

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Ahmad Fakhrurozy

00000082613

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

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

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

Ahmad Fakhrurozy

00000082613

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

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Ahmad Fakhrurozy

Nomor Induk Mahasiswa : 00000082613

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN 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, 10 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

Oleh

Nama : Ahmad Fakhrurozy
NIM : 00000082613
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa 13 Januari 2026

Pukul 16.00 s.d 17.30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404


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

Pembimbing


Arindra Khrisna Karamov, S.E., M.Si., M.I.Kom
NIDN: 9455751652130103

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 : Ahmad Fakhrurozy

NIM : 00000082613

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah :

**PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVAGROUP
SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

- ☒ 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, 10 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy

* 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 saya panjatkan atas terselesaikannya penyusunan skripsi berbasis karya yang berjudul ***“PERANCANGAN COMPANY PROFILE ALVA GROUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN”***.

Penulisan skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Strategic Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari bahwa proses penyelesaian tugas akhir ini, mulai dari masa perkuliahan hingga tahap penyusunan laporan, tidak akan berjalan dengan baik tanpa dukungan, arahan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat saya menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

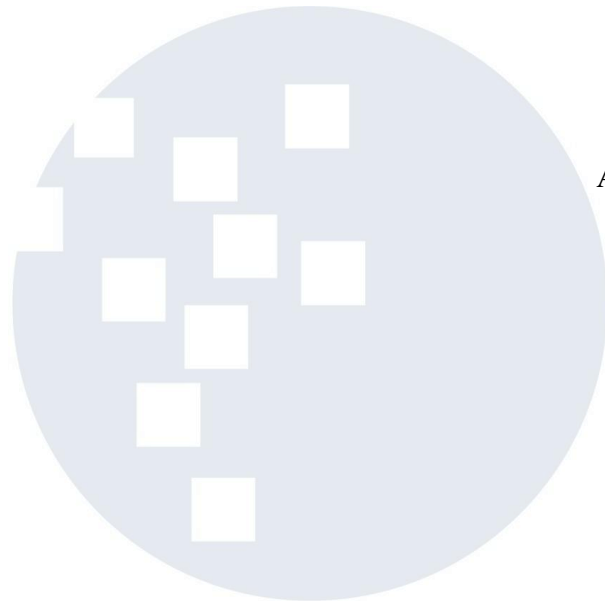
1. Dr. Ir. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Arindra Khrisna Karamoy, S.E., M.Si., M.I.Kom., sebagai Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan dan motivasi atas terselesainya tesis ini.
5. Ci Vindy, S.I.Kom., sebagai Pembimbing Lapangan dan Ci Jesslyn Catherine, S.I.Kom., selaku Supervisor yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya Skripsi Berbasis Karya.
6. Kepada Perusahaan ALVA Group yang telah memberikan kesempatan dan pengalaman yang luar biasa karena penulis dapat menyelesaikan Skripsi Berbasis Karya.
7. Keluarga yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

8. Teman-teman dekat yang tidak bisa saya sebutkan satu per satu, karena telah membantu, memberikan dukungan dan menyemangati saya dalam pelaksanaan kerja magang dan penulisan laporan magang.

Tangerang, 10 Desember 2025



Ahmad Fakhrurozy



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

Ahmad Fakhrurozy

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan elemen penting bagi perusahaan dalam menyampaikan informasi, membangun hubungan dengan pemangku kepentingan, serta mendukung kegiatan pemasaran. Salah satu strategi komunikasi yang berperan dalam fungsi tersebut adalah *company profile*. ALVA Group membutuhkan *company profile* terbaru yang memuat informasi tiga brand di bawah naungannya, yaitu ALVApipe, ALVAboard, dan KUBO Kids, dengan segmentasi pasar yang mencakup B2B (*Business to Business*), B2G (*Business to Government*), dan B2C (*Business to Consumer*). Perancangan *company profile* ini menerapkan konsep *Integrated Marketing Communication* (IMC) agar pesan perusahaan dapat tersampaikan secara terpadu dan konsisten. Proses perancangan dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi, dengan menghasilkan empat output utama berupa *map folder*, brosur infografis, serta dua *company profile* yang dirancang secara terintegrasi. Setelah karya selesai dibuat, *company profile* disebarkan kepada tiga audiens yang mewakili target segmentasi pasar untuk memperoleh umpan balik, yang menunjukkan bahwa media ini mampu merepresentasikan ALVA Group beserta brand-brand di bawah naungannya secara informatif, jelas, dan profesional sebagai media komunikasi pemasaran perusahaan.

Kata kunci: Profile Perusahaan, Strategi Komunikasi, Kesadaran Merek, ALVA Group

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERANCANGAN *COMPANY PROFILE* ALVA GROUP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI PEMASARAN

Ahmad Fakhrurozy

ABSTRACT

Marketing communication is an essential element for companies in delivering information, building relationships with stakeholders, and supporting marketing activities. One of the communication strategies that plays a crucial role in this function is a company profile. ALVA Group requires an updated company profile that presents information about its three subsidiary brands, namely ALVApipe, ALVAboard, and KUBO Kids, targeting broader market segments including B2B (Business to Business), B2G (Business to Government), and B2C (Business to Consumer). The design of this company profile applies the Integrated Marketing Communication (IMC) concept to ensure that corporate messages are delivered in a consistent and integrated manner. The development process was carried out through three stages: pre-production, production, and post-production, resulting in four main outputs consisting of a map folder, an infographic brochure, and two company profiles designed as a unified communication tool. After completion, the company profile was distributed to three audience representatives across the target market segments to obtain feedback, which indicated that the media effectively represents ALVA Group and its subsidiary brands in an informative, clear, and professional manner as a marketing communication medium.

Keywords: *Company Profile, Strategic Communications, Brand Awareness, ALVA Group*

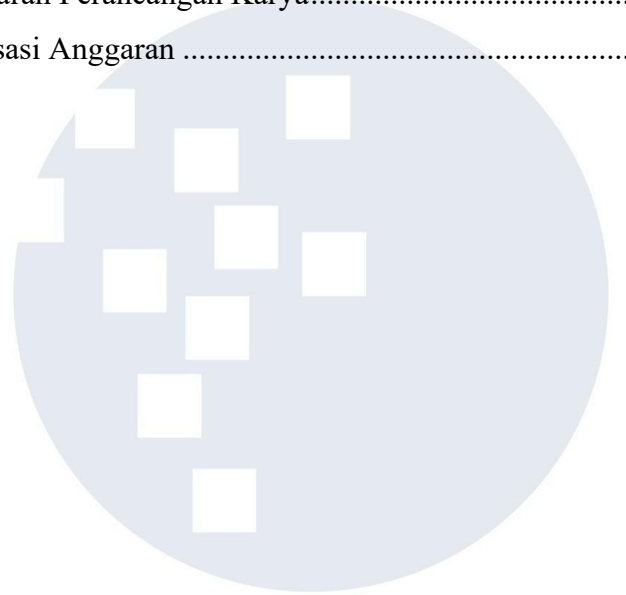
DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan Karya	8
1.5 Kegunaan Karya	8
1.5.1 Kegunaan Akademis	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
1.5.3 Kegunaan Sosial.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Referensi Karya.....	9
2.2 Landasan Konsep.....	16
2.2.1 <i>Integrated Marketing Communication</i>.....	16
2.2.2 <i>Corporate Communication</i>	16
2.2.3 <i>Company Profile</i>.....	17
2.2.4 Komunikasi Visual.....	19
2.2.5 Desain Grafis	19
2.2.6 <i>Copywriting</i>	21
BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	23
3.1 Tahapan Pembuatan.....	23

3.1.1	Pra-Produksi.....	23
3.1.2	Produksi.....	36
3.1.3	Pasca Produksi	43
3.2.	Timeline.....	44
3.3.	Rencana Anggaran.....	44
3.4.	Target Luaran/Publikasi/HKI	45
BAB IV	STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN	47
4.1	Strategi Perancangan.....	47
4.1.1	Pra-produksi.....	49
4.2	Implmentasi Karya	51
4.2.1	Produksi	51
4.2.2	Map Folder	54
4.2.3	Brosur.....	55
4.2.4	<i>Company Profile</i> ALVAbord dan ALVApip.....	57
4.2.5	<i>Company Profile</i> KUBO Kids.....	71
4.2.6	Visualisasi	79
4.2.7	Realisasi Anggaran	81
4.3	Evaluasi.....	81
BAB V	KESIMPULAN SARAN.....	85
5.1	Kesimpulan.....	85
5.2	Saran	86
5.2.1.	Saran Akademis	86
5.2.2.	Saran Praktis	86
DAFTAR PUSTAKA.....		88
LAMPIRAN.....		91

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya.....	11
Tabel 3. 1 Tahapan pembuatan karya	23
Tabel 3. 2 Rubikasi Perancangan Company Profile.....	37
Tabel 3. 3 Timeline Perancangan Karya	44
Tabel 3. 4 Anggaran Perancangan Karya.....	44
Tabel 4. 1 Realisasi Anggaran	81



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Logo ALVA Group	4
Gambar 1. 2 Logo ALVApipе	5
Gambar 1. 3 Logo ALVAboard	5
Gambar 1. 4 Logo KUBO Kids.....	6
Gambar 3. 1 <i>Collor pallet</i> dari ALVAboard.....	31
Gambar 3. 2 <i>Collor Pallet</i> dari ALVApipе.....	32
Gambar 3. 3 <i>Collor Pallet</i> dari KUBO Kids.....	32
Gambar 3. 4 Font yang digunakan ALVAboard dan ALVApipе	33
Gambar 3. 5 Font yang digunakan KUBO Kids	34
Gambar 3. 6 <i>Layout Perencanaan Company Profile</i>	36
Gambar 4. 1 Rubikasi pembuka dari company profile	52
Gambar 4. 2 Rubikasi penutup dari company profile	53
Gambar 4. 3 Desain Map Folder Company Profile.....	55
Gambar 4. 4 Desain brosur infografis	56
Gambar 4. 5 Cover company profile ALVAboard dan ALVApipе.....	57
Gambar 4. 6 Table of Contents	58
Gambar 4. 7 About ALVAboard.....	59
Gambar 4. 8 Products ALVAboard.....	61
Gambar 4. 9 <i>Brand Collaborations, Certifications & Accreditatitons</i> ALVAboard	63
Gambar 4. 10 <i>About</i> ALVApipе	64
Gambar 4. 11 <i>Products</i> ALVApipе	67
Gambar 4. 12 <i>Certifications & Accreditations</i> ALVApipе	69
Gambar 4. 13 <i>Contact Us</i> dari ALVAboard dan ALVApipе.....	70
Gambar 4. 14 <i>Cover Company Profile</i> KUBO Kids.....	71
Gambar 4. 15 <i>Table of Contents Company Profile</i> KUBO Kids	72
Gambar 4. 16 <i>About</i> KUBO Kids	73
Gambar 4. 17 <i>Products dan Brand Collaborations</i> KUBO Kids.....	76
Gambar 4. 18 <i>Contact Us</i> KUBO Kids.....	78

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penggunaan Merek Perusahaan	91
Lampiran 2 Hasil Karya <i>Company Profile</i>	92
Lampiran 3 Rubikasi Konten <i>Company Profile</i>	93
Lampiran 4 Transkrip Wawancara	98
Lampiran 5 Feedback Dari Audiens	103
Lampiran 6 MBKM-04	106
Lampiran 7 Lembar Bimbingan Dosen Pembimbing	107
Lampiran 8 Form Konsultasi Bersama Dosen Ahli	108
Lampiran 9 Hasil Turnitin.....	110

