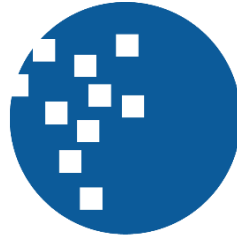


**PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS DIGITAL  
UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA  
INDONESIA)**



**UMN**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

**Hana Salsabila Azzahra**

**00000067773**

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

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS DIGITAL  
UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA  
INDONESIA)**



**SKRIPSI BERBASIS KARYA**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

**HANA SALSABILA AZZAHRA**

**0000067773**

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

**TANGERANG**

**2024**

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Hana Salsabila Azzahra

NIM : 0000067773

Program studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi Berbasis Karya saya yang berjudul:

### **PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS DIGITAL UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA 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 Berbasis Karya 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, 15 Desember 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

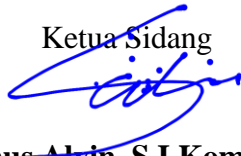
### **PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS DIGITAL UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**

Oleh  
Nama : Hana Salsabila Azzahra  
NIM : 00000067773  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 9 Januari 2025  
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan  
LULUS

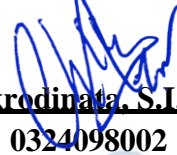
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



**Silvanus Alvin, S.I.Kom., M.A.**  
0304088702

Penguji



**Charlie Tjokrodinata, S.I.Kom., M.Sc.**  
0324098002

Pembimbing

**Maria Advenita G. E., S.I.Kom., M.Si.**  
0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si.**  
0304078404

## HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Hana Salsabila Azzahra

NIM : 00000067773

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : Perancangan Company Profile Berbasis Digital untuk PT Bangun Media Indonesia (Brand Media Indonesia)

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, 15 Desember 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

## 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 BERBASIS DIGITAL UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA 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 merasa sangat bersyukur karena Skripsi Berbasis Karya ini dapat diselesaikan dengan lancar. Proses penyusunan Skripsi Berbasis Karya ini tentu bukan hal yang mudah sehingga saya menyadari betul bahwa tanpa motivasi, bimbingan, dan dukungan yang tulus dari berbagai pihak, saya akan menghadapi banyak kesulitan yang mungkin akan memperlambat penyelesaian laporan ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. 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 Maria Advenita G. E., S.I.Kom., M.Si. sebagai dosen pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya laporan Tugas Akhir ini.
5. Bapak Zamzami Almakki, S.Pd., M.Ds. sebagai dosen pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan arahan yang sangat mendetail terkait desain *company profile* ini.
6. Bapak Bimo Setiawan, President Director Brand Media Indonesia, atas kepercayaan, dukungan, dan penyediaan tim internal yang sangat membantu saya dalam merancang *company profile* ini.

7. Bapak Peter Rotti yang dengan penuh kesabaran telah mendampingi dan membimbing saya selama satu tahun dalam magang *track 1* dan *track 2* ini, serta selalu memberikan bantuan dalam setiap kesulitan yang saya hadapi selama proses pembuatan *company profile* hingga akhirnya karya ini dapat terselesaikan dengan baik.
8. Bapak Baruna, Bapak Samuel, Bapak Romy, Bapak Ifik, Ibu Nur, Ibu Dini, Ibu Marti, Ibu Nadilla, Ibu Elli, Ibu Astrie, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih telah memberikan bantuan yang sangat berharga dalam proses perancangan *company profile* ini baik dalam hal desain, *copywriting*, maupun pengembangan konten.
9. Keluarga, terutama Mama saya tercinta yang senantiasa memberikan nasihat, semangat, dan dukungan tiada henti baik secara moral maupun material.
10. Ibu Fika, konselor saya, atas dukungan emosionalnya yang membantu saya menghadapi berbagai tantangan dengan lebih tenang.
11. Syafika, Ida, Mesya, Sarah, Laura, Christabel, Jovelin, Nareesha, dan Chelsea sebagai sahabat seperjuangan yang telah memberikan semangat kepada saya selama penyusunan laporan ini.

Besar harapan saya bahwa Skripsi Berbasis Karya ini dapat menjadi sumber pengetahuan, inspirasi, dan motivasi, yang bermanfaat bagi para pembaca, khususnya mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 15 Desember 2024



(Hana Salsabila Azzahra)

# **PERANCANGAN COMPANY PROFILE BERBASIS DIGITAL UNTUK PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**

Hana Salsabila Azzahra

## **ABSTRAK**

PT Bangun Media Indonesia, atau Brand Media Indonesia (BMI), menghadapi tantangan dalam memperkuat posisinya sebagai penyedia layanan manajemen media terintegrasi. Persepsi publik yang sering kali hanya mengenal BMI sebagai perusahaan pengelola media sosial menjadi hambatan dalam menunjukkan ruang lingkup layanan yang sebenarnya lebih luas. Sebagai solusi untuk menjawab masalah tersebut, pembuat karya merancang profil perusahaan berbasis digital yang mampu merepresentasikan identitas BMI secara efektif kepada audiens. Profil perusahaan ini akan disajikan dalam format buku digital interaktif yang dilengkapi fitur tautan langsung, sehingga audiens dapat dengan mudah menjelajahi portofolio karya BMI sekaligus memahami nilai tambah yang ditawarkan perusahaan. Proses perancangan profil perusahaan ini mengacu pada metode perencanaan komunikasi strategis dari Smith, yang mencakup empat fase, yakni penelitian awal, strategi, taktik, dan evaluasi. Konsep-konsep yang diterapkan meliputi komunikasi perusahaan, profil perusahaan, penulisan kehumasan, pedoman merek, serta desain tata letak. Untuk mengevaluasi efektivitasnya, survei eksperimental dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada karyawan internal dan audiens eksternal setelah mereka membaca profil perusahaan berbasis digital ini. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa profil perusahaan berhasil meningkatkan kesadaran audiens terhadap identitas BMI sebagai perusahaan yang menyediakan layanan manajemen media secara terintegrasi.

**Kata Kunci:** Profil Perusahaan, Komunikasi Perusahaan, Identitas Perusahaan

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



# **DESIGNING A DIGITAL COMPANY PROFILE FOR PT BANGUN MEDIA INDONESIA (BRAND MEDIA INDONESIA)**

Hana Salsabila Azzahra

## ***ABSTRACT***

*PT Bangun Media Indonesia, or Brand Media Indonesia (BMI), faces the challenge of strengthening its position as an integrated media management service provider. The public perception that often regards BMI merely as a social media management company hinders its ability to showcase the broader scope of services it actually offers. To address this issue, the creator of this work has designed a digital company profile that effectively represents BMI's identity to its audience. This company profile will be presented in an interactive digital flip book format, complete with hyperlinks, which allows the audience to easily explore BMI's portfolio and understand the added value the company offers. The process of designing this company profile follows Smith's strategic communication planning method, which includes four phases, formative research, strategy, tactics, and evaluation. The concepts applied include corporate communication, company profile, public relations writing, brand guidelines, and layout design. To evaluate its effectiveness, an experimental survey was conducted by distributing questionnaires to internal employees and external audiences after they had viewed the digital company profile. The evaluation results indicate that the company profile successfully increased audience awareness of BMI's identity as a provider of integrated media management services.*

***Keywords:*** *Company Profile, Corporate Communication, Corporate Identity.*

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....</b>	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Tujuan Karya .....	9
1.2.1 Kegunaan Akademis .....	9
1.2.2 Kegunaan Praktis .....	9
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>10</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	10
2.2 Konsep yang Digunakan.....	12
2.2.1 Corporate Communication .....	12
2.2.2 Company Profile .....	13
2.2.3 Public Relation Writing .....	17
2.2.4 Brand Guideline .....	18
2.2.5 Desain Layout .....	22
<b>BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA .....</b>	<b>30</b>
3.1 Tahapan Pembuatan.....	30

3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	30
3.2 Metode Perancangan Karya.....	33
3.2.1 Fase Pertama: Formative Research.....	33
3.2.2 Fase Kedua: Strategi.....	36
3.2.3 Fase Ketiga: Taktik.....	39
3.2.4 Fase Keempat: Penelitian Evaluatif.....	41
3.3 Rencana Anggaran.....	45
3.4 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	46
<b>BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....</b>	<b>48</b>
4.1 Strategi Perancangan.....	48
4.1.1 Fase Pertama: <i>Formative Research</i> .....	51
4.1.2 Fase Kedua: Strategi.....	55
4.2 Implementasi Karya.....	58
4.2.1 Fase Ketiga: Taktik.....	58
4.3 Evaluasi.....	80
4.3.1 Fase Keempat: Penelitian Evaluatif.....	80
4.4 Pembahasan.....	97
<b>BAB V KESIMPULAN SARAN.....</b>	<b>98</b>
5.1 Kesimpulan.....	98
5.2 Saran.....	99
5.2.1 Saran Akademis.....	99
5.2.2 Saran Praktis.....	99
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>101</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>104</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Tabel Karya Terdahulu.....	29
Tabel 3. 1. Tabel Timeline Perancangan Company Profile.....	41
Tabel 3. 2. Tabel Anggota Tim Perancang Company Profile .....	41
Tabel 4. 1. Outline Company Profile .....	65

UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1. Website Brand Media Indonesia.....	5
Gambar 1. 2. Stakeholders (Brand Media Indonesia, 2018) .....	5
Gambar 1. 3. Instagram Brand Media Indonesia.....	6
Gambar 4. 1. Meeting Company Profile .....	48
Gambar 4. 2. Bimbingan Dosen Ahli .....	50
Gambar 4. 3. Font Perusahaan.....	60
Gambar 4. 4. Font Perusahaan.....	60
Gambar 4. 5. Palet Warna Merah BMI.....	61
Gambar 4. 6. Palet Warna Abu BMI .....	61
Gambar 4. 7. Referensi Desain Company Profile .....	62
Gambar 4. 8. Moodboard Company Profile .....	65
Gambar 4. 9. Copywriting Company Profile .....	66
Gambar 4. 10. Desain Cover .....	68
Gambar 4. 11. Desain Tabel of Content.....	69
Gambar 4. 12. Desain Opening Cover Chapter .....	71
Gambar 4. 13. Desain Who We Are.....	72
Gambar 4. 14. Desain Our Services .....	73
Gambar 4. 15. Desain Our Media .....	74
Gambar 4. 16. Desain Logo Our Client.....	75
Gambar 4. 17. Desain Portofolio Our Client.....	76
Gambar 4. 18. Desain Portofolio Our Client.....	76
Gambar 4. 19. Biografi Pimpinan .....	77
Gambar 4. 20. Title Team.....	78
Gambar 4. 21. Credits & Contact Us.....	79
Gambar 4. 22. Jabatan Kerja Responden Internal .....	81
Gambar 4. 23. Hasil Survei Internal Nomor 1.....	82
Gambar 4. 24. Hasil Survei Internal Nomor 2.....	82
Gambar 4. 25. Hasil Survei Internal Nomor 3.....	83

Gambar 4. 26. Hasil Survei Internal Nomor 4.....	84
Gambar 4. 27. Hasil Survei Internal Nomor 5.....	84
Gambar 4. 28. Hasil Survei Internal Nomor 6.....	85
Gambar 4. 29. Hasil Survei Internal Nomor 7.....	85
Gambar 4. 30. Hasil Survei Internal Nomor 8.....	86
Gambar 4. 31. Hasil Survei Internal Nomor 9.....	87
Gambar 4. 32. Hasil Survei Internal Nomor 10.....	88
Gambar 4. 33. Perusahaan Tempat Responden Bekerja.....	89
Gambar 4. 34. Hasil Survei Eksternal Nomor 1.....	90
Gambar 4. 35. Hasil Survei Eksternal Nomor 2.....	90
Gambar 4. 36. Hasil Survei Eksternal Nomor 3.....	91
Gambar 4. 37. Hasil Survei Eksternal Nomor 4.....	91
Gambar 4. 38. Hasil Survei Eksternal Nomor 5.....	92
Gambar 4. 39. Hasil Survei Eksternal Nomor 6.....	93
Gambar 4. 40. Hasil Survei Eksternal Nomor 7.....	94
Gambar 4. 41. Hasil Survei Eksternal Nomor 8.....	94
Gambar 4. 42. Hasil Survei Eksternal Nomor 9.....	95
Gambar 4. 43. Hasil Survei Eksternal Nomor 10.....	96

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Company Profile Brand Media Indonesia .....	104
Lampiran 2 Surat Izin Penelitian.....	105
Lampiran 3 MBKM-04 .....	106
Lampiran 4 Form Bimbingan Tugas Akhir .....	107
Lampiran 5 Formulir Konsultasi Bimbingan Dosen Ahli.....	108
Lampiran 6 Hasil Evaluasi Company Profile (Survei Internal).....	109
Lampiran 7 Hasil Evaluasi Company Profile (Survei Eksternal) .....	110
Lampiran 8 Bukti Meeting bersama Tim Internal BMI.....	111
Lampiran 9 Bukti Photoshoot Perusahaan.....	112
Lampiran 10 Hasil Turnitin.....	113

UMMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA