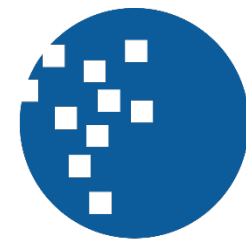


**PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK
SEBAGAI WARISAN BUDAYA PADA KOMUNITAS
DJARUM *RETAIL PARTNERSHIP***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Jessica Permatasari

00000065459

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

2025

**PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM
DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK
SEBAGAI WARISAN BUDAYA PADA KOMUNITAS
DJARUM *RETAIL PARTNERSHIP***



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Jessica Permatasari

00000065459

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Jessica Permatasari

Nomor Induk Mahasiswa : 00000065459

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM DALAM
MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK SEBAGAI WARISAN
BUDAYA PADA KOMUNITAS DJARUM *RETAIL*
PARTNERSHIP

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, 18 Desember 2025



Jessica Permatasari

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap	: Jessica Permatasari
NIM	: 00000065459
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Laporan	: Ilmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas Akhir sebagai berikut:

- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak menggunakan bantuan AI dengan cara apa pun dalam pembuatan tugas

Saya juga menyatakan bahwa:

- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan oleh AI dan saya telah menyantumkan dalam sitasi serta referensi
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 18 Desember 2025



Jessica Permatasari

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi karya dengan judul

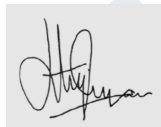
PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK SEBAGAI WARISAN BUDAYA PADA KOMUNITAS DJARUM *RETAIL PARTNERSHIP*

Oleh
Nama : Jessica Permatasari
NIM : 00000065459
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 5 Januari 2025
Pukul 08.30 s.d. 10.00 WIB dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Siti Fithya Mauldina, S.Sos., M.Si.
NUPTK 7556755656230102

Penguji



Hanif Suranto, S.Sos., M.Si.
NIDN 0306027102

Pembimbing



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.14
13:12:08 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

Ketua Program Studi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.14
13:12:18 +07'00'

Cendera Rizky Anugrah Bangun, S.Sos., M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Jessica Permatasari
NIM : 00000065459
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : D3/S1/S2* (coret salah satu)
Judul Karya Ilmiah : Perancangan *Corporate Profile* PT Djarum dalam
Membangun *Awareness* Kretek sebagai Warisan
Budaya pada Komunitas Djarum *Retail Partnership*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

- ☒ 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 Desember 2025



Jessica Permatasari

KATA PENGANTAR

Puji Syukur atas berkah dan rahmat kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berbasis karya dengan judul:

“PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK SEBAGAI WARISAN BUDAYA PADA KOMUNITAS DJARUM *RETAIL PARTNERSHIP*”

Penyusunan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi berbasis karya ini, penyelesaian tugas ini akan sulit bagi saya. Oleh karena itu, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ir. Andrey Andoko, M.Sc. Ph.D., 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 sekaligus Pembimbing Pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
4. Bapak Iqbal Arrunuri, B.Sc., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi sehingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Ibu Elyta Handayani selaku *Deputy Manager Public Affairs* sekaligus Pembimbing Lapangan yang telah memberikan saya kesempatan untuk melaksanakan kerja magang dan perancangan skripsi berbasis karya sekaligus menjadi informan dalam wawancara untuk perancangan skripsi berbasis karya ini.

6. Bapak Teofilus Nerianto selaku *Supervisor* sekaligus Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan dan arahan selama melaksanakan kerja magang dan penyelesaian skripsi berbasis karya.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Teman-teman yang telah memberikan dukungan semangat maupun masukan selama proses perancangan skripsi berbasis karya ini dilakukan, sehingga karya ini dapat terselesaikan 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, 18 Desember 2025



Jessica Permatasari



PERANCANGAN *CORPORATE PROFILE* PT DJARUM DALAM MEMBANGUN *AWARENESS* KRETEK SEBAGAI WARISAN BUDAYA PADA KOMUNITAS DJARUM *RETAIL PARTNERSHIP*

Jessica Permatasari

ABSTRAK

PT Djarum merupakan salah satu perusahaan rokok terbesar di Indonesia yang memiliki sejarah panjang serta identitas korporat yang kuat berlandaskan budaya lokal Kudus. Melalui Djarum Foundation, perusahaan menjalankan berbagai program tanggung jawab sosial yang mencakup bidang olahraga, budaya, pendidikan, lingkungan, dan sosial. Salah satu strategi komunikasi utama perusahaan adalah program *cultural visit*, yaitu kunjungan rutin bagi berbagai kelompok masyarakat untuk mengenal sejarah kretek, proses produksi, serta nilai-nilai perusahaan. Namun, materi *corporate profile* yang digunakan dalam kegiatan tersebut masih bersifat konvensional dan belum mencerminkan identitas visual perusahaan secara optimal. Kondisi ini menunjukkan perlunya perancangan ulang *corporate profile* agar lebih profesional, sistematis, dan komunikatif. Penelitian/perancangan ini menggunakan pendekatan desain komunikasi visual dengan memadukan teori identitas korporat, semiotika visual, serta konsep *place branding*. Analisis dilakukan melalui telaah visual terhadap materi *corporate profile* yang sudah ada, observasi kegiatan *cultural visit* serta studi literatur mengenai strategi komunikasi korporat. Variabel utama yang dikaji meliputi struktur konten, konsistensi identitas visual, kekuatan naratif, serta relevansi pesan terhadap kebutuhan audiens. Hasil perancangan menunjukkan bahwa *corporate profile* yang dirancang ulang mampu menghadirkan narasi perusahaan secara lebih komprehensif, mulai dari sejarah, budaya, filosofi, hingga tanggung jawab sosial melalui Djarum Foundation. Tampilan visual yang modern, konsisten, dan interaktif meningkatkan daya tarik estetika sekaligus memperkuat pengalaman audiens selama mengikuti sesi *sharing* dalam *cultural visit*. Kesimpulannya, perancangan *corporate profile* ini berperan strategis dalam memperkuat citra PT Djarum sebagai perusahaan modern yang berorientasi pada keberlanjutan sekaligus berakar pada nilai budaya Indonesia serta efektif sebagai media komunikasi *public affairs* dalam membangun kepercayaan dan pemahaman publik.

Kata kunci: *Corporate Profile*, Identitas Korporat, Desain Komunikasi Visual, *Cultural Visit*, PT Djarum.

DESIGNING A CORPORATE PROFILE OF PT DJARUM IN BUILDING AWARENESS OF KRETEK AS CULTURAL HERITAGE AMONG THE DJARUM RETAIL PARTNERSHIP COMMUNITY

Jessica Permatasari

ABSTRACT

PT Djarum is one of the largest cigarette companies in Indonesia, with a long history and a strong corporate identity rooted in the local culture of Kudus. Through the Djarum Foundation, the company implements various social responsibility programs in sports, culture, education, environment, and social empowerment. One of the company's key communication strategies is the Cultural Visit program, a regular initiative that introduces diverse community groups to the history of kretek, the production process, and the company's core values. However, the existing corporate profile materials used in these activities remain conventional and do not yet fully represent the company's visual identity. This condition highlights the need to redesign the corporate profile to make it more professional, systematic, and communicative. This study/design project uses a visual communication design approach by integrating theories of corporate identity, visual semiotics, and place branding. The analysis was conducted through visual examination of the existing corporate profile materials, observations during the Cultural Visit activities, and a literature review on corporate communication strategies. The main variables examined include content structure, visual identity consistency, narrative strength, and message relevance to audience needs. The results show that the redesigned corporate profile successfully presents a more comprehensive company narrative from history, culture, and philosophy to social responsibility initiatives through the Djarum Foundation. A modern, consistent, and interactive visual presentation enhances aesthetic appeal while enriching the audience experience during sharing sessions in the Cultural Visit. In conclusion, this redesigned corporate profile plays a strategic role in strengthening PT Djarum's image as a modern company committed to sustainability while remaining rooted in Indonesian cultural values, and it serves as an effective communication tool for Public Affairs in building public trust and understanding.

Keywords: *Corporate Profile, Corporate Identity, Visual Communication Design, Cultural Visit, PT Djarum.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya	7
1.3 Kegunaan Karya	7
1.3.1 Kegunaan Akademis	7
1.3.2 Kegunaan Praktis	8
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Referensi Karya	10
2.2 Landasan Konsep.....	14
2.2.1 <i>Corporate Communication</i>	14
2.2.2 <i>Positioning</i>	17
2.2.3 <i>Copywriting</i>	20
2.2.4 <i>Company Profile (Corporate Profile)</i>	21
2.2.5 <i>Visual Communication Design</i>	24
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	26
3.1 Tahapan Pembuatan.....	26

3.1.1 Metode Pengumpulan Data	26
3.1.1.1 Observasi	26
3.1.1.2 Wawancara.....	27
3.1.1.3 Dokumen.....	28
3.1.1.4 Studi Pustaka.....	29
3.1.2 Metode Perancangan Karya	30
3.1.2.1 Perencanaan (<i>Planning</i>)	30
3.1.2.2 Penulisan (<i>Organizing & Composing</i>).....	35
3.1.2.3 Evaluasi (<i>Editing & Rewriting</i>)	41
3.2 Rencana Anggaran.....	42
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI	42
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	44
4.1 Strategi Perancangan	44
4.1.1 Hasil Pengumpulan Data.....	44
4.1.1.1 Hasil Observasi	44
4.1.1.2 Hasil Wawancara	46
4.1.1.3 Hasil Dokumen	58
4.1.1.4 Hasil Studi Pustaka	58
4.1.2 Perancangan Karya	59
4.1.2.1 Perencanaan (<i>Planning</i>)	59
4.1.2.2 Penulisan (<i>Organizing & Composing</i>).....	68
4.2 Implementasi Karya.....	68
4.3 Evaluasi	82
4.3.1 Evaluasi Sebelum Penyebaran Ke Khalayak Sasaran.....	83
4.3.2 Evaluasi Sesudah Penyebaran Ke Khalayak Sasaran	84
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	93
5.1 Kesimpulan.....	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.1 Saran Praktis	95
DAFTAR PUSTAKA	96

LAMPIRAN.....	101
---------------	-----



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Referensi Karya	12
Tabel 3.1 <i>Timeline</i> Perancangan <i>Corporate Profile</i> PT Djarum.....	42
Tabel 3.2 Anggaran Perancangan <i>Corporate Profile</i> PT Djarum.....	42



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Data kenaikan prevalensi merokok harian global	2
Gambar 1.2	<i>Cultural Visit</i> bersama <i>stakeholders</i> berbagai komunitas di Indonesia.....	6
Gambar 2.1	Brand Positioning Map.....	19
Gambar 3.1	Referensi Desain <i>Corporate Profile</i>	34
Gambar 3.2	<i>Draft Corporate Profile</i> PT Djarum dalam Format Canva	37
Gambar 3.3	Pengambilan Foto Bersama Vendor	39
Gambar 4.1	Video <i>Company Profile</i> PT Djarum	45
Gambar 4.2	Contoh <i>Slide</i> Presentasi Interaktif <i>Company Profile</i>	45
Gambar 4.3	Tangkapan Informasi Sejarah Perusahaan.....	59
Gambar 4.4	Tangkapan Layar <i>Outline Corporate Profile</i>	61
Gambar 4.5	Logo PT Djarum (Hitam dan Putih).....	62
Gambar 4.6	<i>Color Palette</i>	63
Gambar 4.7	Tangkapan Layar Google Drive	66
Gambar 4.8	<i>Cover Pembuka Corporate Profile</i> PT Djarum.....	69
Gambar 4.9	Bagian Pengantar <i>Corporate Profile</i> PT Djarum	70
Gambar 4.10	Daftar Isi <i>Corporate Profile</i> PT Djarum	71
Gambar 4.11	Bab 1 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>Overview of Kudus</i>	73
Gambar 4.12	Bab 2 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>About Djarum</i>	74
Gambar 4.13	Bab 3 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>Our Business</i>	75
Gambar 4.14	Bab 4 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>Corporate Social Responsibility</i>	78
Gambar 4.15	Bab 5 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>Cultural Visit Program</i>	79
Gambar 4.16	Bab 6 <i>Corporate Profile</i> PT Djarum – <i>Get in Touch</i>	81
Gambar 4.17	<i>Cover Penutup Corporate Profile</i> PT Djarum.....	82
Gambar 4.18	Hasil Evaluasi – <i>Corporate Profile</i> Sudah Memuat Informasi yang Jelas	85
Gambar 4.19	Hasil Evaluasi – <i>Corporate Profile</i> Menambah Pengetahuan.....	86
Gambar 4.20	Hasil Evaluasi – Pengetahuan Baru yang Diperoleh Responden ..	86
Gambar 4.21	Hasil Evaluasi – Tingkat Informatif <i>Corporate Profile</i>	87

Gambar 4.22	Hasil Evaluasi – <i>Corporate Profile</i> Mudah Dipahami	87
Gambar 4.23	Hasil Evaluasi – Tingkat Kemudahan <i>Corporate Profile</i> untuk Dipahami	88
Gambar 4.24	Hasil Evaluasi – <i>Corporate Profile</i> Sebagai Identitas PT Djarum	88
Gambar 4.25	Hasil Evaluasi – Keberhasilan <i>Corporate Profile</i> Menyampaikan Pilar-Pilar Konten	89
Gambar 4.26	Hasil Evaluasi – <i>Corporate Profile</i> Dapat Menjadi Wajah PT Djarum	89
Gambar 4.27	Hasil Evaluasi – Daya Tarik <i>Corporate Profile</i> Bagi <i>Stakeholders</i> Eksternal	90
Gambar 4.28	Hasil Evaluasi – Desain yang Menggambarkan Identitas PT Djarum	90
Gambar 4.29	Hasil Evaluasi – Skala Daya Tarik Desain <i>Corporate Profile</i>	91
Gambar 4.30	Hasil Evaluasi – Kesan Utama Terhadap <i>Corporate Profile</i>	91
Gambar 4.31	Hasil Evaluasi – Masukan untuk <i>Corporate Profile</i>	92



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Hasil Corporate Profile PT Djarum	101
Lampiran B Surat Izin Pembuatan Karya	102
Lampiran C Surat Permohonan Penggunaan Merek	103
Lampiran D MBKM-04	104
Lampiran E Form Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Pembimbing	105
Lampiran F Form Bimbingan Tugas Akhir dengan Dosen Ahli.....	106
Lampiran G Pedoman Wawancara.....	108
Lampiran H Transkrip Wawancara.....	110
Lampiran I Hasil Turnitin	116
Lampiran J Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial.....	122

