

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS
CINEMAS INDONESIA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Grisella Vevilia Lauren

00000067986

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

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS
CINEMAS INDONESIA**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Grisella Vevilia Lauren

00000067986

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Grisella Vevilia Lauren

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067986

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS CINEMAS INDONESIA

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, 8 Desember 2025



Grisella Vevilia Lauren

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Grisella Vevilia Lauren
NIM : 00000067986
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : **PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
CINÉPOLIS CINEMAS INDONESIA**

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

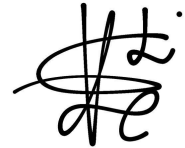
- ☒ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu dalam menghasilkan ide-ide utama saja
- ☐ Menggunakan AI sebagaimana diizinkan untuk membantu menghasilkan teks pertama saja
- ☒ Menggunakan AI untuk menyempurnakan sintaksis dan tata bahasa untuk pengumpulan tugas
- ☐ Karena tidak diizinkan: Tidak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

Saya juga menyatakan bahwa:

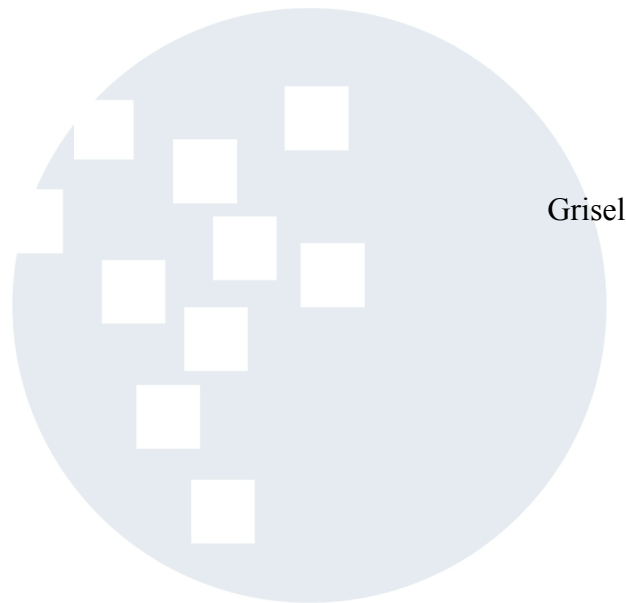
- (1) Menyerahkan secara lengkap dan jujur penggunaan perangkat AI yang diperlukan dalam tugas melalui Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial (AI)
- (2) Mengakui telah menggunakan bantuan AI dalam tugas saya baik dalam bentuk kata, paraphrase, penyertaan ide atau fakta penting yang disarankan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

(3) Terlepas dari pernyataan di atas, tugas ini sepenuhnya merupakan karya saya sendiri

Tangerang, 8 Desember 2025



Grisella Vevilia Lauren



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS
CINEMAS INDONESIA**

Oleh

Nama : Grisella Vevilia Lauren
NIM : 00000067986
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Rabu, 14 Januari 2026
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang


Digitally signed
by Dian
Nuranindya
Date:
2026.01.19
20:52:12 +07'00'
Dian Nuranindya, S.E., M.Si.
NIDN 0314128502

Penguji


Novaldy
Prawhesmara
2026.01.19
12:11:15 +07'00'
Novaldy Prawhesmara, S.Kom., M.I.Kom.
NIDN 0307117806

Pembimbing


Agus Kustiwa, S.Sos., M.Si.
NIDN 0318118203

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Digitally signed
by Cendera Rizky
Anugrah Bangun
Date: 2026.01.20
10:01:31 +07'00'
Cendera Rizky Anugrah Bangun, M. Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Grisella Vevilia Lauren
NIM : 00000067986
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Judul Karya Ilmiah :
**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS CINEMAS
INDONESIA**

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, 8 Desember 2025

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Grisella Vevilia Lauren

* Centang salah satu tanpa menghapus opsi yang tidak dipilih

** 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 berkat dan rahmat sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi Berbasis Karya ini dengan judul: **“PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS CINEMAS 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 menyadari bahwa tanpa bantuan, motivasi, dan bimbingan dari berbagai pihak, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan penyusunan skripsi berbasis karya ini. Oleh karena itu, saya 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. Bapak Agus Kustiwa, S.Sos, M.Si., selaku Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi hingga terselesainya tugas akhir ini.
5. Kak Renanda Kurniawan, S.Ds., selaku Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam perancangan karya tugas akhir ini.
6. Cinépolis Cinemas Indonesia (PT Cinemaxx Global Pasifik), atas kesempatan dan kepercayaan untuk merancang karya tugas akhir ini bagi perusahaan.
7. Ci Delfi Kartikawati selaku Brand Marketing Manager atas kepercayaan, masukan, motivasi, dan dukungan yang sangat membantu dalam perancangan karya tugas akhir ini.

8. Kak Reza, Kak Giacinta, Kak Billy, Kak Melisa, Kak Amy, dan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu atas dukungan dalam menyediakan berbagai informasi, data, dan dokumentasi yang dibutuhkan dalam perancangan karya tugas akhir ini.
9. Catherine Cahaya selaku Graphic Designer yang telah membantu proses desain karya tugas akhir ini dengan maksimal.
10. Keluarga, Mami, Papi, Ce Vava, Verrill yang telah memberikan dukungan material, moral, emosional, serta doa sehingga saya dapat menyelesaikan karya tugas akhir dan penulisan skripsi berbasis karya ini hingga akhir.
11. Teman seperjuangan, Debora, Keira, dan Brigita yang telah memberikan dukungan emosional dan berjuang bersama selama 7 semester hingga berakhirnya penulisan skripsi berbasis karya ini.

Semoga skripsi berbasis karya ini dapat memberikan wawasan, pengetahuan, motivasi, serta menjadi referensi berharga bagi berbagai pihak, khususnya mahasiswa dan mahasiswi Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 8 Desember 2025

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA



Grisella Vevilia Lauren

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* CINÉPOLIS CINEMAS INDONESIA

Grisella Vevilia Lauren

ABSTRAK

Di tengah persaingan industri bioskop, Cinépolis Cinemas Indonesia berupaya memperkuat *positioning*-nya dalam benak para pemangku kepentingan, terutama di kalangan calon klien atau mitra bisnis. Hal ini untuk mendukung berbagai bentuk layanan kerjasama perusahaan yang berpotensi besar untuk dikembangkan. Oleh sebab itu, diperlukan penyusunan sebuah dokumen *company profile* yang mencakup informasi perusahaan secara komprehensif. Tujuannya yaitu memperkuat *brand positioning* sekaligus menjadi materi komunikasi yang mampu menunjang proses kerja sama *Business to Business* (B2B) dengan pihak eksternal. *Company profile* dirancang dengan format digital berbasis *Power Point* karena lebih fleksibel dalam penggunaannya. Metode perancangan karya ini mengacu pada tahapan menulis materi *public relations* oleh Ronald D. Smith. Proses ini terdiri dari 9 tahapan yang dibagi dalam empat fase mulai dari riset, strategi, taktik, hingga evaluasi. Beberapa konsep yang digunakan dalam karya ini yaitu *public relations*, *company profile*, komunikasi visual, *brand guideline*, dan *copywriting*. Berdasarkan hasil evaluasi, informasi yang disajikan dalam *company profile* mengenai identitas umum, produk, dan layanan kerja sama perusahaan berhasil tersampaikan dengan baik kepada pihak internal maupun eksternal. Selain itu, *company profile* ini menjadi alat komunikasi yang efektif dalam mendukung proses kerja sama perusahaan.

Kata kunci: Cinépolis Cinemas Indonesia, Hubungan Masyarakat, Profil Perusahaan

DESIGNING COMPANY PROFILE OF CINÉPOLIS CINEMAS INDONESIA

Grisella Vevilia Lauren

ABSTRACT

In the competitive cinema industry, Cinépolis Cinemas Indonesia strives to strengthen its positioning in the minds of stakeholders, particularly prospective clients and business partners. It is intended to support various forms of corporate collaboration with significant potential for development. Therefore, the creation of a comprehensive company profile document is required to present detailed information about the organization. The primary objective is to reinforce brand positioning while serving as a communication tool that supports Business-to-Business (B2B) partnerships with external stakeholders. The company profile is designed in a digital Power Point format to ensure flexibility and ease of use across various contexts. The design process follows the stages of public relations writing proposed by Ronald D. Smith, consisting of nine steps divided into four phases. Those are research, strategy, tactics, and evaluation. Several key concepts applied in this project including public relations, company profile, visual communication, brand guidelines, and copywriting. Based on the evaluation results, the company profile successfully conveys information regarding the organization's identity, products, and collaborative services to both internal and external audiences. Furthermore, the document has proven to be an effective communication tool in supporting the company's partnership processes.

Keywords: Cinépolis Cinemas Indonesia, Company Profile, Public Relations

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI).....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Karya.....	1
1.2 Tujuan Karya.....	8
1.3 Kegunaan Karya.....	8
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	8
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.....	17
2.1.1 Public Relations.....	17
2.1.2 Company Profile.....	23
2.1.3 Komunikasi Visual.....	27
2.1.3.1 Desain Komunikasi Visual.....	28
2.1.3.2 Layout dan Grid.....	34
2.1.5 Brand Guideline.....	38
2.1.6 Copywriting.....	41
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA.....	44
3.1 Tahapan Pembuatan.....	44
3.1.1 Metode Pengumpulan Data.....	44
3.1.1.1 Observasi.....	44
3.1.1.2 Wawancara.....	45
3.1.1.3 Studi Pustaka.....	47
3.1.2 Metode Perancangan Karya.....	48
3.1.2.1 Phase One: Formative Research.....	48
3.1.2.2 Phase Two: Strategy.....	51

3.1.2.3 Phase Three: Tactics.....	56
3.1.2.4 Phase Four: Evaluative Research.....	60
3.2. Rencana Anggaran.....	64
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI.....	65
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	66
4.1 Strategi Perancangan.....	66
4.1.1 Hasil Pengumpulan Data.....	66
4.1.1.1 Hasil Observasi.....	66
4.1.1.2 Hasil Wawancara.....	67
4.1.1.3 Hasil Studi Pustaka.....	75
4.1.2 Perancangan Karya.....	78
4.1.2.1 Phase One: Formative Research.....	78
4.1.2.1.1 Tahap 1: Analyzing the Situation.....	78
4.1.2.1.2 Tahap 2: Analyzing the Organization.....	79
4.1.2.1.3 Tahap 3: Analyzing the Publics.....	80
4.1.2.2 Phase Two: Strategy.....	81
4.1.2.2.1 Tahap 4: Setting Goals and Objectives.....	81
4.1.2.2.2 Tahap 5: Creating Action and Response Strategies.....	83
4.1.2.2.3 Tahap 6: Developing the Message Strategy.....	83
4.2 Implementasi Karya.....	86
4.2.1 Phase Three: Tactics.....	86
4.2.1.1 Tahap 7: Selecting Communication Tactics.....	86
4.2.1.2 Tahap 8: Implementing the Strategic Plan.....	89
4.2.2 Realisasi Anggaran.....	115
4.3 Evaluasi.....	116
4.3.1 Tahap 9: Evaluating the Strategic Plan.....	116
4.3.1.1 Hasil Survei Internal.....	116
4.3.1.2 Hasil Survei Eksternal.....	122
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	128
5.1 Kesimpulan.....	128
5.2 Saran.....	129
5.2.1 Saran Akademis.....	129
5.2.2 Saran Praktis.....	129
DAFTAR PUSTAKA.....	131
LAMPIRAN.....	135

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya	11
Tabel 3.1 Daftar Narasumber Wawancara	47
Tabel 3.2 Linimasa Perancangan Karya	59
Tabel 3.3 Daftar Pertanyaan Kuesioner	62
Tabel 3.4 Rincian Anggaran	64
Tabel 4.1 Rubrikasi Company Profile	90
Tabel 4.2 Rincian Anggaran	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ruang Menonton Film Masyarakat Indonesia	2
Gambar 1.2 Alasan Masyarakat Menonton Film di Bioskop	2
Gambar 1.3 Jumlah Bioskop di Indonesia Berdasarkan Kelompok	3
Gambar 1.4 Tipe Studio Cinépolis Cinemas Indonesia	5
Gambar 1.5 Isi Company Profile Cinépolis Cinemas Indonesia 2024	7
Gambar 2.1 9 Tahapan Menulis Public Relations	22
Gambar 2.2 Penerapan Kesatuan	30
Gambar 2.3 Penerapan Keseimbangan Simetris	32
Gambar 2.4 Penerapan Keseimbangan Asimetris	32
Gambar 2.5 Penerapan Ritme	33
Gambar 2.6 Penerapan Penekanan	33
Gambar 2.7 Penerapan Proporsi	34
Gambar 2.8 Manuscript Grid	36
Gambar 2.9 Singular Column	36
Gambar 2.10 Multiple Column	37
Gambar 2.11 Modular Grid	37
Gambar 2.12 Asymmetrical Grid	37
Gambar 2.13 Hierarchical Grid	38
Gambar 3.1 Company Profile PT Bumi Serpong Damai	48
Gambar 4.1 Company Profile Khusus Divisi Media Sales	67
Gambar 4.2 Company Profile Dari HR	76
Gambar 4.3 Company Profile Divisi Media Sales	76
Gambar 4.4 Website Cinépolis Cinemas Indonesia	77
Gambar 4.5 Brand Guideline Cinépolis	77
Gambar 4.6 Dokumen Brand Guideline Cinépolis	88
Gambar 4.7 Dokumen Copywriting Company profile	93
Gambar 4.8 Logo Cinépolis Cinemas Indonesia	94
Gambar 4.9 Logo Cinépolis Warna Hitam dan Putih	94
Gambar 4.10 Warna Utama Cinépolis	95
Gambar 4.11 Color Palette Cinépolis	95
Gambar 4.12 Ketentuan Gradasi Warna Cinépolis	96
Gambar 4.13 Tipografi Cinépolis	97
Gambar 4.14 Aset Foto Cinépolis Cinemas Indonesia	98
Gambar 4.15 Deck Layouting	99
Gambar 4.16 Cover Company Profile	100
Gambar 4.17 Table of Content	101
Gambar 4.18 Foreword CEO	101
Gambar 4.19 About Us: Cinépolis Global	102

Gambar 4.20 Persebaran Cinépolis di Indonesia	103
Gambar 4.21 Pencapaian dan Nilai Perusahaan	103
Gambar 4.22 Tim Crew dan Struktur Organisasi Cinépolis	104
Gambar 4.23 Halaman Transisi Produk Cinema	105
Gambar 4.24 Tipe Studio Cinépolis Cinemas Indonesia	105
Gambar 4.25 Halaman Tambahan Tipe VIP dan Junior	106
Gambar 4.26 Inovasi pada Produk Cinema	106
Gambar 4.27 Halal Certification F&B Cinépolis	107
Gambar 4.28 Produk F&B Regular dan VIP	108
Gambar 4.29 Inovasi Produk F&B	108
Gambar 4.30 Benefit Club Cinépolis	109
Gambar 4.31 360 Campaign Cinépolis Cinemas Indonesia	110
Gambar 4.32 Layanan ATL-OOH	111
Gambar 4.33 Layanan BTL-OOH	111
Gambar 4.34 Layanan BTL-Digital	112
Gambar 4.35 Layanan ATL-Digital	112
Gambar 4.36 Halaman Contact	113
Gambar 4.37 Halaman Penutup	113
Gambar 4.38 Hasil Survei Internal Komponen Awareness	117
Gambar 4.39 Hasil Survei Internal Komponen Acceptance	118
Gambar 4.40 Hasil Survei Internal Komponen Action	119
Gambar 4.41 Hasil Survei Internal Tampilan	121
Gambar 4.42 Hasil Survei Eksternal Komponen Awareness	123
Gambar 4.43 Hasil Survei Eksternal Komponen Acceptance	124
Gambar 4.44 Hasil Survei Eksternal Komponen Action	125
Gambar 4.45 Hasil Survei Eksternal Tampilan	126

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A. Turnitin	135
Lampiran B. Formulir Bimbingan	138
Lampiran C. Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	139
Lampiran D. Lampiran Pengecekan Hasil AI Writing	141
Lampiran E. Formulir Konsultasi Tugas Akhir	142
Lampiran F. Curriculum Vitae Dosen Pembimbing Ahli	144
Lampiran G. Surat Izin Pembuatan Karya	145
Lampiran H. Hasil Karya Company Profile	146
Lampiran I. Rubrikasi dan Copywriting Konten Company Profile	148
Lampiran J. Transkrip Wawancara	149

