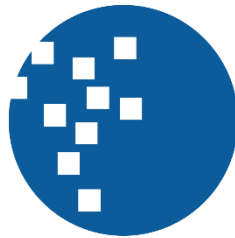


**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* REALCO SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN *BRANDING* PERUSAHAAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Nadya Elsyafira

00000062805

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

2024

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* REALCO SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN *BRANDING* PERUSAHAAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nadya Elsyafira

0000062805

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

i

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Nadya Elsyafira

Nomor Induk Mahasiswa : 00000062805

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* REALCO SEBAGAI UPAYA
MENINGKATKAN *BRANDING* PERUSAHAAN**

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 mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 16/12/2024



Nadya Elsyafira

UMM
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir dengan judul

Perancangan *Company Profile* RealCo sebagai Upaya Meningkatkan *Branding*
Perusahaan

Oleh

Nama : Nadya Elsyafira

NIM : 00000062805

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 14 Januari 2025

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan pengujian sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404



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

NIDN 0309109001

Pembimbing

Dian Nuranindya, S.E., M.Si.

NIDN 0314128502

Ketua Ilmu Komunikasi



Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.

NIDN 0304078404

iii

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Elsyafira
NIM : 00000062805
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah : Perancangan *Company Profile* RealCo
sebagai Upaya Meningkatkan *Branding* Perusahaan

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, 16 Desember 2024



Nadya Elsyafira

* 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 atas selesainya penulisan Tugas Akhir ini dengan judul: **“Perancangan *Company Profile* RealCo sebagai Upaya Meningkatkan *Branding* Perusahaan”** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar S.I.Kom Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan tugas akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

Mengucapkan terima kasih 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, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Dian Nuranindya, S.E., M.Si., sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Muhamad Iqbal Arrunuri, selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
6. Bapak/Ibu Dosen selaku ketua sidang dan penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
7. Rahmi, selaku desainer dari *company profile* yang penulis buat.
8. Mami, Papi, dan Koko yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
9. “7 Kurcaci” Anasta Octavia Wenzel, Audy Virginia, Grace Avelyn Thomas, Nayla Desgita Dewi, Syifa Putri Indira, dan Wita Merly Adriani, selaku teman seperjuangan yang selalu memberikan dukungan, hiburan dan motivasi selama masa perkuliahan.

10. Alifia Shafa, selaku sahabat penulis yang selalu menemani dalam suka maupun duka serta memberikan motivasi dalam proses penyusunan skripsi ini. Penulis memohon maaf jika skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan berharap skripsi ini dapat bermanfaat sebagai pembelajaran, inspirasi, dan manfaat bagi pembaca.

Tangerang, 16 Desember 2024



Nadya Elsyafira



PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* REALCO SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN *BRANDING* PERUSAHAAN

Nadya Elsyafira

ABSTRAK

Persaingan yang ketat di industri *Fast-Moving Consumer Goods* (FMCG) menuntut perusahaan untuk memiliki keunggulan agar tetap dipilih oleh konsumen di tengah banyaknya pilihan. *Branding* perusahaan menjadi strategi utama untuk membangun kepercayaan dan mempertahankan loyalitas pelanggan. RealCo, yang telah membangun reputasi yang kuat di pasar lokal dengan produk berbahan alami seperti sarang burung walet, kini berencana melakukan ekspansi internasional setelah hampir 10 tahun beroperasi. Untuk mencapai tujuan ini, perancangan *company profile* yang efektif sangat diperlukan sebagai alat komunikasi strategis yang menyampaikan visi, misi, dan keunggulan produk RealCo. Karya ini dirancang menggunakan teori *company profile* dan desain konsep *layout*, ukuran *font*, tipografi, dan warna. Proses perancangan dilakukan dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui observasi dan wawancara untuk melengkapi informasi yang dibutuhkan dalam pembuatan *company profile*. Hasil dari *company profile* RealCo akan digunakan sebagai alat *branding* untuk memperkenalkan perusahaan kepada pasar internasional, meningkatkan daya tarik produk di kalangan konsumen global, serta memperoleh respon positif dari internal maupun eksternal mengenai hasil karya tersebut.

Kata kunci: Branding, Profil Perusahaan, RealCo

DESIGNING COMPANY PROFILE FOR REALCO
AS A STRATEGY TO ENHANCE CORPORATE BRANDING

Nadya Elsyafira

ABSTRACT

The intense competition in the Fast-Moving Consumer Goods (FMCG) industry requires companies to have advantages to remain chosen by consumers amidst a multitude of choices. Company branding becomes a primary strategy to build trust and maintain customer loyalty. RealCo, which has established a strong reputation in the local market with natural products such as bird's nest, is now planning to expand internationally after nearly 10 years of operation. To achieve this goal, effective company profile design is essential as a strategic communication tool that conveys RealCo's vision, mission, and product advantages. This work is designed using company profile theory and considers layout concepts, font sizes, typography, and colors. The design process employs data collection methods through observation and interviews to gather the necessary information for creating the company profile. The results of RealCo's company profile will be used as a branding tool to introduce the company to the international market, enhance product appeal among global consumers, and obtain positive responses from both internal and external stakeholders regarding the work produced.

Keywords: *Branding, Company profile, Realco*

U M N
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

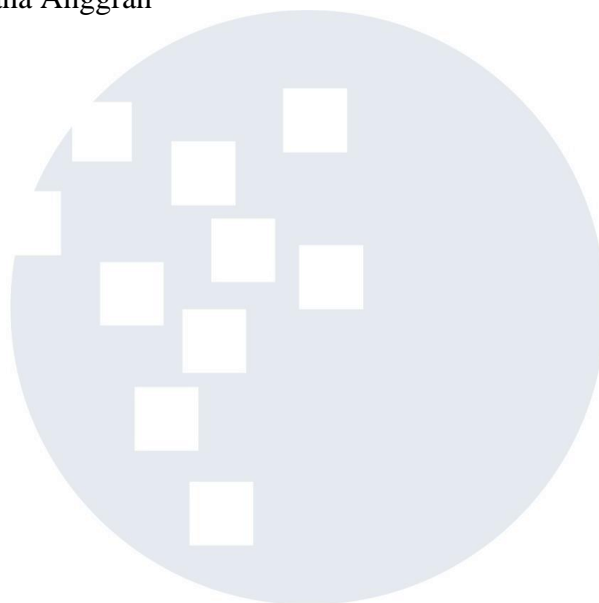
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	4
1.3 Kegunaan Karya	4
1.3.1 Kegunaan Akademis	4
1.3.2 Kegunaan Praktis	4
1.3.3 Kegunaan Sosial	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya	6
2.2 Landasan Konsep	11
2.2.1 Company profile	11
2.2.2 Desain	12
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	19
3.1 Tahapan Pembuatan	19
3.1.1 Pra Produksi	19
3.1.2. Rencana Produksi	21
3.1.3 Pasca Produksi	26
Target Luaran/Publikasi/HKI	26
3.2. Rencana Anggaran	27

BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	28
4.1 Strategi Perancangan	28
4.1.1 Pra-Produksi	28
Hasil pengumpulan data	28
4.2 Produksi	30
4.2.1 Brand guidelines	31
4.2.2 Hasil karya	33
4.3 Pasca Produksi	42
4.3.1 Evaluasi Internal	43
4.3.2 Evaluasi Eksternal	45
BAB V KESIMPULAN SARAN	52
5.1 Kesimpulan	52
5.2 Saran	53
5.2.1 Saran Akademis	53
5.2.2 Saran Praktis	53
LAMPIRAN	56



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya	8
Tabel 3. 1 Timeline Perancangan Company Profile	26
Tabel 3. 2 Rencana Anggaran	27



UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Layout	13
Gambar 2. 2 Skema warna	17
Gambar 3. 1 Referensi Company Profile	23
Gambar 3. 2 Tangkapan layar font Poppins di konten media sosial	24
Gambar 3. 3 Tangkapan layar skema warna di konten media sosial	25
Gambar 4. 1 Font Poppins	31
Gambar 4. 2 Color Pallete RealCo	32
Gambar 4. 3 Skema warna Analogous RealCo	32
Gambar 4. 4 Aset foto RealCo	33
Gambar 4. 5 Cover depan Company Profile	34
Gambar 4. 6 Daftar Isi Company Profile	35
Gambar 4. 7 Gambaran Umum Company Profile	36
Gambar 4. 8 Penjelasan brand Fit with Realfood Company Profile	37
Gambar 4. 9 Penjelasan produk Fit With Realfood Company Profile	38
Gambar 4. 10 Pencapaian perusahaan Company Profile	39
Gambar 4. 11 Fasilitas Company Profile	40
Gambar 4. 12 Contact information Company Profile	41
Gambar 4. 13 Cover belakang Company Profile	42
Gambar 4. 14 Survei isi informatif company profile	46
Gambar 4. 15 Survei mengenai memahami perusahaan RealCo lebih baik	46
Gambar 4. 16 Survei mengenai memahami brand dan produk RealCo lebih baik	47
Gambar 4. 17 Survei mengenai company profile menarik secara visual	47
Gambar 4. 18 Survei mengenai informasi yang mudah dipahami	48
Gambar 4. 19 Survei mengenai company profile yang sudah mencerminkan nilai dan budaya perusahaan	49
Gambar 4. 20 Survei mengenai ketertarikan untuk berinteraksi dengan RealCo	49
Gambar 4. 21 Survei mengenai bagian yang paling menarik	50
Gambar 4. 22 Survei mengenai saran company profile	51

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A <i>Draft Layout Company Profile</i>	56
Lampiran B <i>Draft penulisan Company Profile</i>	57
Lampiran C Hasil <i>Company Profile</i>	57
Lampiran D Surat Izin Pembuatan Karya	58
Lampiran E Lembar Verifikasi Tugas Akhir MBKM 04	59
Lampiran F Form Bimbingan Tugas Akhir	60
Lampiran G Hasil Turnitin	61
Lampiran H Transkrip Wawancara	65
Lampiran I Form Bimbingan Tugas Akhir bersama Dosen Ahli	69
Lampiran J Hasil Evaluasi Akhir	70

