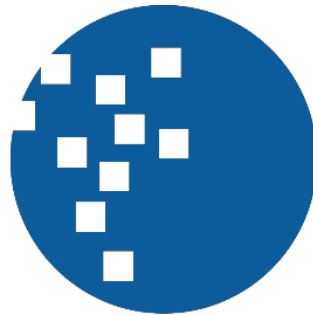


**PERANCANGAN COMPANY PROFILE KOPKARA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI BERBASIS KARYA

Maria Easterina Dyah Pramentari

00000071773

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

2026

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE KOPKARA SEBAGAI
UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN**



SKRIPSI BERBASIS KARYA

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Maria Easterina Dyah Pramentari

00000071773

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

2026

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Maria Easterina Dyah Pramentari

Nomor Induk Mahasiswa 00000071773

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Menyatakan bahwa skripsi berbasis karya dengan judul:

Perancangan Company Profile Kopkara Sebagai Upaya Meningkatkan Branding Perusahaan

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 Desember 2025



Maria Easterina Dyah Pramentari

HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Maria Easterina Dyah Pramentari

NIM : 00000071773

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Laporan : Perancangan Company Profile Sebagai Upaya
Meningkatkan Branding Perusahaan

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, 16 Desember 2025



Maria Easterina Dyah Pramentari

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi Berbasis Karya dengan judul

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN

Oleh

Nama : Maria Easterina Dyah Pramentari

NIM : 00000071773

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 19 Januari 2026

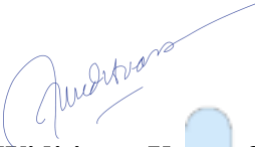
Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

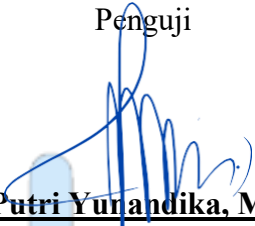
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji


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


Nike Putri Yunandika, M.I.Kom.
NIDN 03250191901

Pembimbing


Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si.
NIDN 0307128703

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap : Maria Easterina Dyah Pramentari
Nomor Induk Mahasiswa : 00000071773
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenjang : S1
Jenis Karya : Final Project
Judul Karya :

Perancangan Company Profile Sebagai Upaya Meningkatkan Branding Perusahaan

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia:

☒ saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowlegde 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/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



Maria Easterina Dyah Pramentari

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Tugas Akhir dengan judul:

“PERANCANGAN COMPANY PROFILE KOPKARA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN”

ini disusun sebagai salah satu syarat kelulusan serta bertujuan untuk menerapkan dan mengembangkan ilmu yang telah diperoleh selama masa perkuliahan. Semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan pihak terkait.

Maka dari itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak 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 Bangun, S.sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Vega Karina Andira Putri, S.Sos., M.Si., sebagai Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Bapak Dr. Arsa Widityarsa Utoyo., M.Sn, sebagai Penguji yang telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
6. Ibu Nike Putri Yunandika, M.I.Kom, sebagai Penguji yang juga telah memberikan masukan dan arahan ketika sidang skripsi.
7. Kopkara, selaku organisasi yang telah memberikan wadah bagi mahasiswa untuk dapat berkembang dan belajar melalui pengalaman langsung mengenal dunia koperasi.
8. Bapak/Ibu supervisor saya selama di Kopkara yang telah banyak membantu dalam proses perancangan tugas akhir ini.

9. Keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
10. Kepada teman-teman saya khususnya Gabriella Aurelia Zefhyriani Joannita, Najwa Shalhan Salsabila, dan Vanesa Rafael yang sudah sabar dan memberikan *support* kepada penulis selama pengerjaan tugas akhir ini.
11. Saya ingin mengucapkan terima kasih yang tulus juga kepada Mr. Eudokimoy atas kesabaran dan dukungannya selama proses penyelesaian tugas akhir ini. Saya sangat beruntung karena memiliki seseorang yang sangat penyabar dan baik hati.

Tangerang, 15 Desember 2025



Maria Easterina Dyah Pramentari



PERANCANGAN COMPANY PROFILE KOPKARA SEBAGAI UPAYA MENINGKATKAN BRANDING PERUSAHAAN

Maria Easterina Dyah Pramentari

ABSTRAK

Koperasi Konsumen Adira Dinamika Multi Finance (Kopkara) sebagai koperasi karyawan memerlukan media komunikasi internal yang mampu menyampaikan informasi organisasi secara terstruktur dan konsisten. Berdasarkan observasi dan wawancara awal, Kopkara belum memiliki media company profile yang dapat digunakan sebagai rujukan resmi dalam memperkenalkan identitas, nilai-nilai organisasi, serta arah pengembangan koperasi kepada anggota dan calon anggota. Oleh karena itu, karya ini bertujuan untuk merancang company profile sebagai media komunikasi korporat internal yang informatif dan mudah dipahami. Perancangan dilakukan dengan menyusun konsep identitas visual dan komunikasi dasar yang mengacu pada karakter dan kebutuhan Kopkara, meliputi penyusunan konten, pemilihan layout, tipografi, warna, serta pendekatan visual yang konsisten. Metode pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dokumentasi, dan studi pustaka. Evaluasi karya dilakukan secara formatif menggunakan kuesioner untuk memperoleh gambaran mengenai pemahaman dan persepsi audiens terhadap company profile yang dirancang. Hasil perancangan menunjukkan bahwa company profile Kopkara dapat berfungsi sebagai media informasi dan acuan internal dalam memahami profil, nilai organisasi, visi, dan misi koperasi. Karya ini tidak dimaksudkan untuk mengukur keberhasilan branding secara kausal, melainkan sebagai media yang mendukung upaya komunikasi dan branding Kopkara pada tingkat pemahaman dan persepsi anggota.

Kata kunci: company profile, koperasi karyawan, komunikasi internal, identitas visual.

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DESIGNING KOPKARA'S COMPANY PROFILE AS AN EFFORT TO IMPROVE COMPANY BRANDING

Maria Easterina Dyah Pramentari

ABSTRACT

Adira Dinamika Multi Finance Consumer Cooperative (Kopkara) as an employee cooperative requires internal communication media that can convey organizational information in a structured and consistent manner. Based on initial observations and interviews, Kopkara does not yet have a company profile media that can be used as an official reference in introducing the identity, organizational values, and the direction of cooperative development to members and prospective members. Therefore, this work aims to design a company profile as an internal corporate communication media that is informative and easy to understand. The design was carried out by compiling a visual identity concept and basic communication that refers to the character and needs of Kopkara, including content preparation, layout selection, typography, colors, and a consistent visual approach. Data collection methods were carried out through observation, interviews, documentation, and literature studies. Evaluation of the work was carried out formatively using a questionnaire to obtain an overview of the audience's understanding and perception of the designed company profile. The design results indicate that Kopkara's company profile can function as an information media and internal reference in understanding the profile, organizational values, vision, and mission of the cooperative. This work is not intended to measure branding success causally, but rather as a medium that supports Kopkara's communication and branding efforts at the level of member understanding and perception.

Keywords: *company profile, employee cooperative, internal communication, visual identity.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PENGGUNAAN BANTUAN KECERDASAN ARTIFISIAL (AI)	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
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 Penelitian.....	1
1.2 Tujuan Karya.....	6
1.3 Kegunaan Karya	6
1.3.1 Kegunaan Akademis.....	7
1.3.2 Kegunaan Praktis.....	7
1.3.3 Kegunaan Sosial.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Referensi Karya	8
2.2 Landasan Konsep	18
2.2.1 Corporate Communication	19
2.2.2 Company Profile	20
2.2.3 Corporate Identity	23
2.2.4 Content Writing.....	23
2.2.5 Tipografi	24
2.2.6 Fotografi.....	27

BAB III METODOLOGI PERANCANGAN KARYA	26
3.1 Tahapan Pembuatan	26
3.1.1 Pra Produksi.....	26
3.1.2 Produksi.....	27
3.1.3 Pasca Produksi/Evaluasi.....	44
3.2 Rencana Anggaran	46
3.3 Target Luaran/Publikasi/HKI	47
BAB IV STRATEGI DAN ANALISIS PERANCANGAN.....	49
4.1 Strategi Perancangan	49
4.1.1 Pengumpulan Data.....	49
4.1.2 Hasil Karya.....	56
4.1.3 Hasil Evaluasi	71
BAB V KESIMPULAN SARAN	77
5.1 Kesimpulan.....	77
5.2 Saran	77
5.2.1 Saran Akademis	78
5.2.2 Saran Praktis.....	79
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	83



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Referensi Karya.....	9
Tabel 3. 1 Rubrikasi Perancangan Company Profile.....	32
Tabel 3. 2 Anggaran Perancangan Company Profile	46
Tabel 4. 1 Timeline Perancangan Company Profile.....	59



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Gambar Data Koperasi yang ada di Indonesia.....	1
Gambar 1. 2 Logo Koperasi Astra.....	3
Gambar 3. 1 Screenshoot Perencanaan Halaman.....	35
Gambar 3. 2 Referensi Pembuatan Company Profile.....	36
Gambar 3. 3 Layout Karya Penulisan.....	38
Gambar 3. 4 Jenis Huruf	40
Gambar 3. 5 Color Palette.....	41
Gambar 3. 6 Logo Kopkara.....	43
Gambar 3. 7 Media Visual	43
Gambar 4. 1 Cover Pembuka Company Profile Kopkara	59
Gambar 4. 2 Daftar Isi Company Profile Kopkara.....	60
Gambar 4. 3 Sekapur Sirih Company Profile Kopkara	61
Gambar 4. 4 Bagian Introduction Company Profile Kopkara.....	62
Gambar 4. 5 Bagian Pertumbuhan Aset Company Profile Kopkara	63
Gambar 4. 6 Bagian Visi, Misi & Motto Company Profile Kopkara.....	64
Gambar 4. 7 Bagian Keanggotaan pada Company Profile Kopkara	64
Gambar 4. 8 Bagian Unit Usaha Company Profile Kopkara.....	65
Gambar 4. 9 Bagian Keunggulan Layanan Company Profile Kopkara	66
Gambar 4. 10 Bagian Goals Company Profile Kopkara	67
Gambar 4. 11 Bagian Informasi Hukum & Kepatuhan Company Profile Kopkara	66
Gambar 4. 12 Bagian Hubungan Dengan Adira Finance Company Profile Kopkara	67
Gambar 4. 13 Bagian Testimoni Anggota Company Profile Kopkara.....	68
Gambar 4. 14 Bagian Cerita Sukses Company Profile Kopkara.....	69
Gambar 4. 15 Bagian Penutup Company Profile Kopkara.....	69
Gambar 4. 16 Bagian Lampiran Company Profile Kopkara	70
Gambar 4. 17 Jawaban Kuiser Mengenai Informasi Company Profile Kopkara	71

Gambar 4. 18 Jawaban Kuisiner Mengenai Penambahan Pengetahuan	72
Gambar 4. 19 Jawaban Kuisiner Mengenai Seberapa Informatif Company Profile	72
Gambar 4. 20 Jawaban Kuisiner Mengenai Pemahaman Company Profile Kopkara	73
Gambar 4. 21 Jawaban Kuisiner Skala Pemahaman Pembaca Company Profile	73
Gambar 4. 22 Jawaban Kuisiner Mengenai Peran, Layanan, dan Manfaat Kopkara	74
Gambar 4. 23 Jawaban Kuisiner Mengenai Kegunaan Promosi Company Profile	74
Gambar 4. 24 Jawaban Kuisiner Mengenai Seberapa Jauh Company Profile dapat Meningkatkan Branding Kopkara	75
Gambar 4. 25 Jawaban Kuisiner Mengenai Bagian Menarik dari Company Profile Kopkara	75
Gambar 4. 26 Jawaban Kuisiner Mengenai Saran Terhadap Company Profile Kopkara	76



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Surat Penggunaan Merek	83
Lampiran B Hasil Karya.....	84
Lampiran C Formulir Konsultasi Dengan Ahli Praktisi.....	85
Lampiran D Dokumentasi Dengan Ahli Praktisi.....	86
Lampiran E MBKM-04.....	87
Lampiran F Hasil Kuesioner Evaluasi Karya.....	88
Lampiran G Transkrip Wawancara	88
Lampiran H Hasil Turnitin.....	97
Lampiran I Formulir Penggunaan Perangkat Kecerdasan Artifisial	100

