

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
COLLECTION BY VIVERE UNTUK MENDUKUNG
PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

EVELYN CHANRY

00000055572

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

2025

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
COLLECTION BY VIVERE UNTUK Mendukung
PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

EVELYN CHANRY

0000055572

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Evelyn Chanry
Nomor Induk Mahasiswa : 00000055572
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* COLLECTION BY VIVERE UNTUK
MENDUKUNG PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk MBKM Track 2 yang telah saya tempuh.

Tangerang, 18 Januari 2024

UMN



Evelyn Chanry

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* COLLECTION BY VIVERE UNTUK
MENDUKUNG PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN

Oleh

Nama : Evelyn Chanry
NIM : 00000055572
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Theresia Lavietha Vivrie Lolita,

S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN 0327019001

Fakhriy Dinansyah,

M.M., M.I.Kom.

NIDN 0304039001

Pembimbing

C. Eko Saputro, S.E., M.M.

NIDN 0303056102

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

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

NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Evelyn Chanry
NIM : 00000055572
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
COLLECTION BY VIVERE UNTUK
MENDUKUNG PROSES KOMUNIKASI
PEMASARAN

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (**pilih salah satu**):

- Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- Lainnya, pilih salah satu:
 - Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 18 Januari 2024

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Evelyn Chanry

* Pilih salah satu

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

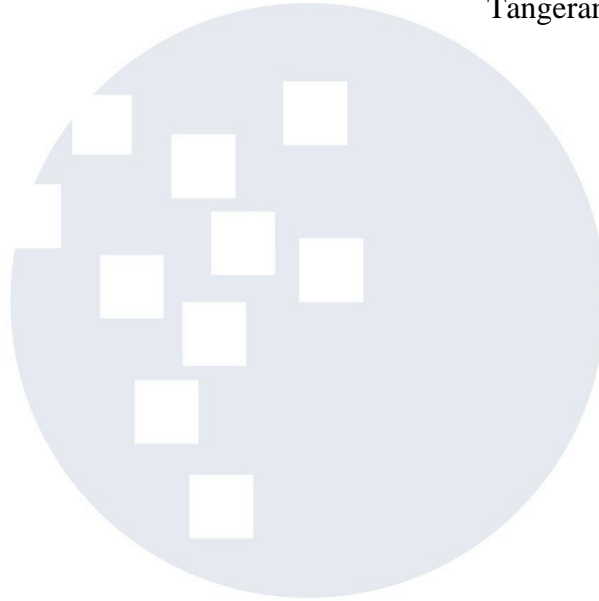
KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berbasis karya berjudul “PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* COLLECTION BY VIVERE UNTUK Mendukung Proses Komunikasi Pemasaran” ini dengan baik. Karya ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Selama proses penyusunan karya ini, penulis banyak mendapatkan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. 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, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Bapak C. Eko Saputro, S.E., M.M., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Edo Tirtadarma, S.Ds., M.Ds., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Divisi *Marketing* PT VIVERE Multi Kreasi yang telah memfasilitasi data dan dukungan moral yang sangat membantu dalam kelancaran tugas akhir ini.
7. Keluarga penulis yang telah memberikan bantuan dukungan doa, material, dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman penulis yang telah memberikan dukungan doa dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap laporan ini tidak hanya menjadi syarat kelulusan, namun juga dapat menjadi referensi yang bermanfaat bagi pihak-pihak yang tertarik dengan topik ini. Penulis sangat menghargai segala kritik dan saran yang dapat meningkatkan kualitas laporan ini.

Tangerang, 18 Januari 2024



Evelyn Chanry

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
COLLECTION BY VIVERE UNTUK Mendukung
PROSES KOMUNIKASI PEMASARAN**

Evelyn Chanry

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran yang baik adalah kunci untuk membangun hubungan yang kuat dengan semua pihak yang berkepentingan dengan perusahaan. Sebagai perusahaan yang telah berpengalaman lebih dari dua dekade dalam bidang furnitur dan desain interior, Collection by VIVERE merancang profil perusahaan digital pertamanya sebagai alat komunikasi pemasaran untuk menyajikan identitas dan portofolio perusahaan secara mendalam. Tujuan perancangan ini adalah untuk mendukung pencapaian tujuan bisnis Collection by VIVERE melalui pemberdayaan proses komunikasi pemasaran dengan profil perusahaan digital yang menarik. Metode pengumpulan data pada profil perusahaan digital yaitu melalui observasi, wawancara mendalam terhadap divisi *Marketing Communication* Collection by VIVERE, dan studi pustaka. Sedangkan metode perancangan pada profil perusahaan digital melalui tiga tahap yaitu perencanaan, penulisan, dan evaluasi. Tanggapan baik yang diterima menunjukkan keberhasilan profil perusahaan ini dalam menyampaikan pesan dan informasi perusahaan. Karya ini diharapkan memberikan kontribusi dalam pengembangan strategi komunikasi pemasaran berbasis digital, khususnya dalam hal perancangan profil perusahaan yang efektif.

Kata kunci: profil perusahaan digital, komunikasi pemasaran, Collection by VIVERE



COMPANY PROFILE DESIGN TO BOOST COLLECTION BY

VIVERE'S COMMUNICATION MARKETING STRATEGY

Evelyn Chanry

ABSTRACT

Effective marketing communications are the key to building strong relationships with all company stakeholders. As a company with more than two decades of experience in the field of furniture and interior design, Collection by VIVERE designed its first digital company profile as a marketing tool to present the company's identity and portfolio in depth. This design aims to support Collection by VIVERE in achieving its business objectives by enhancing its marketing communication efforts through a compelling digital company profile. Data collection methods on this digital company profiles are through observation, in-depth interviews with the marketing division of Collection by VIVERE, and literature study. Meanwhile, the design method for this digital company profiles goes through three stages, namely planning, organizing & composing, and editing & rewriting. The positive feedbacks received shows the success of this company profile in conveying company messages and information. This work is expected to contribute to the development of digital-based marketing communications strategies, especially in terms of designing effective company profiles.

Keywords: digital company profile, marketing communication, Collection by VIVERE



DAFTAR ISI

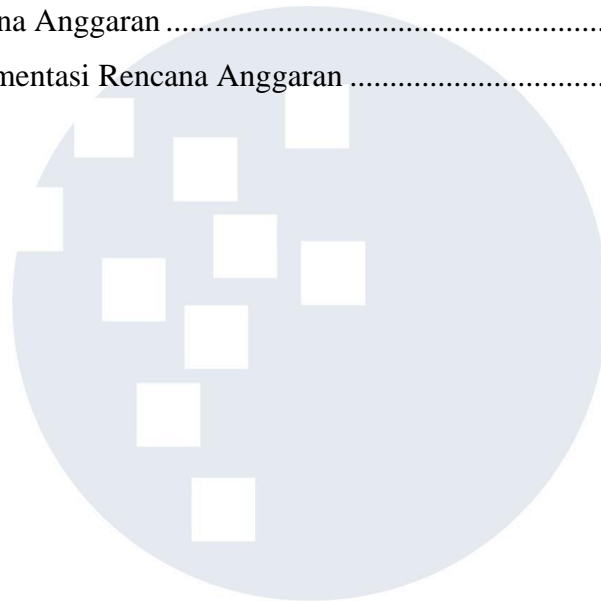
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Karya.....	6
1.3 Kegunaan Karya.....	6
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Referensi Karya.....	8
2.2 Landasan Konsep.....	15
2.2.1 <i>Marketing Communication</i>	15
2.2.2 <i>Publicity and Public Relations</i>	16
2.2.4 <i>Copywriting</i>	24
2.2.5 <i>Brand Guideline</i>	26
2.2.6 Desain Komunikasi Visual.....	29
2.2.7 <i>Layout</i>	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	39
3.1 Tahapan Pembuatan.....	39
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	39

