

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MARVENA ANWAR

00000068533

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

MARVENA ANWAR

00000068533

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

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Marvena Anwar

Nomor Induk Mahasiswa : 00000068533

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul :

PERANCANGAN COMPANY PROFILE PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya 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 magang, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk MBKM *Track 2* yang telah saya tempuh.

Batam, 9 Desember 2025



Marvena Anwar

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

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Marvena Anwar

NIM : 00000068533

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan :

PERANCANGAN COMPANY PROFILE PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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 mencantumkan dalam sitasi serta referensi.
- (3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri.

Batam, 9 Desember 2025



Marvena Anwar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan Judul

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Oleh

Nama : Marvena Anwar
NIM : 00000068533
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 12 Januari 2026
Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.15
14:31:17 +07'00'

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

Penguji



Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si
NIDN 0305018604

Pembimbing,



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky Anugrah
Bangun
Date: 2026.01.15
14:31:27 +07'00'

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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Sebagai sivitas akademik Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Marvena Anwar
NIM : 00000068533
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :

PERANCANGAN COMPANY PROFILE PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

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

Batam, 9 Desember 2025

Yang menyatakan,



Marvena Anwar

* 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 berkat dan Rahmat Tuhan yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul **PERANCANGAN COMPANY PROFILE PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI** dilakukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari sepenuhnya bahwa laporan ini tidak mungkin diselesaikan tanpa dukungan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik selama masa studi maupun proses penyusunannya. Oleh karena itu, saya menyampaikan terima kasih kepada:

1. Buddha, yang maha baik, selalu menunjukkan dengan terang segala arah yang baik untuk penulis dan melindungi penulis dalam setiap prosesnya.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
3. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
5. Ibu Siti Fithya Mauldina, S.Sos., M.Si, tercinta selaku dosen pembimbing skripsi yang telah sabar dan serius memberikan arahan, saran, serta masukan berharga dalam proses penyusunan laporan ini.
6. Bapak/Ibu Dosen penguji yang telah memberikan kritik dan masukan yang membangun dalam sidang magang.
7. PT Nusantara Properta Panbil yang telah memberikan kesempatan untuk penulis melakukan perancangan *company profile* Panbil Industrial Estate.
8. Ibu Hanna Kurniawati dan Bapak Yosef Eduardus selaku supervisor yang telah mendukung dan mengarahkan penulis dengan sabar dan selalu siap mengajari.
9. Keluarga saya, daddy yang saya yakin mendukung dan bangga kepada saya dari tempat jauh di sana, mami, da jie, Popi, Igit, serta, Raymond yang selalu mendukung saya dan membantu selama pelaksanaan magang.
10. Teman-teman di Batam, Gading Serpong, dan staf di Panbil, yang tidak bisa disebutkan satu-satu, yang setia menemani dan menjadi tempat keluh kesah pekerja magang.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan dan bantuan dalam berbagai bentuk.

Semoga laporan ini dapat memberikan manfaat, baik sebagai referensi maupun motivasi bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara dalam menjalani proyek serupa mereka di masa mendatang.

Batam, 9 Desember 2025



Marvena Anwar

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*

PANBIL INDUSTRIAL ESTATE SEBAGAI MEDIA PROMOSI

Marvena Anwar

ABSTRAK

Panbil Industrial Estate merupakan kawasan industri terpadu yang berlokasi di Batam, Kepulauan Riau, dan dikelola oleh Panbil Group. Sebagai kawasan industri yang menaungi berbagai perusahaan manufaktur, logistik, dan jasa pendukung, Panbil Industrial Estate membutuhkan materi komunikasi pemasaran yang mampu menyajikan informasi kawasan secara jelas, ringkas, dan informatif kepada calon investor. Dalam industri manufaktur, materi komunikasi pemasaran berperan penting untuk membangun kepercayaan dan mendukung pengambilan keputusan bisnis, salah satunya melalui *company profile* sebagai media komunikasi korporat yang merepresentasikan identitas dan keunggulan perusahaan. Laporan ini membahas proses perancangan *company profile* Panbil Industrial Estate sebagai media pendukung aktivitas pemasaran dan promosi kawasan industri. Pengembangan *company profile* ini didasari oleh konsep Tsuru. *Company profile* ini yang menekankan pada pembaruan tema, data, dan elemen visual agar relevan dengan kebutuhan target audiens. Landasan konsep tersebut digunakan untuk menghasilkan *company profile* dengan tema baru, data terbaru, penggunaan foto terkini, serta berbagai kebaruan konten dibandingkan *company profile* sebelumnya, sehingga mampu menyampaikan informasi kawasan secara lebih efektif. Metode perancangan meliputi pengumpulan dan pengolahan data kawasan industri, pembaruan konten, pemilihan elemen visual yang sesuai dengan identitas merek kawasan industri, serta penyusunan informasi yang sistematis dan mudah dipahami. Hasil akhir perancangan berupa *company profile digital* sebanyak 58 halaman yang memuat informasi fasilitas kawasan, infografis pendukung, dan data terbaru mengenai Panbil Industrial Estate. *Company profile* ini diharapkan dapat menjadi media komunikasi yang efektif dalam menarik minat investor dan calon tenant dengan menyajikan informasi yang dibutuhkan secara komprehensif, sekaligus memperkuat citra profesional Panbil Industrial Estate di mata publik.

Kata kunci: Profil Perusahaan, Panbil Industrial Estate, Pemasaran, Kawasan Industri

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 THE COMPANY PROFILE OF PANBIL INDUSTRIAL ESTATE AS A PROMOTIONAL MEDIA

Marvena Anwar

ABSTRACT

Panbil Industrial Estate is an integrated industrial area located in Batam, Riau Islands, and managed by Panbil Group. As an industrial estate that accommodates various manufacturing, logistics, and supporting service companies, Panbil Industrial Estate requires marketing communication materials that are able to present area-related information clearly, concisely, and informatively to potential investors. In the manufacturing industry, marketing communication materials play an important role in building trust and supporting business decision-making processes, one of which is through a company profile as a corporate communication medium that represents the identity and competitive advantages of the company. This report discusses the process of designing a company profile for Panbil Industrial Estate as a supporting medium for marketing and promotional activities of the industrial area. The development of this company profile is based on the Tsuro concept, which emphasizes the renewal of themes, data, and visual elements to ensure relevance to the needs of the target audience. This conceptual foundation is applied to produce a company profile featuring a new theme, updated data, the use of recent photographs, and various content innovations compared to the previous company profile, enabling more effective communication of the industrial area's information. The design method includes data collection and processing related to the industrial area, content updates, selection of visual elements aligned with the industrial estate's brand identity, and the organization of information in a systematic and easily understandable manner. The final outcome is a 58-page digital company profile containing information on facilities, supporting infographics, and the latest data on Panbil Industrial Estate. This company profile is expected to serve as an effective communication medium in attracting investors and prospective tenants by presenting comprehensive and relevant information, while also strengthening the professional image of Panbil Industrial Estate in the public eye.

Keywords: Company Profile, Panbil Industrial Estate, Marketing, Industrial Estate

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 Cover	ii
Halaman Pernyataan Tidak Plagiat.....	iii
Halaman Pernyataan Penggunaan Bantuan AI	iv
Halaman Persetujuan	v
Halaman Persetujuan Publikasi Karya Ilmiah	vi
Kata Pengantar.....	vii
Abstrak.....	viii
<i>Abstract</i>	ix
Daftar Isi	x
Daftar Tabel.....	xii
Daftar Gambar	xiii
Daftar Lampiran.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Karya.....	7
1.3 Kegunaan Karya.....	8
1.3.1 Kegunaan Akademis	8
1.3.2 Kegunaan Praktis	8
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Referensi Karya.....	9
2.2 Landasan Konsep	16
2.2.1 Marketing communications	16
2.2.2 Media Promosi	18
2.2.3 Corporate Communications	18
2.2.4 Corporate Identity	21
2.2.5 Public Relations Writing.....	22
2.2.6 Company Profile	25
2.2.7 Hirarki Visual dalam Desain Grafis.....	29

2.2.8 Grid dalam Desain Grafis	30
2.2.9 Tipografi dalam Desain Grafis.....	31
2.2.10 <i>Pagination</i> dalam Desain Grafis	35
2.2.11 Layout dalam Desain Grafis	35
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	40
3.1 Tahapan Pembuatan	40
3.1.1 Metode Pengumpulan Data	40
3.1.2 Metode Perancangan Karya	43
3.2 Rencana Anggaran	48
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	48
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	49
4.1 Strategi Perancangan.....	49
4.1.1 Pengumpulan Data	49
4.1.2 Perancangan Karya	63
4.2 Implementasi Karya	79
4.2.1 Realisasi Perancangan.....	79
4.2.2 Realisasi Anggaran	86
4.3 Evaluasi.....	87
4.3.1 Evaluasi Akhir Dosen Ahli	87
4.3.2 Evaluasi Internal dan Eksternal.....	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
5.2.1 Saran Akademis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA.....	95
LAMPIRAN.....	97

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Laporan Perancangan Karya	12
Tabel 2.2 Isi Company Profile.....	26
Tabel 3.1 Narasumber Perancangan Karya.....	32
Tabel 3.2 Rencana Anggaran.....	38
Tabel 4.1 Realisasi Anggaran	76
Tabel 4.2 Daftar Pertanyaan Kuesioner Internal	78
Tabel 4.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner Eksternal.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Peringkat Realisasi Investasi T1 2025	1
Gambar 1.2 Lima Besar Subsektor Realisasi Investasi T1 2025	2
Gambar 1.3 Lima Besar Negara Realisasi Investasi T1 2025	2
Gambar 1.4 Peringkat Realisasi Investasi T1 2025 Berdasarkan Lokasi	3
Gambar 2.1 Tata Letak Mondrian.....	28
Gambar 2.2 Tata Letak Aksial.....	28
Gambar 2.3 Tata Letak <i>Big Type</i>	29
Gambar 2.4 Tata Letak <i>Picture Window</i>	29
Gambar 2.5 Tata Letak Multi Panel.....	30
Gambar 2.6 Tata Letak Siluet.....	30
Gambar 3.1 Pertanyaan Wawancara Substansi Compro (1-3)	32
Gambar 3.2 Pertanyaan Wawancara Substansi Compro (4-6)	33
Gambar 3.3 Pertanyaan Wawancara Sistematika Compro	33
Gambar 3.4 Linimasa Produksi Karya.....	34
Gambar 4.1 Bagian Pembuka Company Profile PIE	45
Gambar 4.2 Bagian Isi Company Profile PIE.....	45
Gambar 4.3 Bagian Milestones Company Profile PIE	46
Gambar 4.4 Referensi Compro PIE	46
Gambar 4.5 Bagian Pembuka Company Profile Panbil Group	45
Gambar 4.6 Bagian Isi Company Profile Panbil Group (1).....	47
Gambar 4.7 Bagian Isi Company Profile Panbil Group (2).....	48
Gambar 4.8 Bagian Isi Company Profile Panbil Group (3).....	48
Gambar 4.9 Tampilan Beranda <i>Website</i> PIE	49
Gambar 4.10 Tampilan About Us Website PIE.....	49
Gambar 4.11 Tampilan Self-Integrated Website PIE	50
Gambar 4.12 <i>Logo Variation</i> PIE	50
Gambar 4.13 Referensi Desain <i>Company Profile</i>	51
Gambar 4.14 Palet Warna Desain.....	51
Gambar 4.15 Infografis Waktu Compro PT PWS	52
Gambar 4.16 Infografis Geografis Compro PT PWS	52
Gambar 4.17 Company Profile WIKA	53
Gambar 4.18 Sketsa Bagian Awal <i>Company Profile</i>	54
Gambar 4.19 Sketsa Bagian Infografis <i>Company Profile</i>	55
Gambar 4.20 Struktur <i>Company Profile</i> PIE.....	56
Gambar 4.21 Tangkapan Layar Kumpulan Foto PIE	57
Gambar 4.22 Rubrikasi halaman 25 s.d 29 Company Profile PIE	58
Gambar 4.23 Rubrikasi Infografis (1 s.d 3)	58
Gambar 4.24 Rubrikasi Infografis (4 dan 5).....	59

Gambar 4.25 Rubrikasi Infografis (6 dan 7).....	59
Gambar 4.26 Design & Layout (1-12).....	60
Gambar 4.27 Design & Layout (13-24).....	60
Gambar 4.28 Design & Layout (25-36).....	61
Gambar 4.29 Design & Layout (37-48).....	61
Gambar 4.30 Design & Layout (49-58).....	61
Gambar 4.31 Desain Infografis Lokasi Bisnis.....	62
Gambar 4.32 Desain Infografis Batam to Singapore.....	62
Gambar 4.33 Desain Infografis Pertumbuhan Ekonomi.....	63
Gambar 4.34 Desain Infografis Lokasi Panbil di Tengah Batam.....	63
Gambar 4.35 Desain Infografis Negara Tenant PIE.....	63
Gambar 4.36 Bagian Evaluasi 1.....	65
Gambar 4.37 Bagian Evaluasi 2.....	66
Gambar 4.38 Bagian Evaluasi 3.....	66
Gambar 4.39 Bagian Evaluasi 4.....	67
Gambar 4.40 Bagian Evaluasi 5.....	68
Gambar 4.41 Bagian Halaman Pembuka.....	69
Gambar 4.42 Bagian About Panbil Group.....	70
Gambar 4.43 Bagian Business Unit.....	70
Gambar 4.44 Bagian Milestones.....	71
Gambar 4.45 Bagian Batam.....	72
Gambar 4.46 Bagian About Panbil Industrial Estate.....	72
Gambar 4.47 Bagian One-Stop Services.....	73
Gambar 4.48 Bagian Self-Sufficient.....	73
Gambar 4.49 Bagian Self-Integrated.....	74
Gambar 4.50 Bagian Industrial Expansion.....	75
Gambar 4.51 Bagian Penutup.....	75
Gambar 4.52 Hasil Evaluasi Internal 1.....	77
Gambar 4.53 Hasil Evaluasi Internal 2.....	78
Gambar 4.54 Hasil Evaluasi Eksternal.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Karya	85
Lampiran 2 Tabel Tautan.....	88
Lampiran 3 Surat Izin Penggunaan Merek (Marketing Manager PIE).....	89
Lampiran 4 Surat Izin Penggunaan Merek (Corporate Marcomm Manager).....	90
Lampiran 5 Formulir Bimbingan Dosen Pembimbing	91
Lampiran 6 Formulir Bimbingan Dosen Ahli.....	92
Lampiran 7 Transkrip Wawancara <i>Corporate Marcomm Manager</i>	93
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Staff Marketing PIE	77
Lampiran 9 Hasil Turnitin	98

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA