

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

GABRIELLA JOSELYN G.

00000067371

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

GABRIELLA JOSELYN G.

00000067371

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2026**

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Gabriella Josellyn G.

Nomor Induk Mahasiswa : 00000067371

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : Strata 1 (S-1)

Menyatakan bahwa Skripsi Berbasis Karya dengan judul:

PERANCANGAN COMPANY PROFILE

OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

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 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, 8 Januari 2026



(Gabriella Josellyn G.)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Gabriella Josellyn G.
NIM : 00000067371
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : Perancangan Company Profile Orlange Digital
Advertising Agency

Dengan ini saya menyatakan secara jujur menggunakan bantuan Kecerdasan Artifisial (AI) dalam pengerjaan Tugas/Laporan/Project/Tugas Akhir*(pilih salah satu) sebagai berikut (beri tanda centang yang sesuai):

- ☐ 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

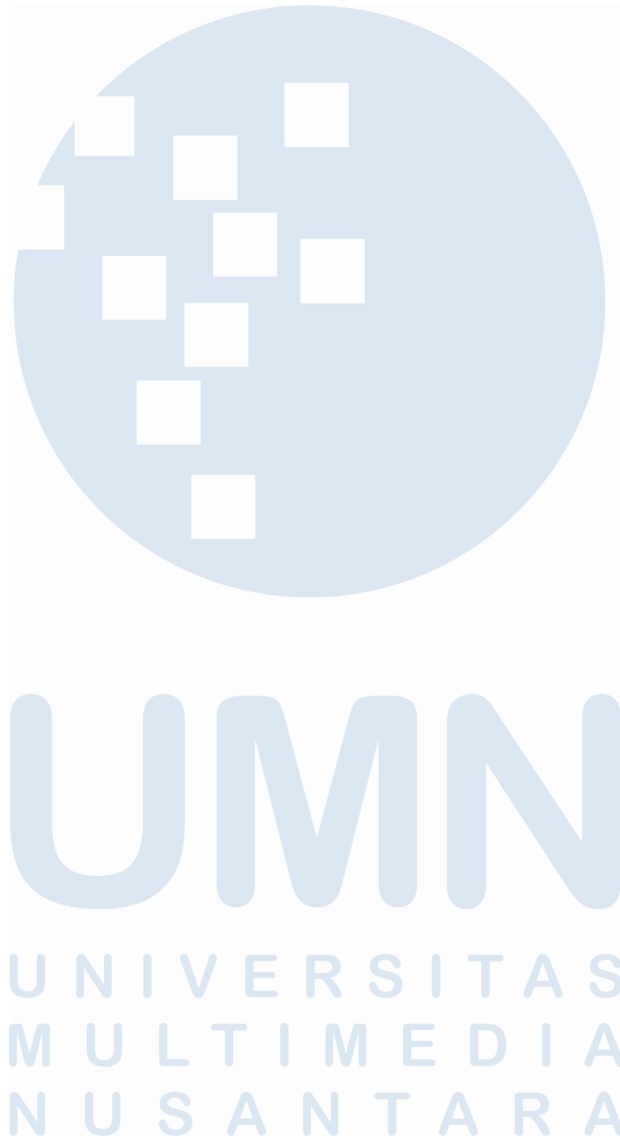
Saya juga menyatakan bahwa:

- (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, 20 Januari 2026



(Gabriella Josellyn G.)



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul
PERANCANGAN COMPANY PROFILE
OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Oleh

Nama : Gabriella Josellyn G.
NIM : 00000067371
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Kamis, 8 Januari 2026
Pukul 09.00 s.d 10.30 dan dinyatakan
LULUS
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T.,
M.Sn
NIDN 0313068201

Inco Hary Perdana
NIDN 0308117706

Pembimbing

Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom
NIDN 0331077503

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Gabriella Josellyn G.
NIM : 00000067371
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : Strata 1 (S-1)
Judul Karya Ilmiah : Perancangan Company Profile Orlange Digital Advertising Agencys

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, 20 Januari 2026

Yang menyatakan,



(Gabriella Josellyn G.)

* 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 kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas selesainya penulisan skripsi berbasis karya ini dengan judul:

“PERANCANGAN COMPANY PROFILE OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY” 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 dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi berbasis karya ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi 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. Irwan Fakhruddin, S.Sn., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Reza Akbar, sebagai CEO dari Orlange Digital Advertising Agency yang telah memberikan kesempatan dan kepercayaan untuk merancang karya berupa *company profile* untuk perusahaan
6. Bapak Dr. Arsa Widitarsa Utoyo, S.T., M.Sn selaku Ketua Sidang dan Bapak Inco Hary Perdana selaku penguji yang telah memberikan arahan dan masukan saat sidang.
7. Bapak Erick Sebastian, sebagai Creative Director Orlange Digital Advertising Agency, yang telah memberikan kesempatan, bimbingan, dan masukan selama proses perancangan karya.

8. Ibu Stephanie Putri Fajar, sebagai Business Director Orlange Digital Advertising Agency, yang telah memberikan dorongan motivasi, bimbingan, dan masukan selamat proses perancangan karya
9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.

Semoga laporan skripsi ini dapat menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi para pembaca khususnya mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 20 Januari 2026

(Gabriella Josellyn)



PERANCANGAN COMPANY PROFILE

OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Gabriella Josellyn G.

ABSTRAK

Perkembangan digitalisasi dan meningkatnya persaingan antar *digital advertising agency* menuntut agensi untuk memiliki media komunikasi yang mampu menampilkan identitas, kredibilitas, dan keunggulan perusahaan secara jelas. Orlange Digital Advertising Agency sebagai agensi yang telah berdiri sejak 2013 menghadapi kendala berupa media komunikasi yang tidak diperbarui, sehingga menyulitkan publik dalam memperoleh informasi perusahaan. Oleh karena itu, karya ini bertujuan merancang *company profile* sebagai media komunikasi terintegrasi yang menampilkan identitas, layanan, dan portofolio Orlange secara relevan dengan kebutuhan industri saat ini. Metode yang digunakan adalah perancangan berbasis karya dengan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta menggunakan *Five-Phase Model of The Design Process* oleh Robin Landa. Landasan teori yang digunakan meliputi *corporate communication*, *company profile*, *public relations writing*, *project management*, serta prinsip dan elemen desain. Hasil karya berupa *company profile* digital berbentuk deck PPT yang memuat informasi perusahaan secara terstruktur dan visual komunikatif. Alhasil, perancangan karya berupa *company profile* dapat memperkuat identitas dan meningkatkan daya saing Orlange di mata klien

Kata kunci: *Company Profile, Corporate Communication, Digital Advertising Agency*

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

THE CRAFTING PROCESS OF THE COMPANY PROFILE FOR THE OLRANGE DIGITAL ADVERTISING AGENCY

Gabriella Josellyn G.

ABSTRACT

The development of digitalization and increasing competition among digital advertising agencies require agencies to have communication media that can clearly display the company's identity, credibility, and excellence. Orlange Digital Advertising Agency, an agency that has been established since 2013, faces the obstacle of outdated communication media, making it difficult for the public to obtain information about the company. Therefore, this work aims to design a company profile as an integrated communication medium that displays Orlange's identity, services, and portfolio in a manner relevant to current industry needs. The method used is design-based work with a qualitative approach through interviews, observation, and documentation, as well as using Robin Landa's Five-Phase Model of The Design Process. The theoretical basis used includes corporate communication, company profile, project management, copywriting, as well as design principles and elements. The result is a digital company profile in the form of a booklet that contains structured and visually communicative company information. As a result, the design of the company profile can strengthen Orlange's identity and increase its competitiveness in the eyes of clients.

Keywords: *Company Profile, Corporate Communication, Digital Advertising Agency*



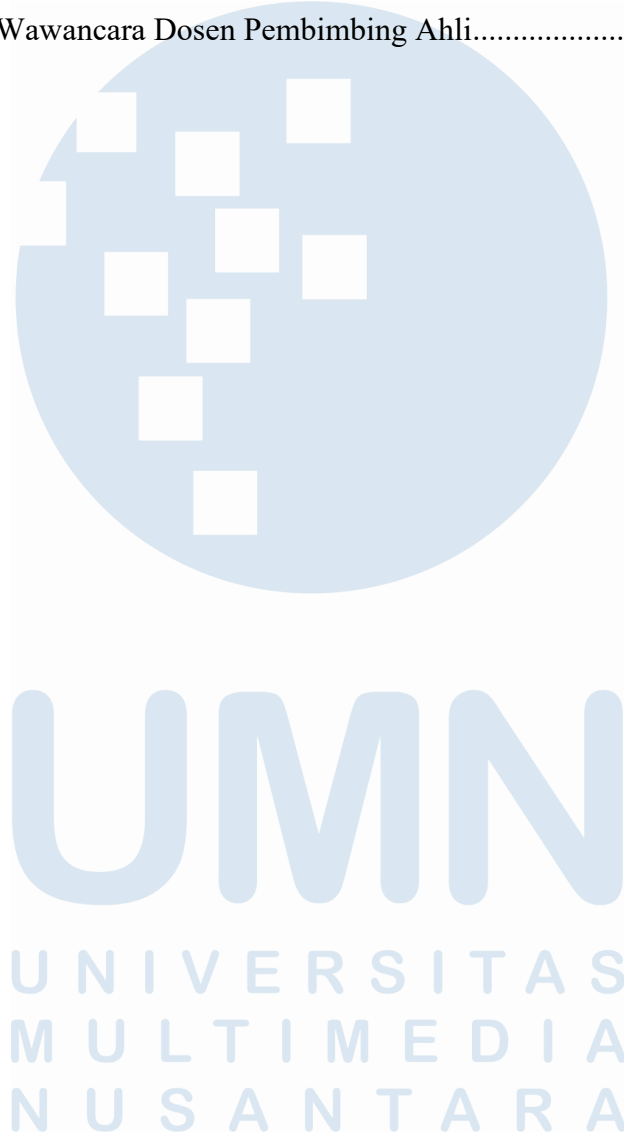
DAFTAR ISI

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
<i>ABSTRACT</i>	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Tujuan Karya	4
1.3 Kegunaan Karya	5
1.3.1 Kegunaan Akademis	5
1.3.2 Kegunaan Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Referensi Karya Sejenis	6
2.1.1 Karya Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori/Konsep yang Digunakan	1
2.2.1 <i>Corporate Communication</i>	1
2.2.2 <i>Company profile</i>	2
2.2.3 <i>Public Relations Writing</i>	4
2.2.4 <i>Project Management</i>	5

2.2.5.	Prinsip Desain	7
2.2.6.	Elemen Desain	9
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA		13
3.1	Tahapan Pembuatan	13
3.1.1.	Pra Produksi	14
3.1.2.	Produksi	29
3.1.3.	Pasca Produksi	31
3.2	Rencana Anggaran	32
3.3	Target Luaran/Publikasi/HKI	33
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN		34
4.1	Strategi Perancangan	34
4.1.1.	Hasil Pengumpulan Data	34
4.1.2.	Proposal Perancangan Karya	41
4.2	Implementasi Karya	45
4.3	Evaluasi	60
BAB IV SIMPULAN DAN SARAN		64
5.1	Simpulan	64
5.2	Saran	66
5.2.1	Saran Akademis	66
5.2.2	Saran Praktis	66
DAFTAR PUSTAKA		67
LAMPIRAN		71

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Referensi Karya.....	1
Tabel 3.1 Rencana Anggaran	32
Tabel 4.1 Hasil Wawancara Key Informan.....	34
Tabel 4.2 Hasil Wawancara Dosen Pembimbing Ahli.....	37

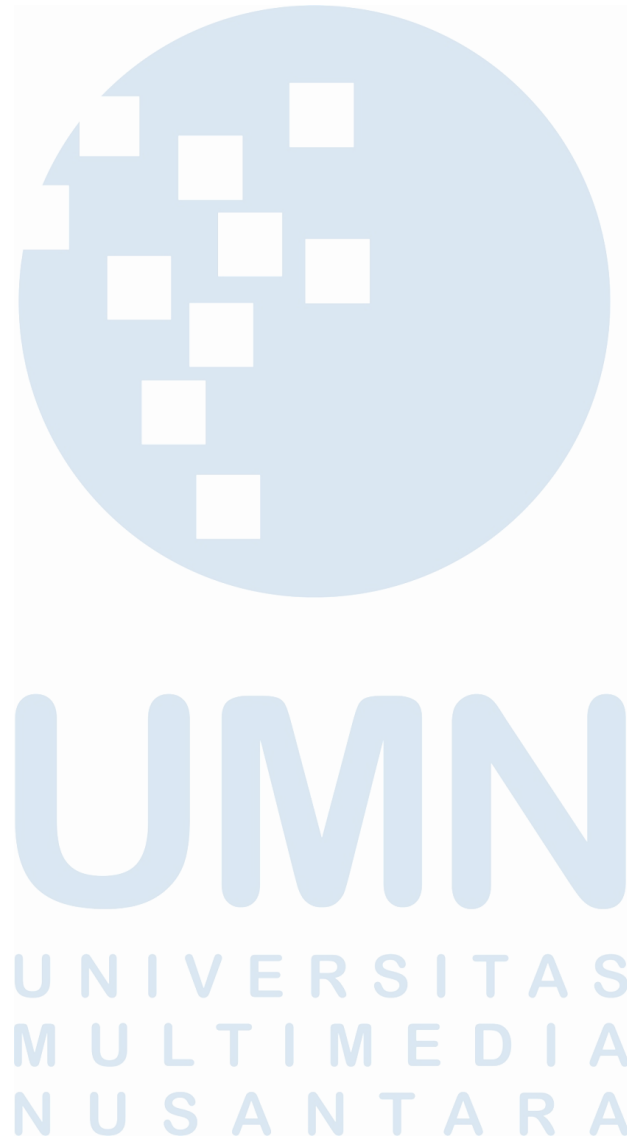


DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Contoh <i>work breakdown structure</i> (WBS)	7
Gambar 2.2 Cara-cara menentukan hirarki	8
Gambar 2.3 Contoh penggunaan <i>alignment</i> tengah	8
Gambar 2.4 Contoh poster yang menunjukkan <i>unity</i>	9
Gambar 3.1 Timeline kerja perancangan karya	16
Gambar 3.2 <i>Cover Company Profile</i> MRA Media	17
Gambar 3.3 <i>Website</i> Resmi MRA Media	17
Gambar 3.4 Logo MRA Media	18
Gambar 3.5 Contoh Penerapan Struktur Hirarki MRA Media	18
Gambar 3.6 <i>Slides</i> Jenis Layanan dan <i>Case Study</i> MRA Media	18
Gambar 3.7 <i>Cover Company Profile</i> LOD Agency tahun 2024	19
Gambar 3.8 Postingan Instagram LOD Agency	19
Gambar 3.9 <i>Slides</i> Portofolio Company Profile LOD Agency	20
Gambar 3.10 Postingan Instagram Orlange	22
Gambar 3.11 Moodboard Gradient	23
Gambar 3.12 <i>Family Font</i> Bebas Neue	25
Gambar 3.13 <i>Family Font</i> Syne	25
Gambar 3.14 Contoh <i>Gradient</i> Oranye	26
Gambar 3.15 <i>Color Pallete</i> Company Profile Orlange	26
Gambar 3.16 Standar Ukuran <i>Slides</i> untuk Kebutuhan Digital	27
Gambar 3.17 <i>Company Profile</i> ALVA	27
Gambar 3.18 <i>Manuscript Gridlines</i>	28
Gambar 3.19 <i>Columns Gridlines</i>	28
Gambar 3.20 <i>Outline Company Profile</i> Orlange	30
Gambar 4.1 <i>Brand Promise</i> Orlange pada <i>company profile</i> tahun 2021	40
Gambar 4.2 Laman Orlange dalam <i>Website</i> ALVA	41
Gambar 4.3 Latar Belakang dalam <i>deck Creative Rational</i>	42
Gambar 4.4 Client Persona dan Client Journey dalam <i>deck Creative Rational</i>	43

Gambar 4.5 Referensi Karya dalam <i>deck Creative Rational</i>	45
Gambar 4.6 Draft Cover.....	46
Gambar 4.7 Hasil <i>Cover</i>	46
Gambar 4.8 <i>Draft Table of Content</i>	47
Gambar 4.9 Hasil <i>Table of Content</i>	47
Gambar 4.10 <i>Draft</i> Narasi Pembuka.....	48
Gambar 4.11 Hasil Narasi Pembuka	48
Gambar 4.12 <i>Draft Brand Promise</i>	49
Gambar 4.13 Hasil <i>Brand Promise</i>	49
Gambar 4.14 <i>Draft</i> Perkenalan Orlange.....	50
Gambar 4.15 <i>Draft</i> Visi dan Misi Orlange	51
Gambar 4.16 <i>Draft Statement</i>	51
Gambar 4.17 <i>Draft</i> Managing Board Orlange	51
Gambar 4.18 Hasil Perkenalan Orlange.....	52
Gambar 4.19 Hasil Visi dan Misi Orlange.....	52
Gambar 4.20 Hasil <i>Statement</i>	52
Gambar 4.21 Hasil Sejarah Orlange	53
Gambar 4.22 Hasil <i>Managing Boards</i>	53
Gambar 4.23 Hasil Jenis Layanan.....	54
Gambar 4.24 <i>Draft</i> Rangkuman <i>Client</i> Orlange	54
Gambar 4.25 <i>Draft Client's Testimony</i>	55
Gambar 4.26 Hasil Rangkuman <i>Client</i> Orlange	55
Gambar 4.27 Hasil <i>Client's Testimony</i>	55
Gambar 4.28 Hasil <i>Client's List</i>	56
Gambar 4.29 <i>Draft Cover</i> Portofolio	57
Gambar 4.30 <i>Draft</i> Isi Portofolio	57
Gambar 4.31 Hasil <i>Cover</i> Portofolio	57
Gambar 4.32 Hasil Isi Portofolio	58
Gambar 4.33 <i>Draft Achievement</i> Orlange.....	58
Gambar 4.34 Hasil <i>Achievement</i> Orlange	59
Gambar 4.35 <i>Draft Contact Person</i>	59

Gambar 4.36 Hasil <i>Statement Slides</i>	59
Gambar 4.37 Hasil <i>Contact Person</i>	60
Gambar 4.38 Contoh Pemberian <i>Feedback</i> via <i>Comment Deck</i>	60



DAFTAR LAMPIRAN

A.	Lampiran Pengecekan Hasil Turnitin	71
B.	Lampiran Konsultasi Form Dosen Pembimbing.....	75
C.	Lampiran Konsultasi Form Dosen Pembimbing Ahli.....	78
D.	Lampiran Hasil Karya Company Profile	80
E.	Lampiran Verifikasi Laporan MBKM - MBKM 04	81
F.	Lampiran Surat Izin Penggunaan Merek.....	82
G.	Lampiran Transkrip Wawancara.....	83
H.	Lampiran Formulir Penggunaan AI	84

