

**PERANCANGAN COMPANY PROFILE PT PENTA NATURAL
KOSMETINDO SEBAGAI MEDIA PENGENALAN DAN
INFORMASI KEPADA PUBLIK**



TUGAS AKHIR

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan Program Diploma Tiga
(D3)**

FARID FACHRIZAL

NIM: 41210075

Program Studi Hubungan Masyarakat

Fakultas Komunikasi dan Bahasa

Universitas Bina Sarana Informatika

JAKARTA

2024

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farid Fachrizal
NIM : 41210075
Jenjang : Diploma (D3)
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas/PSDKU : Ilmu dan Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul "**Perancangan Company Profile PT Penata Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan Dan Informasi Kepada Publik**", adalah asli (orisinal) atau tidak plagiat (menjiplak) dan belum pernah diterbitkan/dipublikasikan dimanapun dan dalam bentuk apapun.

Demikianlah surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya tanpa ada paksaan dari pihak manapun juga. Apabila di kemudian hari ternyata saya memberikan keterangan palsu dan atau ada pihak lain yang mengklaim bahwa (Tugas Akhir pada Program Sarjana) yang telah saya buat adalah hasil karya milik seseorang atau badan tertentu, saya bersedia diproses baik secara pidana maupun perdata dan kelulusan saya dari **Universitas Bina Sarana Informatika** dicabut/dibatalkan.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Juni 2024
Yang menyatakan,

e-materai



Farid Fachrizal

SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Farid Fachrizal
NIM : 41210075
Jenjang : Diploma (D3)
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas/PSDKU : Ilmu Komunikasi
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika

Dengan ini menyatakan bahwa data, informasi, interpretasi serta pernyataan yang terdapat dalam karya ilmiah penulis dengan judul **"Perancangan Company Profile PT Penata Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan Dan Informasi Kepada Publik "** ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah hasil pengamatan, penelitian, pengelolaan, serta pemikiran saya.

Penulis menyetujui untuk memberikan ijin kepada pihak Universitas Bina Sarana Informatika untuk mendokumentasikan karya ilmiah saya tersebut secara internal dan terbatas, serta tidak untuk mengunggah karya ilmiah penulis pada repository Universitas Bina Sarana Informatika.

Penulis bersedia untuk bertanggung jawab secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Universitas Bina Sarana Informatika, atas materi/isi karya ilmiah tersebut, termasuk bertanggung jawab atas dampak atau kerugian yang timbul dalam bentuk akibat tindakan yang berkaitan dengan data dan atau informasi yang terdapat pada karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 27 Juni 2024
Yang menyatakan,

e-materai



Farid Fachrizal

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Farid Fachrizal
NIM : 41210075
Jenjang : Diploma Tiga (D3)
Program Studi : Hubungan Masyarakat
Fakultas : Komunikasi dan Bahasa
Perguruan Tinggi : Universitas Bina Sarana Informatika
Judul Tugas Akhir : Perancangan Company Profile PT Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan dan Informasi Kepada Publik

Telah dipertahankan pada periode 2024-1 dihadapan penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.Md.IKom) pada Program Diploma Tiga (D3) Program Studi Hubungan Masyarakat di Universitas Bina Sarana Informatika.

Jakarta, 23 Juli 2024

PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Dosen Pembimbing : Rawit Sartika, S.Pd., M.M.,
M.I.Kom.

DEWAN PENGUJI

Penguji I : Siti Qona'ah, S.Sos., M.M.,
M.I.Kom.

Penguji II : Robbikal Muntaha Meliala, S.Sos.,
M.I.Kom.

LEMBAR KONSULTASI TUGAS

	LEMBAR KONSULTASI TUGAS AKHIR
	UNIVERSITAS BINA SARANA INFORMATIKA

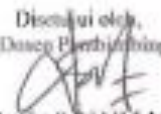
Nama : Farid Fachrizal
Nim : 41210075
Dosen Pembimbing : Rawit Sartika, S.Pd, MM, M.I.Kom
Judul Tugas Akhir : "Perancangan Company Profile PT Penta Natural Kosmetindo
 Sebagai Media Pengenalan Dan Informasi Kepada Publik"

No.	Tanggal Bimbingan	Pokok Pembahasan	Paraf Dosen Pembimbing
1	4 April 2024	Bimbingan Perdana dan Pengajuan Judul	4
2	20 April 2024	Pengajuan Bab I, Acc Judul	4
3	29 April 2024	Revisi Bab I dan Pengajuan Bab II	4
4	4 Mei 2024	ACC Bab I dan Revisi BAB II	4
5	24 Mei 2024	ACC Bab II dan Pengajuan BAB III, Pengajuan Karya Company Profile	4
6	28 Mei 2024	Revisi BAB III dan Revisi Karya Company Profile	4
7	23 Juni 2024	Acc BAB III, ACC Karya Company Profile dan Pengajuan BAB IV	4
8	26 Juni 2024	ACC BAB IV dan Simulasi Sidang TA	4

Catatan untuk Dosen Pembimbing, Bimbingan Tugas Akhir

- Dimulai pada tanggal : 4 April 2024
- Diakhiri pada tanggal : 26 Juni 2024
- Jumlah pertemuan bimbingan : 8 X Bimbingan

Disetujui oleh,
Dosen Pembimbing


 Rawit Sartika, S.Pd, MM, M.I.Kom

PANDUAN PENGGUNAN HAK CIPTA

Tugas Akhir diploma yang berjudul “Perancangan,Company Profile PT Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan dan Informasi kepada Publik” adalah hasil karya tulis asli FARID FACHRIZAL dan bukan hasil terbitan sehingga peredaran karya tulis hanya berlaku di lingkungan akademik saja serta memiliki hak cipta. Oleh karena itu, dilarang keras untuk menggandakan baik Sebagian maupun keseluruhan karya tulis ini tanpa seizin penulis.Referensi kepustakaan diperkenankan untuk dicatat tetapi pengutipan atauperingkasan isi tulisan hanya dapat dilakukan dengan seizin penulis dan disertai ketentuan pengutipan secara ilmiah dengan menyebutkan sumbernya.Untuk keperluan perizinan pada pemilik dapat menghubungi informasi yang tertera di bawah ini:

Nama : Farid Fachrizal

Alamat JL.Rorotan IX/3 RT07/07 Cilincing Jakarta utara

No. Hp : 089505051965

E-mail : Faridnpure@gmail.com



UNIVERSITAS

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, dengan rasa syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan berkah dan rahmat-Nya, penulis berhasil menyelesaikan Tugas Akhir Program Diploma Tiga ini dengan baik. Tugas Akhir ini disusun dalam bentuk buku sederhana dengan judul "*Perancangan Company Profile PT.Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan dan Informasi Publik*". Penulisan Tugas Akhir ini merupakan syarat untuk memperoleh gelar Program Diploma dari Universitas Bina Sarana Informatika. Penulisan ini didasarkan pada hasil penelitian, observasi, dan beberapa sumber literatur yang mendukung. Penulis mengakui bahwa tanpa bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, penyelesaian Tugas Akhir ini tidak akan berjalan lancar. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Bina Sarana Informatika,
2. Dekan Fakultas Komunikasi dan Bahasa,
3. Ketua Program Studi Hubungan Masyarakat Universitas Bina Sarana Informatika,
4. Ibu Rawit Sartika S.Pd, M.M, M.I.Kom sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir,
5. Staff, karyawan, dan dosen di lingkungan Universitas Bina Sarana Informatika,
6. Bapak Willy Handoko sebagai Direktur PT.Penta Natural Kosmetindo,
7. Ibu Tasya sebagai Marketing Manager PT.Penta Natural Kosmetindo,
8. Orang tua penulis yang memberikan dukungan moral dan spiritual,
9. Rekan-rekan mahasiswa kelas D3 (41-6A.05),

dan semua pihak lainnya yang turut membantu dalam proses penulisan ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari sempurna, oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang. Terakhir, semoga Tugas Akhir ini bermanfaat bagi penulis dan para pembaca yang tertarik.

Bekasi, 1 Juni 2024

Penulis

Farid Fachrizal



ABSTRAK

Farid Fachrizal (41210075), “Perancangan *Company Profile* PT Penta Natural Kosmetindo sebagai media pengenalan dan informasi kepada publik. Ketidaktahuan mengenai suatu instansi atau perusahaan dapat mengakibatkan kesalahpahaman dan kekurangan pengetahuan terhadap informasi yang diterima. PT Penta Natural Kosmetindo hanya menggunakan media sosial seperti Instagram untuk mempublikasikan identitas, kegiatan, dan layanan yang mereka tawarkan. Dalam konteks ini, dibutuhkan *Company Profile* sebagai alat komunikasi yang lebih formal dan informatif untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi komunikasi dengan masyarakat. Penulis tertarik untuk membuat *Company Profile* dalam bentuk cetak untuk melengkapi informasi yang kurang dan memperkuat hubungan antara perusahaan dan masyarakat. Metode penelitian yang digunakan dalam penulisan Tugas Akhir ini adalah penelitian deskriptif kualitatif, dengan melakukan teknik observasi tidak langsung, wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi untuk mengumpulkan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penulis berhasil merancang *Company Profile* untuk PT Penta Natural Kosmetindo dengan menyajikan informasi yang lebih lengkap dan kreatif, serta desain yang menarik sebagai media informasi bagi masyarakat.

Kata kunci: *Company Profile*, Media Pengenalan dan Informasi Kepada Publik.



UNIVERSITAS

ABSTRACT

Farid Fachrizal (41210075), “Designing the Company Profile of PT Penta Natural Kosmetindo as a medium for introduction and information to the public” Ignorance about an agency or company can result in misunderstandings and lack of knowledge of the information received. PT Penta Natural Kosmetindo only used social media such as Instagram to publish their identity, activities and services they offered. In this context, a Company Profile is needed as a more formal and informative communication tool to increase the effectiveness and efficiency of communication with the public. The author is interested in creating a Company Profile in printed form to complete the missing information and strengthen the relationship between the company and society. The research method used in writing this final assignment is qualitative descriptive research, using indirect observation techniques, interviews, literature study, and documentation. to collect data. The research results show that the author succeeded in designing a Company Profile for PT Penta Natural Kosmetindo by presenting more complete and creative information, as well as an attractive design as a medium of information for the public.

Keywords: Company Profile, Introduction Media and Information to the Public.



DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TUGAS AKHIR.....	2
SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	3
PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	4
LEMBAR KONSULTASI TUGAS.....	5
PANDUAN PENGGUNAN HAK CIPTA.....	6
KATA PENGANTAR.....	7
BAB I PENDAHULUAN.....	13
1.1 Latar Belakang.....	13
1.2 Maksud dan Tujuan.....	14
1.2.1 Maksud.....	14
1.2.2 Tujuan.....	15
1.3 Metode Perancangan.....	15
1.3.1 Metode Pengumpulan Data.....	15
1.3.2 Metode Analisa Data.....	18
1.4 Ruang Lingkup.....	19
1.5 Sistematika Penulisan.....	19
BAB II LANDASAN TEORI.....	21
2.1 Umum.....	21
2.1.1 Definisi Public Relations.....	21
2.1.2 Tujuan Public Relations.....	21
2.1.3 Fungsi Public Relations.....	22
2.1.4 Tugas Public Relations.....	23
2.1.5 Ruang Lingkup Publik Relations.....	23
2.2 Studi Literatur.....	24
2.2.1 Perancangan.....	24
2.2.2 Media Informasi dan Komunikasi.....	24
2.2.3 Company Profile.....	25
1. Pengertian Company Profile.....	25
3. Fungsi Company Profile.....	27
2.2.4 Publik Eksternal.....	28
BAB III.....	30
PEMBAHASAN.....	30

