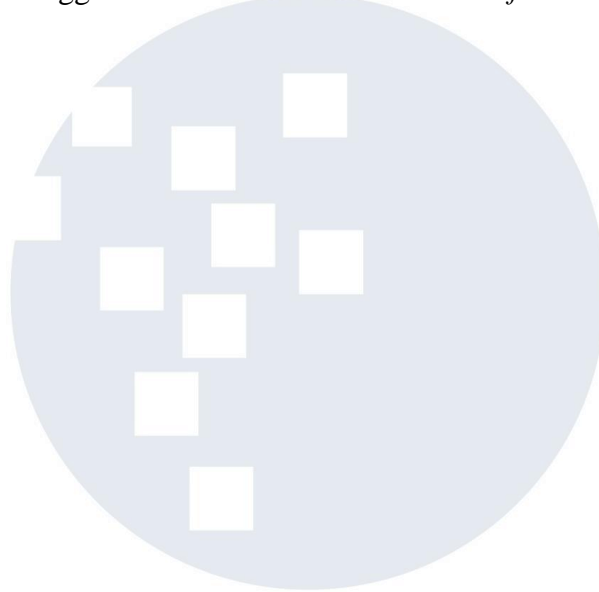
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN .....</b>	<b>36</b>
<b>4.1 Strategi Perancangan .....</b>	<b>36</b>
<b>4.2 Implementasi Karya.....</b>	<b>43</b>
<b>4.3 Evaluasi.....</b>	<b>60</b>
<b>BAB V SIMPULAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
<b>5.1 Kesimpulan .....</b>	<b>67</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>67</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>74</b>



**UMN**  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel Karya Terdahulu .....	10
Tabel 3. 1 Tim Penyusunan <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	29
Tabel 3 2 Timeline Pembuatan Karya.....	31
Tabel 3.2 1 Tabel Anggaran Produksi <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	35



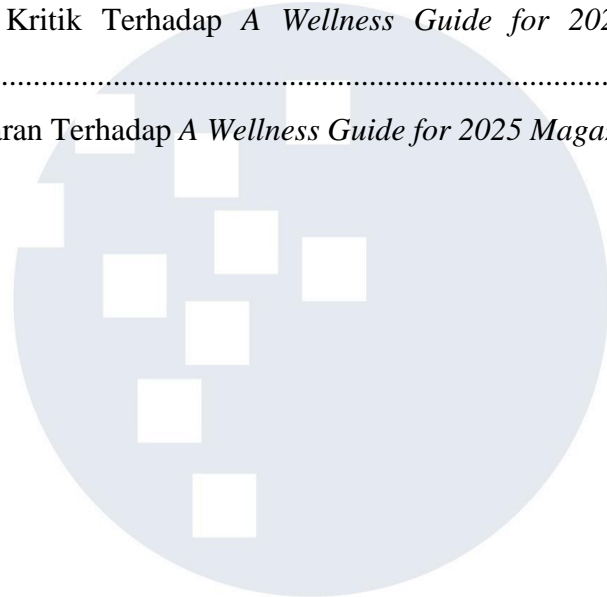
UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan Pentingnya <i>Work-Life Balance</i> .....	1
Gambar 1. 2 Jawaban Masyarakat Terkait Masalah Kesehatan Terbesar yang Dihadapi Saat Ini .....	3
Gambar 1. 3 <i>Prevalance of burnout in region and across the four countries</i> .....	4
Gambar 2.2.3. 1 Bidang Non Geometris.....	20
Gambar 2.2.3. 2 Warna CMYK dan RGB .....	21
Gambar 2.2.3. 3 Contoh <i>Sequence</i> .....	23
Gambar 2.2.3. 4 Contoh <i>Emphasis</i> .....	23
Gambar 2.2.3. 5 Contoh <i>Balance</i> .....	24
Gambar 2.2.3. 6 Contoh <i>Unity</i> .....	24
Gambar 3.1.2. 1 Majalah <i>Faces of Workplace Wellness</i> .....	32
Gambar 3.2.1. 2 Majalah BINGKAI edisi 2022 .....	33
Gambar 3.2.1. 3 Majalah <i>BLANCK Magazine: World Mental Health Awareness Day</i> .....	34
Gambar 4. 1 Approval dari HR terkait <i>draft</i> konten .....	38
Gambar 4. 2 Rubrikasi Konten.....	39
Gambar 4. 3 Disney Element yang Ingin Dituangkan dalam Majalah.....	40
Gambar 4. 4 <i>Moodboard “A Wellness Guide for 2025 Magazine”</i> .....	43
Gambar 4.5 Nilai, Budaya Perusahaan dan Benefit yang Ditawarkan Bagi Karyawan .....	44
Gambar 4. 6 Konten Penulisan yang Telah Dikembangkan.....	45
Gambar 4. 7 Kumpulan Ilustrasi yang Akan Digunakan (sebelum disortir).....	45
Gambar 4. 8 Asset yang Telah Disortir.....	46
Gambar 4. 9 Rancangan Warna yang Digunakan dalam <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	47
Gambar 4. 10 Contoh Font Yang Digunakan Dalam <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	50
Gambar 4. 11 Tampilan <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	52
Gambar 4. 12 Dokumentasi Bimbingan Pertama Dengan Dosen Ahli.....	53

Gambar 4. 13 Dokumentasi Bimbingan Ke dua Dengan Dosen Ahli.....	54
Gambar 4. 14 Tampilan Survey Evaluasi <i>Company Magazine</i> .....	56
Gambar 4. 15 Dokumentasi <i>A Wellness Guide for 2024 Magazine</i> dengan format yang salah .....	62
Gambar 4. 16 Gambar Majalah yang Terpotong karena Salah Format.....	63
Gambar 4. 17 Kritik Terhadap <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> dari Responden .....	64
Gambar 4. 18 Saran Terhadap <i>A Wellness Guide for 2025 Magazine</i> .....	65



UMN  
 UNIVERSITAS  
 MULTIMEDIA  
 NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Karya.....74



UMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA