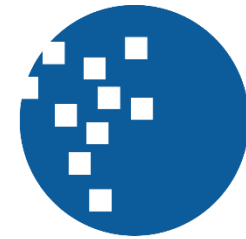


**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT
PADA IMAGE DYNAMICS**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Satria Rafi Setyojati

00000071775

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

2026

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT
PADA IMAGE DYNAMICS**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Satria Rafi Setyojati

00000071775

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Satria Rafi Setyojati

Nomor Induk Mahasiswa : 00000071775

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT
PADA IMAGE DYNAMICS**

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, 16/12/2025


(Satria Rafi Setyojati)

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Satria Rafi Setyojati
NIM : 00000071775
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan : PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS
DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT
PADA IMAGE DYNAMICS

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, 18 Desember 2025



Satria Rafi Setyojati

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT PADA IMAGE DYNAMICS

Oleh

Nama : Satria Rafi Setyojati

NIM : 00000071775

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 5 Januari 2026

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom., M.Si

NIDN 0320079201

Penguji

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

NIDN 0305018604

Pembimbing

Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si

NIDN 7556755656230102

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 : Satria Rafi Setyojati

NIM : 00000071775

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : PERANCANGAN *COMPANY PROFILE*
BERBASIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT PADA
IMAGE DYNAMICS

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, 16 Desember 2025



(Satria Rafi Setyojati)

* 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 penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat-Nya sehingga laporan tugas akhir berjudul “**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT PADA IMAGE DYNAMICS**” dapat diselesaikan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara, dengan dukungan dan bantuan dari dosen pembimbing, pihak Image Dynamics, keluarga, serta berbagai pihak lainnya.

1. Dr. 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, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Siti Fifthya Mauldina, S.Sos., M.Si, sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Ikhsan Mustafa Nur, S.E., M.Si, sebagai Penguji yang telah memberikan arahan, revisi, dan motivasi untuk tugas akhir ini.
6. Ibu Chininta Rizka Angelia, S.I.Kom, M.Si., sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan arahan, revisi, dan motivasi untuk tugas akhir ini.
7. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
8. Kak Risma dan Kak Zainul sebagai Pembimbing Lapangan yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
9. Kepada Perusahaan PT Prime Pacific Group (Image Dynamics) yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman untuk penulis menjalankan tugas akhir.
10. Teman- teman Jumanji, Mhartoko, Rencang & UMN TV yang selalu menyemangati dengan memberikan dukungan moral.
11. Megan yang selalu menyemangati dengan memberikan dukungan moral. Semoga laporan tugas akhir ini dapat menjadi manfaat untuk para pembaca sebagai bentuk pembelajaran, sumber informasi, dan motivasi untuk mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara.

Tangerang, 16 Desember 2025



(Satria Rafi Setyojati)

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* BERBASIS DIGITAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI KORPORAT PADA IMAGE DYNAMICS

Satria Rafi Setyojati

ABSTRAK

Perkembangan industri *Public relations* yang semakin kompetitif menuntut agensi untuk memiliki media komunikasi korporat yang mampu merepresentasikan identitas, kapabilitas, dan profesionalisme perusahaan secara jelas. Image Dynamics PR sebagai agensi *Public relations* membutuhkan *company profile* yang tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai alat pendukung aktivitas *pitching* dan komunikasi internal. Berdasarkan kebutuhan tersebut, karya ini bertujuan untuk merancang *company profile* digital Image Dynamics PR yang sistematis, profesional, dan relevan dengan kebutuhan komunikasi perusahaan. Metode perancangan yang digunakan dalam karya ini adalah *Research and Development (R&D)* dengan model 4D yang meliputi tahap *Define, Design, Development, dan Dissemination*. Pada tahap *Define*, penulis melakukan observasi, wawancara internal, serta studi dokumentasi untuk mengidentifikasi kebutuhan komunikasi perusahaan. Tahap *Design* difokuskan pada perancangan konsep visual, struktur konten, dan alur informasi. Tahap *Development* menghasilkan *company profile* digital melalui proses penyusunan, evaluasi, dan penyempurnaan desain. Tahap *Dissemination* dilakukan secara terbatas melalui penyerahan dan penggunaan *company profile* sebagai media *pitching* dan komunikasi korporat internal. Hasil dari karya ini berupa *company profile* digital yang menampilkan profil perusahaan, layanan *media relations* dan *digital Public relations*, studi kasus, portofolio klien, aktivitas internal, serta informasi kontak perusahaan. *company profile* ini dinilai mampu mendukung kebutuhan komunikasi Image Dynamics PR dengan menyajikan informasi secara ringkas, konsisten, dan mudah dipahami. Dengan demikian, karya ini diharapkan dapat memperkuat citra dan kredibilitas Image Dynamics PR sebagai agensi *Public relations* profesional serta menjadi media komunikasi korporat yang efektif dan berkelanjutan.

Kata kunci: Image Dynamics PR, Komunikasi Korporat, Hubungan Masyarakat, Profil Perusahaan

DESIGNING A DIGITAL COMPANY PROFILE AS A CORPORATE COMMUNICATION MEDIUM FOR IMAGE DYNAMICS

Satria Rafi Setyojati

ABSTRACT

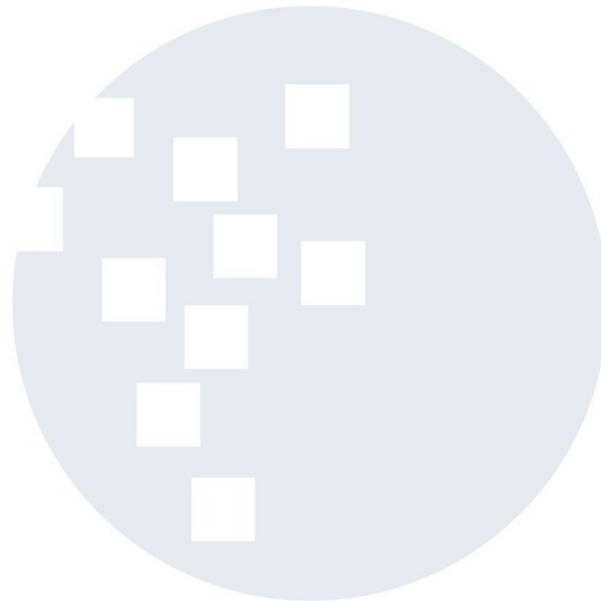
The increasingly competitive Public relations industry requires agencies to have corporate communication media that clearly represent their identity, capabilities, and professionalism. Image Dynamics PR, as a Public relations agency, needs a company profile that functions not only as an informational medium but also as a supporting tool for pitching activities and internal communication. Based on these needs, this project aims to Design a digital company profile for Image Dynamics PR that is systematic, professional, and aligned with the company's communication objectives. This project employs the Research and Development (R&D) method using the 4D model, which consists of Define, Design, Development, and Dissemination stages. The Define stage involves observation, internal interviews, and documentation studies to identify the company's communication needs. The Design stage focuses on developing the visual concept, content structure, and information flow. The Development stage produces the digital company profile through content creation, evaluation, and Design refinement. The Dissemination stage is conducted on a limited scale by implementing the company profile for pitching purposes and internal corporate communication. The result of this project is a digital company profile that presents the company overview, Media relations and Digital Public relations services, case studies, client portfolio, internal activities, and contact information. Therefore, this project is expected to strengthen the corporate image and credibility of Image Dynamics PR as a professional Public relations agency and serve as an effective and sustainable corporate communication medium.

Keywords: *Image Dynamics PR, Corporate communication, Company profile, Public relations*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Tujuan Karya	6
1.3 Kegunaan Karya	7
1.3.1 Kegunaan Akademis	7
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.3.3 Kegunaan Sosial	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Referensi Karya.....	9
2.2 Landasan Konsep	16
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	35
3.1 Tahapan Pembuatan.....	35
3.1.1. Metode Pengumpulan Data.....	35
3.1.2 Metode Perancangan Karya	42
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	65
4.1 Strategi Perancangan.....	65
4.2 Implementasi Karya	73
4.3 Evaluasi	113
BAB V KESIMPULAN SARAN.....	116
5.1 Kesimpulan	116
5.2 Saran	117

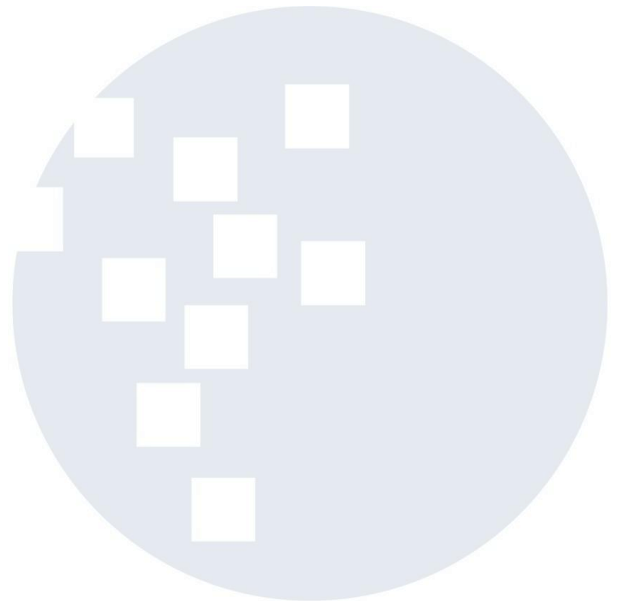
5.2.1 Saran Akademis	117
5.2.2 Saran Praktis.....	118
LAMPIRAN.....	121



UMN
 UNIVERSITAS
 MULTIMEDIA
 NUSANTARA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Top 10 Perusahaan PR Agency di Indonesia	3
Tabel 2.1 Referensi Karya	9.
Tabel 3. 1 Deskripsi Narasumber Image Dynamics PR	37.
Tabel 3. 2 Deskripsi Flow Tahap <i>Define</i>	43.
Tabel 3. 3 Rencana Anggaran Pengerjaan Karya	55.
Tabel 4. 1 Realisasi Anggaran Pengerjaan Karya	102.



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Bukti Wawancara (Atoi) untuk Skripsi Karya	39
Gambar 3. 2 Bukti Wawancara (Bagus) untuk Skripsi Karya	40
Gambar 3. 3 Bukti Wawancara (Harry Tumengkol) untuk Skripsi Karya	41
Gambar 3. 4 Contoh <i>Font</i> Bodoni.....	46
Gambar 3. 5 Contoh <i>Font</i> Lexend	47
Gambar 3. 6 <i>Color Pallete Company profile</i> Image Dynamics	48
Gambar 3. 7 <i>Draft Struktur Konten Isi Company profile</i>	50
Gambar 3. 8 <i>Draft Isi Company profile</i> (Sebelum)	54
Gambar 3. 9 Final <i>Isi Company profile</i> (Sesudah).....	56
Gambar 3. 10 Distribusi dan Penggunaan <i>Company profile</i> Digital Image Dynamics	61
Gambar 4. 1 <i>Outline Pertama Company profile</i>	66
Gambar 4. 2 <i>Outline Kedua Company profile</i>	67
Gambar 4. 3 Bagian Quote Karya <i>Company profile</i>	75
Gambar 4. 4 Bagian Table of Contents Karya <i>Company profile</i>	76
Gambar 4. 5 About Us Image Dynamics	77
Gambar 4. 6 Nilai-nilai Perusahaan (<i>Our Values</i>)	79
Gambar 4. 7 Our Company & Our History Image Dynamics PR.....	81
Gambar 4. 8 Penghargaan yang diraih oleh Image Dynamics PR	82
Gambar 4. 9 Co-Founder Image Dynamics PR	85
Gambar 4. 10 Struktur Perusahaan Image Dynamics PR	86
Gambar 4. 11 Our Team Member	87
Gambar 4. 12 Klien Retainer Image Dynamics	88
Gambar 4. 13 Our Journey Image Dynamics.....	89
Gambar 4. 14 Our Services Image Dynamics PR.....	91
Gambar 4. 15 Daftar Klien yang pernah dipegang oleh Image Dynamics PR	93
Gambar 4. 16 Testimoni Klien BBDF & Coca - Cola	94
Gambar 4. 17 Kekuatan <i>Media relations</i> Image Dynamics PR.....	96
Gambar 4. 18 Jaringan <i>Media relations</i> Image Dynamics PR.....	97
Gambar 4. 19 Our Approach Media.....	98
Gambar 4. 20 Case Study PR.....	100
Gambar 4. 21 Study Case Uniqlo.....	101
Gambar 4. 22 Digital Services Image Dynamics PR	103
Gambar 4. 23 Organic Social Media Results	105
Gambar 4. 24 Case Study ID Social	106
Gambar 4. 25 Study Case Bakti Budaya Djarum Foundation	107
Gambar 4. 26 Activities ID Lyfe.....	109
Gambar 4. 27 Activities ID Outing.....	110
Gambar 4. 28 Activities ID Fit.....	110
Gambar 4. 29 Activities Employee Birthday Celebration	111
Gambar 4. 30 Kontak Perusahaan	112

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. A Surat Penggunaan Merek	122
Lampiran. B Hasil Karya	123
Lampiran. C Bukti Wawancara Dengan Atoi (<i>PR Consultant</i>)	129
Lampiran. D Bukti Wawancara Dengan Bagus (<i>Graphic Designer</i>)	130
Lampiran. E Bukti Wawancara Harry Tumengkol	130
Lampiran. F Bukti Evaluasi Karya dari Klien	131
Lampiran. G Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing	132
Lampiran. H Lembar Bimbingan Dosen Ahli.....	133
Lampiran. I Hasil Turnitin	134