3.1.2 Metode Perancangan Karya	41
3.2 Rencana Anggaran	47
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	47
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	49
4.1 Strategi Perancangan	49
4.1.1 Pengumpulan Data	49
4.1.2 Perancangan Karya	57
4.2 Implementasi Karya	67
4.2.1 Realisasi Rencana Desain Karya.....	67
4.2.2 Realisasi Rencana Anggaran.....	77
4.3 Evaluasi	77
4.3.1 Evaluasi Internal	78
4.3.2 Evaluasi Eksternal (Survei).....	79
BAB V KESIMPULAN SARAN	87
5.1 Simpulan.....	87
5.2 Saran.....	88
5.2.1 Saran Akademis	88
5.2.2 Saran Praktis	89
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	94



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Kompetitor Collection by VIVERE.....	3
Tabel 2.1 Tabel Referensi Karya	11
Tabel 3.1 Proses menghasilkan <i>Company Profile</i>	47
Tabel 3.2 Rencana Anggaran	47
Tabel 4.1 Implementasi Rencana Anggaran	77



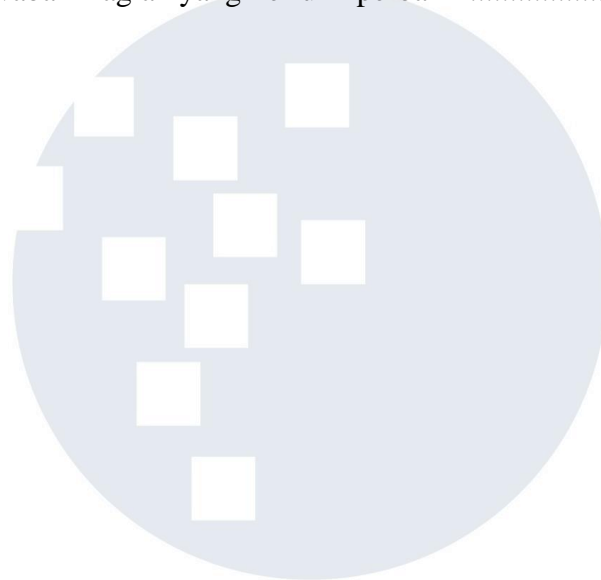
UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Prinsip <i>Unity</i>	31
Gambar 2.2 Prinsip <i>Proximity</i>	31
Gambar 2.3 Prinsip <i>Alignment</i>	32
Gambar 2.4 Prinsip <i>Repetition</i>	32
Gambar 2.5 Prinsip Kontras	33
Gambar 2.6 Prinsip Keseimbangan Simetris	33
Gambar 2.7 Prinsip Keseimbangan Asimetris	34
Gambar 2.8 Prinsip Penekanan	34
Gambar 2.9 Prinsip Proporsi	35
Gambar 2.10 Contoh <i>Layout Mondrian</i>	36
Gambar 2.11 Contoh <i>Layout Circus</i>	36
Gambar 2.12 Contoh <i>Layout Multiple</i>	36
Gambar 2.13 Contoh <i>Layout Silhouette</i>	37
Gambar 2.14 Contoh <i>Layout Big Type</i>	37
Gambar 2.15 Contoh <i>Layout Aphabet-Inspired</i>	37
Gambar 3.1 Referensi <i>Company Profile 1</i>	43
Gambar 3.2 Referensi <i>Company Profile 1</i>	44
Gambar 4.1 Contoh <i>Company Profile VIVERE Group</i>	50
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Video Profil Perusahaan VIVERE Group.....	50
Gambar 4.3 Tangkapan Layar Contoh Proposal kepada <i>Brand</i>	51
Gambar 4.4 Contoh <i>Company Profile VIVERE Group</i>	55
Gambar 4.5 Tangkapan Layar <i>Brand Guideline</i> Collection by VIVERE.....	55
Gambar 4.6 Tangkapan Layar <i>Milestone</i> Perusahaan.....	56
Gambar 4.7 Cuplikan <i>Company Profile</i> Perusahaan Lain	57
Gambar 4.8 Tangkapan Layar Rubrikasi Konten (Draf)	58
Gambar 4.9 Dokumentasi dan Aset Perusahaan	61
Gambar 4.10 Potongan Draf Pertama	62
Gambar 4.11 <i>Brand Identity Elements</i> Collection by VIVERE.....	63
Gambar 4.12 <i>Color Values</i> Collection by VIVERE	64

Gambar 4.13 <i>Typeface Speciment</i> Collection by VIVERE.....	65
Gambar 4.14 Potongan Draf Pertama	65
Gambar 4.15 <i>Marketing Collateral</i> Collection by VIVERE	66
Gambar 4.16 Potongan Draf Pertama	66
Gambar 4.17 Tangkapan Layar Hasil Karya Halaman Awal	67
Gambar 4.18 Tangkapan Layar Hasil Karya Halaman Awal	68
Gambar 4.19 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Table of Contents</i>	68
Gambar 4.20 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Letter from Founder & Chairman</i>	69
Gambar 4.21 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>About Us</i>	69
Gambar 4.22 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>History</i>	70
Gambar 4.23 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Milestones</i>	71
Gambar 4.24 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Collections</i>	71
Gambar 4.25 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>New Collections</i>	71
Gambar 4.26 Tangkapan Layar Hasil Karya Konsep <i>Layout Circus</i>	72
Gambar 4.27 Tangkapan Layar Hasil Karya Pemisah <i>Home Collections</i> and <i>Collaboration Designer</i>	72
Gambar 4.28 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Collections Designer</i>	73
Gambar 4.29 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Sister Company</i> dan <i>Partner</i> ..	73
Gambar 4.30 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Sister Company</i> dan <i>Partner</i> ..	74
Gambar 4.31 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Designer and Collaborators</i>	74
Gambar 4.32 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Achievements</i>	75
Gambar 4.33 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Our Showroom and Channel</i>	76
Gambar 4.34 Tangkapan Layar Hasil Karya <i>Contact</i>	76
Gambar 4.35 Tangkapan Layar Hasil Karya Halaman Penutup	77
Gambar 4.36 <i>Meeting</i> dengan <i>Client</i>	79
Gambar 4.37 Grafik Usia Responden	80
Gambar 4.38 Pengalaman Responden Membeli Furnitur	80
Gambar 4.39 Frekuensi Responden Mencari Furnitur	81
Gambar 4.40 Pengetahuan Responden terhadap Perusahaan.....	81
Gambar 4.41 Sumber Responden Mengetahui Perusahaan	82

Gambar 4.42 Hasil Evaluasi Desain.....	83
Gambar 4.43 Hasil Evaluasi Konten.....	83
Gambar 4.44 Hasil Evaluasi Informasi yang Disajikan.....	84
Gambar 4.45 Hasil Evaluasi Kesan Keseluruhan	85
Gambar 4.46 Jawaban Bagian yang Paling Disukai	85
Gambar 4.47 Jawaban Bagian yang Perlu Diperbaiki	86



UMMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Karya <i>Company Profile</i>	94
Lampiran 2. Rubrikasi Konten.....	98
Lampiran 3. Surat Izin Pembuatan Karya.....	99
Lampiran 4. Form Bimbingan Tugas Akhir.....	100
Lampiran 5. Form Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Ahli.....	101
Lampiran 6. Hasil Evaluasi Karya (Kuesioner).....	102
Lampiran 7. Transkrip Wawancara Narasumber.....	103
Lampiran 8. Hasil Turnitin.....	109