Perancangan Company Profile.....	30
3.1 Konsep Perancangan	30
3.1.1 Analisis Situasi Perusahaan	30
3.1.2. Permasalahan	35
3.1.3. Konsep Kreatif	37
3.2 Time Table dan Anggaran	41
3.2.1 Time Table	41
3.3 Eksekusi Karya.....	43
3.4 Kendala dan Pemecahan	56
3.4.1. Kendala	56
3.4.2. Pemecahan	56
BAB IV	57
PENUTUP	57
4.1. Kesimpulan	57
4.2. Saran	58
SURAT PERSETUJUAN RISET.....	61
BERITA ACARA PERUSAHAAN	63
SURAT TELAH MELAKSANAKAN RISET	64
SURAT APPROVAL PERUSAHAAN	Error! Bookmark not defined.
LAMPIRAN PLAGIARISME.....	66

UNIVERSITAS

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Company Profile adalah sebuah dokumen atau media yang berguna untuk menyampaikan informasi yang lengkap mengenai detail perusahaan. Secara umum, *Company Profile* berfungsi sebagai alat pemasaran yang dirancang untuk menarik perhatian calon konsumen dan stakeholder lainnya.. Yang dimaksud mainunah dalam publikasinya “Jurnal CCIT VOL5 No 3(2012:284)” adalah Profil Perusahaan berfungsi sebagai sumber daya yang berharga bagi lembaga dan perusahaan untuk meningkatkan reputasi dan memfasilitasi kolaborasi dengan perusahaan, lembaga, dan instansi terkait lainnya. Tujuan utama *Company Profile* bertujuan untuk fokus pada segmen yang krusial dalam mengembangkan bisnis perusahaan.. Dalam hal ini, *Company Profile* bisa dijelaskan sebagai gambaran yang menjelaskan segmen yang krusial dalam pertumbuhan bisnis perusahaan. menyampaikan visi misi perusahaan dan *Company Profile* adalah representasi identitas sebuah perusahaan, baik dalam produk atau layanan yang ditawarkan kepada konsumen, dengan tujuan untuk menciptakan kesan, mempengaruhi preferensi, dan meningkatkan kesadaran pelanggan terhadap perusahaan tersebut. (Dewo dan Dewi, 2019).

Public Relations atau biasa disebut sebagai Humas, perlu melakukan strategi dalam membuat perancangan ulang *Company Profile*, strategi humas pada dasarnya merupakan langkah-langkah untuk menawarkan produk-produk serta melakukan pengenalan tentang perusahaan yang dimiliki oleh konsumen agar kedua belah pihak antara konsumen dan perusahaan dapat tertarik satu dengan lainnya. Konsumen dalam suatu usaha memiliki peranan yang penting, hal ini dikarenakan pihak konsumen ikut

andil dalam keberlangsungan sebuah perusahaan. Kegiatan perusahaan akan terus berlangsung secara berkelanjutan karena adanya hubungan antara konsumen dan juga perusahaan. Dalam arti lain, jika perusahaan menyediakan suatu produk maka konsumen akan membeli barang tersebut.

PT Penta Natural Kosmetindo adalah Sebuah perusahaan yang berfokus pada penjualan produk perawatan kulit, perusahaan ini berlokasi di Jakarta Utara. Perusahaan ini didirikan pada 23 Maret 2016 dan diresmikan pada tanggal 26 Maret 2016. Media Informasi pada PT Penta Natural Kosmetindo sudah ada dalam bentuk website, namun informasi yang terdapat di website bukanlah company profile dari PT Penta Natural Kosmetindo , dan informasi yang disajikan dalam website tersebut masih kurang informatif masih banyak yang tidak di informasikan dengan jelas mengenai product-product yang ditawarkan seperti keunggulan product PT.Penta Natural Kosmetindo yang dapat digunakan dari mulai anak usia 2 tahun sampai 60 tahun dan kandungan- kandungan alami di dalamnya Oleh karena itu, penulis perlu merancang *Company Profile* yang dapat memberikan informasi yang komprehensif tentang perusahaan serta meningkatkan citra perusahaan di mata pasar target, terutama terkait kesehatan kulit.

Dengan berdasarkan uraian tersebut, dalam penyusunan laporan tugas akhir (TA) ini Penulis memilih judul : “Perancangan *Company Profile* PT Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan Dan Informasi Kepada Publik”.

1.2 Maksud dan Tujuan

1.2.1 Maksud

Maksud dari penulisan ini adalah sebagai berikut :

Menerapkan perancangan Company Profile terhadap PT Penta Natural Kosmetindo dalam memberikan pengenalan dan Informasi kepada Publik

1. Merancang dan membantu PT Penta Natural Kosmetindo dalam meningkatkan jalinan hubungan dengan Publik.
2. Membantu mempermudah komunikasi antara khalayak dengan perusahaan mengenai informasi umum perusahaan lebih efisien.

1.2.2 Tujuan

Tujuan dari penyusunan laporan ini adalah untuk memperoleh gelar Ahli Madya Ilmu Komunikasi (A.M.d I.Kom) Program Studi Hubungan Masyarakat di Universitas Bina Sarana Informatika.

1.3 Metode Perancangan

1.3.1 Metode Pengumpulan Data

Dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, penulis mengidentifikasi beberapa masalah yang terkait perancangan *Company Profile* PT.Penta Natural Kosmetindo Metode penelitian pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif melalui pendekatan penelitian berbasis praktik dalam upaya memecahkan masalah dan merealisasikan tujuan pembuatan media promosi, sehingga diperlukan proses pengumpulan data. Semua data yang terkumpul kemudian dianalisis sehingga didapatkan informasi yang diperlukan untuk mengembangkan konsep media promosi berupa *Company Profile* dan media pendukung bagi PT.Penta Natural Kosmetindo. Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data-data penelitian dari sumber data (subjek maupun sampel penelitian). Pengumpulan data adalah hal yang krusial dan esensial karena data yang terkumpul akan menjadi landasan untuk merancang instrumen penelitian. (Kristanto, 2019). Berikut adalah metode yang diperlukan oleh penulis :

A. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang memiliki karakteristik khusus jika dibandingkan dengan teknik lainnya. Pada awal penelitian kualitatif. Observasi telah dilakukan selama *grand tour observation*. Metode observasi ini melibatkan pengamatan langsung terhadap objek tertentu, keadaan, situasi, proses atau perilaku. Menurut Sugiyono (2021).

Observasi dibedakan menjadi dua, yakni observasi partisipan dan juga observasi non-partisipan (Julmi 2020) .

1. Observasi partisipan adalah observasi yang peneliti ikut berpartisipasi menjadi bagian dari kelompok yang diteliti dan juga belajar dari pengalaman langsung dengan tujuan untuk mendapatkan informasi berdasarkan sudut pandang peneliti.
2. Observasi non-partisipan adalah observasi yang peneliti mengamati partisipan tanpa berinteraksi dengannya.

Dengan kata lain observasi yang penulis lakukan dengan cara pengamatan langsung ke lokasi sumber informasi terkait yaitu PT. Penta Natural Kosmetindo dengan tujuan untuk mendapatkan informasi yang benar dan dibutuhkan dalam penulisan laporan Tugas Akhir ini, observasi yang dimaksud adalah observasi jenis partisipan, penulis mengamati dan berinteraksi langsung dengan partisipan informan.

B. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai metode pengumpulan data ketika peneliti ingin melakukan studi awal untuk mengidentifikasi permasalahan yang harus diteliti, serta untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam (Sugiyono 2019). Wawancara perlu digunakan dengan berhati-hati dan perlu di triangulasi data dari sumber yang lain. Wawancara yang dilakukan dalam Tugas Akhir ini menggunakan wawancara jenis tidak terstruktur Bruce L. Berg dan Howard Lune (2019). Wawancara tidak terstruktur adalah wawancara yang mana penulis tidak memiliki batasan dalam menggali informasi kepada pihak *key informant* Bapak Willy selaku direktur PT.Penta Natural Kosmetindo maupun informan yaitu Ibu Tasya selaku *Manager Marketing* penulis juga tidak perlu menggunakan pedoman wawancara yang disusun secara sistematis karena penulis hanya bertanya berkaitan dengan garis besar untuk informasinya saja.

Informan dan *key Informan* adalah individu yang memberikan informasi kunci untuk penelitian kualitatif (*Doing Qualitative Research*" 5th Edition, 2019). Dalam penelitian ini penulis membutuhkan sumber data atau informasi dari *key informant* dan *informant*. *Informant* adalah orang yang dimanfaatkan oleh peneliti untuk mendapatkan informasi dalam situasi atau karakteristik dalam latar belakang penelitian. Penelitian ini membutuhkan sumber data atau informasi dari *key informant* dan *informant* dalam suatu perusahaan. *Key informant* merupakan informasi kunci yaitu seseorang yang dapat memberikan informasi dan keterangan secara detail dan khusus kepada peneliti, sedangkan *informant* adalah seseorang yang memiliki informasi yang cukup mengenai suatu objek yang diteliti. Dalam wawancara laporan Tugas Akhir ini, saya mengambil *key informant* Bapak Willy Handoko selaku Direktur PT. Penta Natural Kosmetindo karena Bapak Willy Handoko S.BD mengetahui segala informasi yang berkaitan dengan perusahaan. Selain itu, dalam wawancara ini didukung dengan

beberapa informasi dari *informant* yaitu Ibu Tasya S.I.Ikom selaku *Manager Marketing*.

C. Kepustakaan

Pustaka adalah metode pengumpulan data yang melibatkan pengumpulan informasi dari laporan penelitian, buku-buku ilmiah, artikel, dan jurnal yang relevan dengan topik penelitian. (Sugiyono 2019)

Dalam metode ini, penulis mengumpulkan data dari buku teks dan jurnal online yang berisi catatan dan informasi tertulis lainnya yang relevan dengan materi laporan tugas akhir yang sedang ditulis oleh penulis..

D. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan dokumen yang berisi informasi yang relevan mengenai pertanyaan penelitian. Tujuan dari dokumentasi adalah untuk mengumpulkan data tentang latar belakang dan konteks sejarah penelitian (Julmi, 2020) .

Dalalm metode ini, penulis melakukan metode dokumentasi untuk mendapatkan data visual berupa foto-foto kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan PT. Penta Natural Kosmetindo yang didokumentasikan oleh penulis sendiri.

1.3.2 Metode Analisa Data

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan proses yang berkelanjutan yang dilakukan oleh peneliti dengan fokus pada data-data yang telah dikumpulkan yaitu :

A. Penelitian Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah proses investigasi yang naturalistik yang bertujuan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam dan alami (Hendryadi et al., 2019). Penelitian kualitatif menekankan pada kualitas daripada kuantitas dengan data yang dikumpulkan melalui wawancara, observasi langsung, dan analisis dokumen

terkait. Fokus utama penelitian kualitatif adalah pada proses daripada hasil akhir karena hubungan antara bagian-bagian yang sedang diteliti akan lebih jelas ketika diamati dalam konteks prosesnya..

B. Penelitian Deskriptif

Penelitian deskriptif adalah jenis penelitian yang bertujuan untuk menyelidiki keadaan, kondisi, atau fenomena tertentu yang telah diidentifikasi dengan hasilnya dipresentasikan dalam bentuk laporan penelitian (Arikunto, 2019).

penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang mendetail dan sistematis tentang fenomena yang diteliti. Penelitian ini fokus pada mendeskripsikan karakteristik atau keadaan saat ini dari objek penelitian, tanpa melakukan intervensi atau memanipulasi variabel. Tujuannya adalah untuk mendapatkan pemahaman yang jelas dan terperinci tentang subjek yang sedang dikaji. (David Silverman 2019 "*Doing Qualitative Research*" 5th Edition)

1.4 Ruang Lingkup

Dalam membuat Tugas Akhir ini penulis akan memusatkan pada proses perancangan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo untuk memberikan gambaran umum tentang produk yang ditawarkan oleh perusahaan kepada para konsumen.

1.5 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan penelitian dengan judul “Perancangan *Company Profile* PT.Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan dan Informasi Kepada Publik ”, digunakan sistematika penulisan sebagai berikut :

BAB I

PENDAHULUAN

Bagian ini akan menjelaskan latar belakang, tujuan, ruang lingkup, metode penelitian, dan struktur penulisan..

BAB II

LANDASAN TEORI

Pada bagian ini, penulis akan membahas definisi konsep-konsep berikut : Pengertian Hubungan Masyarakat (Humas), Humas Pemerintahan beserta tugasnya, Fungsi dan kegiatan Humas Pemerintah, Kegiatan Humas, Ruang Lingkup Humas, Definisi Perancangan, Media Informasi dan Komunikasi Humas, *Company Profile*, dan Publik Eksternal

BAB III

PEMBAHASAN

Bab ini berisi konsep perancangan *company profile* PT.Penta Natural Kosmetindo mengenai analisa situasi, permasalahan dan konsep kreatif, lalu time table dan anggaran, dilanjuti dengan eksekusi karya, di akhir adalah permasalahan yang dihadapi dan pemecahan masalah.

BAB IV

PENUTUP

Pada bab ini penulis memberikan kesimpulan dari laporan penelitian dengan judul “Perancangan *Company Profile* PT.Penta Natural Kosmetindo Sebagai Media Pengenalan dan Informasi Kepada Publik” yang disusun dan juga saran-saran yang nantinya dapat digunakan oleh pihak instansi.



BAB II

LANDASAN TEORI

2.1 Umum

2.1.1 Definisi Public Relations

Humas adalah fungsi manajemen yang unik yang membantu membangun saluran komunikasi, meningkatkan pemahaman, dan kerjasama antara organisasi dengan publiknya. Humas juga terlibat dalam manajemen isu dan masalah, membantu organisasi untuk tetap menginformasikan dan merespons opini publik (Kussanti, 2019).

2.1.2 Tujuan Public Relations

Tujuan *public relations* mempunyai empat kategori di dalam suatu perusahaan (Ruslan 2020:20) yaitu :

Sebagai Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*), peran seorang ahli hubungan masyarakat dalam menyelesaikan setiap masalah dengan publiknya adalah menemukan solusi dengan menggunakan pengalaman dan kemampuan yang dimilikinya.

Berperan Sebagai Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*), peran seorang praktisi hubungan masyarakat adalah sebagai komunikator yang memfasilitasi komunikasi antara manajemen dan publiknya. Ini menunjukkan bahwa seorang praktisi hubungan masyarakat harus mendengarkan harapan dan keinginan publik.

Membangun Peran Fasilitator dalam Proses Penyelesaian Masalah (*Problem Solving Process Facilitator*) dalam hal ini, peran praktisi hubungan masyarakat dirancang untuk membantu pimpinan sebagai penasihat dari pemecahan masalah hingga pengambilan tindakan secara rasional dan profesional.

Peran Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*) adalah peran di mana seorang praktisi hubungan masyarakat bertindak sebagai teknisi komunikasi yang menyediakan layanan teknis komunikasi, berbeda dengan tiga peran hubungan masyarakat sebelumnya. Seorang Hubungan Masyarakat memiliki peran yang sangat penting dalam sebuah perusahaan atau organisasi.

2.1.3 Fungsi Public Relations

Public Relations Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen khusus yang mendukung pembangunan dan pemeliharaan saluran komunikasi, pemahaman, dan kerjasama antara organisasi dan publik. Fungsi ini melibatkan pengelolaan isu-isu yang membantu manajemen dalam mempertahankan informasi dan tanggapan terhadap opini publik, serta berperan sebagai sistem peringatan dini untuk mengantisipasi tren etis sebagai pendekatan utama. (Silviani, 2020).

2.1.4 Tugas Public Relations

Adapun tugas *Public Relations* menurut Widjaja dalam bukunya yang berjudul "Komunikasi dan Hubungan Masyarakat" mencakup dua kategori (Wulan Puspita Sari, 2021) yaitu :

- a. Tugas Strategis, yaitu partisipasi dalam proses pengambilan keputusan.
- b. Tugas Taktis, (mengamalkan kebijakan pemerintah) seperti :
 1. Memberikan informasi
 2. Memberikan motivasi
 3. Melaksanakan komunikasi interpersonal dan timbal balik
 4. Membuat citra yang baik

2.1.5 Ruang Lingkup Publik Relations

Menurut Jefkins dalam buku public relations, ruang lingkup pada dasarnya dibagi menjadi 2 (Wulan Puspita Sari, 2021), yaitu :

- a. Membangun hubungan internal (Public Internal)

Hubungan internal mengacu pada publik yang menjadi bagian dari suatu perusahaan atau organisasi yang dapat mengidentifikasi dan mengenali hal-hal yang menimbulkan citra negatif di masyarakat.

- b. Menciptakan hubungan eksternal (Public Eksternal)

Public eksternal mengacu pada masyarakat umum yang berusaha menciptakan sikap dan gambaran yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya.

Hubungan masyarakat (humas) dalam menjalankan tugas dan fungsinya mempunyai ruang lingkup, dimana ruang lingkup tersebut menjadi acuan penting dalam kegiatan humas (Wulan Puspita Sari, 2021) meliputi :

a. Pengumpulan dan pengolahan data

Tugasnya adalah mengumpulkan dan mengolah informasi untuk keperluan masyarakat dan lembaga untuk mendapatkan umpan balik dari masyarakat.

b. Penerangan

Tugasnya yaitu mempersiapkan informasi kepada masyarakat mengenai kebijakan dan kegiatan lembaga melalui media.

c. Publikasi

Tugasnya yaitu mengelola publikasi mengenai kebijakan dan pelaksanaan pada aktivitas lembaga.

2.2 Studi Literatur

2.2.1. Perancangan

Menurut Adiguna, perancangan adalah “proses untuk mendefinisikan sesuatu yang dibuat dengan menggunakan berbagai teknik yang mencakup uraian struktur dalam proses pengerjaannya” (Nur Azis et al., 2020).

Adapun Perancangan menurut Nafisah adalah “penggambaran, perencanaan dan pembuatan sketsa atau pengaturan dari beberapa elemen yang terpisah ke dalam satu kesatuan yang utuh dan fungsional” (Andi Patappari et al., 2021).

2.2.2. Media Informasi dan Komunikasi

Menurut Jugiyanto, informasi dapat diartikan sebagai hasil dari pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih bermanfaat dan bermakna bagi penerimanya yang

menggambarkan peristiwa nyata yang digunakan dalam pengambilan keputusan (Leliana & Agusta, 2019).

Hubungan Masyarakat berperan sebagai salah satu bentuk komunikasi yang digunakan untuk menjaga hubungan positif dalam menyampaikan dan menyebarluaskan informasi yang tidak dapat dipisahkan dari media yang digunakan untuk mendukung efektifitas kegiatan tersebut. Menurut Iriantara (dalam Susilo & Sari, n.d., 2020) macam-macam media yang dapat digunakan yaitu :

- a. Media Cetak, yaitu suatu media yang menyajikan pesan dalam bentuk cetak seperti jurnal, majalah dan surat kabar.
- b. Media Elektronik, seperti audio (radio) dan audio visual (televisi).
 1. Radio : merupakan media komunikasi radio merupakan salah satu media penting informasi, hiburan dan pendidikan yang sangat populer.
 2. Televisi : merupakan suatu media komunikasi yang sering disebut audio visual yang dapat memberikan informasi melalui gambar dan suara.
 3. Special Event : suatu kegiatan atau media pertemuan tatap muka (*face to face*), misalnya: presentasi, diskusi panel, seminar dan pameran.
 4. Media Luar Ruang : merupakan suatu media komunikasi yang di sajikan di tempat umum dengan ukuran yang lebih besar seperti sepanduk, papan reklame, *banner* dan poster.

2.2.3. Company Profile

1. Pengertian Company Profile

Profil suatu perusahaan memegang peranan penting dalam suatu perusahaan antara lain untuk membantu meningkatkan citra perusahaan, menciptakan hubungan

dengan pelanggan, sebagai alat pemasaran, memperkuat branding, serta memberikan gambaran umum mengenai perusahaan (Ningsih et al., 2021).

Sedangkan menurut Bambang Eka Purnama, *Company Profile* adalah identitas dari suatu perusahaan baik dalam bidang jasa maupun produk (Kemolo Dewo & P Dewi, n.d., 2019).

Adapun *Company Profile* menurut Maimunah adalah salah satu media perusahaan yang berperan sebagai identitas untuk membangun hubungan atau kerjasama dengan perusahaan lain (Ghiyats Abdulhafizh & Djatiprambudi, n.d.).

2. Isi *Company Profile*

Ada banyak hal yang bisa ditulis dalam *Company Profile*, namun secara umum menurut Kriyantono (dalam Hidayat & Handayanto, 2019) isi *Company Profile* mencakup :

- a. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal dan proses perkembangan.
- b. Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan.
- c. Budaya perusahaan, merupakan nilai-nilai kunci dan konsep umum yang membentuk citra anggota organisasi seperti etos kerja yang tinggi untuk mencapai kemajuan untuk semua.
- d. Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) atas segala hal yang sangat mempengaruhi operasional dan rencana jangka panjang.
- e. Identitas perusahaan termasuk logo, seragam, *interior* gedung dan kantor serta kualitas produksi audiovisual.

- f. Visi dan misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan terhadap kesuksesan.
- g. Alamat cabang-cabang, termasuk pertumbuhan cabang korporasi di beberapa daerah untuk menunjukkan kelancaran jalur distribusi.
- h. Gambaran tentang SDM, menceritakan tentang orang-orang di balik operasional perusahaan yang mempengaruhi manajemen, termasuk yang mempengaruhi masyarakat terkait perusahaan.
- i. Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan Gambaran keunggulan perusahaan dapat dilihat dari apa yang membedakannya dengan pesaingnya.
- j. Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala yang telah dilakukan perusahaan untuk masyarakat. Masyarakat tidak hanya menuntut kualitas produk atau jasa, namun juga apa yang dapat dilakukan perusahaan untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat.
- k. Laporan perkembangan perusahaan (laporan tahunan), termasuk informasi keuangan perusahaan.
- l. Deskripsi produk dan layanan terpenting dari program pengembangan dimasa mendatang.

3. Fungsi *Company Profile*

Menurut Farrah Fathya (dalam Ghyats Abdulhafizh & Djatiprambudi, n.d., 2020) ada 3 fungsi utama dari company profile, yaitu:

- a. Memberikan gambaran umum mengenai perusahaan, lembaga pendidikan, atau organisasi.
- b. Dengan adanya *Company Profile* maka akan meningkatkan citra suatu perusahaan, lembaga pendidikan, atau organisasi sebagai

branding dan publikasi untuk dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat.

- c. Sebagai alat pemasaran. *Company Profile* dapat digunakan sebagai alat pemasaran dengan cara membagikan dan menyebarluaskan kepada calon konsumen.

Menurut Kriyanti (Hidayat & Handayanto, 2019) *Company Profile* memiliki fungsi sebagai berikut :

- a. *Company Profile* adalah gambaran tentang perusahaan sebagai alat membangun identitas dan citra dalam masyarakat yang memiliki gagasan yang luas mengenai perusahaan.
- b. Dapat digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan untuk menciptakan saling pengertian.
- c. Menghemat waktu bisnis, pihak lain yang terlibat dalam bisnis tidak perlu bertanya secara detail mengenai perusahaan, produk, pasar, aspek, misi, posisi keuangan dan lainnya.

Beberapa perusahaan bahkan memilih untuk membuat *profile* perusahaan untuk menarik minat target *audiens* (Viky Iza, 2023). Adapun menurut Kris Nathan, *Company Profile* memiliki peranan penting bagi perusahaan untuk menampilkan profesionalisme dan mengangkat citra baik perusahaan (Ningsih et al., 2021).

2.2.4. Publik Eksternal

Menurut Ruslan Publik Eksternal adalah "publik umum (masyarakat) yang mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya (Mareta Puri Rahastine, 2021).

Menurut Dewey dan Blummer, Publik adalah sekelompok individu yang dapat mengidentifikasi dan mengklasifikasikan menurut konteks di mana mereka menyadari permasalahan yang ada hingga mengambil langkah untuk menyelesaikan masalah tersebut (Aryesta & Selmi, 2022).

Secara garis besar publik yang termasuk dalam kategori publik eksternal pada suatu perusahaan (Kustiawan et al., n.d., 2023) yaitu meliputi :

- a. Publik Pemerintahan
- b. Publik Masyarakat
- c. Publik Pelanggan
- d. Publik Konsumen.



BAB III

PEMBAHASAN

Perancangan Company Profile

3.1 Konsep Perancangan

3.1.1 Analisis Situasi Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan PT.Penta Natural Kosmetindo

PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) didirikan oleh Willy Handoko bersama dengan beberapa CO-Founder lainnya yaitu, Herbit, Hendry Liauw, Eddy Lin, dan Alvin Wirianata. Mulai berdiri sejak tahun 2017, PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) merupakan brand skincare natural terbaik di Indonesia yang telah menerima berbagai penghargaan atas prestasinya yang pesat dan cemerlang. Melihat adanya gaya hidup untuk melakukan perawatan kecantikan di Indonesia yang menunjukkan perkembangan positif, PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) memiliki tekad untuk menjadi perusahaan yang tidak hanya melahirkan product skincare yang menjawab permasalahan kulit masyarakat di Indonesia, tetapi tekun menciptakan produk berkualitas yang bahan baku utama naturalnya berasal dari petani lokal.

Hal tersebut terbukti dari terciptanya rangkaian series yang diantaranya ada NPURE (CICA) Centella Asiatica Series yang menggunakan daun pegagan, NPURE Marigold Series yang menggunakan bunga gemitir dan NPURE Noni Probiotics Series yang menggunakan kandungan mengkudu. Lalu produk terbaru ini adalah NPURE Licorice Series yang menggunakan akar manis. (NPURE, 2023). Produk-produk PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) juga sudah lolos standarisasi karena sudah *Dermatologically Tested, Non-Toxic Ingredients, Safe for All Skin Type*, dan yang terpenting adalah *Pregnant and Breastfeeding*

Friendly dan sudah tersertifikasi HALAL dan BPOM. Dengan didasari standar tinggi, PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) berhasil menciptakan produk berkualitas tinggi. Kesuksesan dalam membangun dan mengembangkan produknya, PT. Penta Natural Kosmetindo (NPURE) menerima berbagai penghargaan ternama yang semakin meningkatkan reputasinya sebagai brand skincare natural terbaik di Indonesia.

2. **Visi dan Misi PT.Penta Natural Kosmetindo**

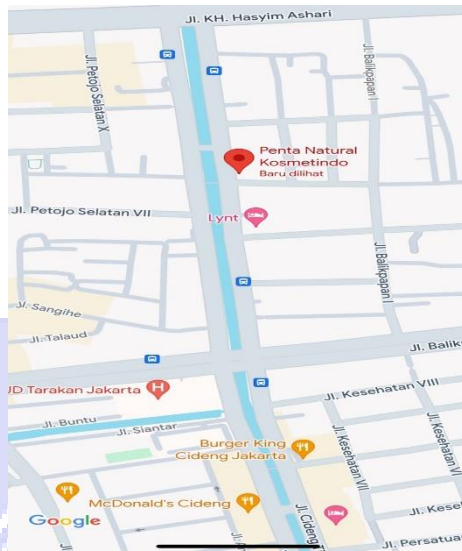
Visi :

Menjadi perusahaan kosmetik natural terbaik di Indonesia.

Misi :

1. Menciptakan produk kosmetik berbahan natural dari indonesia yang berkualitas.
2. Membantu wanita Indonesia lebih percaya diri dengan tampil cantik alami.
3. Melaksanakan tanggung jawab sosial secara berkesinambungan

3. Peta PT.Penta Natural Kosmetindo



Gambar III.1

Sumber : Google Maps

4. Potensi PT.Penta Natural Kosmetindo

PT Penta Natural Kosmetindo adalah perusahaan yang bergerak di bidang kosmetik dan produk perawatan kecantikan di Indonesia. Potensi perusahaan ini dapat dilihat dari beberapa faktor:

1.Pasar Kosmetik yang Berkembang

Pasar kosmetik di Indonesia terus berkembang pesat, didorong oleh peningkatan kesadaran masyarakat akan perawatan diri dan penampilan. Hal ini menciptakan peluang besar bagi perusahaan kosmetik seperti PT. Penta Natural Kosmetindo untuk tumbuh dan memperluas pasar mereka dan hingga saat Ini sudah memiliki total karyawan 200 orang karyawan serta memiliki cabang untuk Offline Store di indonesia seperti di Jabodetabek dan bali .

2. Inovasi Produk

Potensi perusahaan dapat ditingkatkan melalui inovasi produk Dengan terus mengembangkan produk-produk baru yang sesuai dengan tren terbaru dan kebutuhan konsumen, PT Penta Natural Kosmetindo dapat memperluas basis pelanggan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

Product yang dimiliki dan telah ada di PT Penta Ntural Kosmetindo adalah Rangkaian Perawatan Kulit seperti Cantela Asiatica Series, Marigold Series, Licorise Series, dan Noni Series.

3.Peningkatan Distribusi

Memperluas jaringan distribusi ke berbagai daerah di Indonesia atau bahkan internasional seperti Malaysia dapat membuka peluang baru bagi pertumbuhan perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan bekerja sama dengan distributor besar atau menjalin kemitraan dengan toko-toko ritel terkemuka.

4.Penggunaan Teknologi

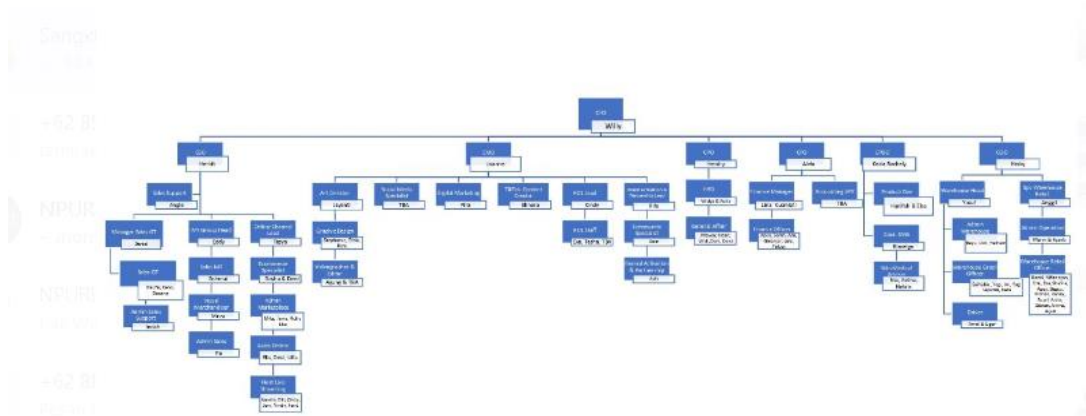
Memanfaatkan teknologi terbaru yaitu Dendriclear TM Acne Biome Teknologi yang terbukti dimanfaatkan dalam proses perawatan kulit berjerawat dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memungkinkan perusahaan untuk bersaing lebih baik dalam pasar yang kompetitif.

5.Komitmen terhadap Kualitas

Menjaga komitmen terhadap kualitas produk dan kepuasan pelanggan akan membantu membangun reputasi yang baik dan meningkatkan daya tarik merek perusahaan.

Dengan memanfaatkan faktor-faktor ini secara efektif, PT. Penta Natural Kosmetindo memiliki potensi untuk menjadi pemimpin pasar dalam industri kosmetik di Indonesia dan berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi serta menciptakan nilai tambah bagi konsumen dan pemangku kepentingan lainnya.

5. Struktur Organisasi PT.Penta Natural Kosmetindo



Gambar III.2
Struktur Organisasi PT.Penta Natural Kosmetindo

6. Company Profile PT.Penta Natural Kosmetindo

Untuk saat ini PT. Penta Natural Kosmetindo belum memiliki *Company Profile* baik melalui website maupun karya design, sehingga penulis dalam hal ini melakukan pembuatan dan perancangan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo sebagai media pengenalan dan informasi kepada publik. Adapun PT. Penta Natural Kosmetindo memiliki sarana informasi kepada publik melalui media sosial yaitu :

- Dalam bentuk Instagram Npureofficial



Gambar III
Instagram PT.Penta Natural Kosmetindo (Npure)

7. Kondisi Khusus Yang Mengharuskan Kehadiran Program Public Relations

Kurangnya informasi mengenai suatu instansi atau perusahaan dapat menyebabkan lebih banyak kesalahpahaman dan kurangnya pengetahuan tentang informasi yang diterima. Peran *Public Relations* sangatlah penting dan dibutuhkan bagi suatu instansi atau perusahaan sebagai jembatan untuk media informasi khususnya kepada publik eksternal. Hal ini terjadi di PT. Penta Natural Kosmetindo yang belum memiliki *Company Profile* sehingga untuk mendapatkan informasi mengenai kelebihan kualitas produk visi misi perusahaan dan produk apa saja yang ditawarkan cukup sulit dijangkau oleh publik. Maka dari itu melalui peran public relation dan dengan dirancangnya company profile PT. Penta Natural Kosmetindo, publik atau masyarakat luas dapat menerima informasi dengan baik.

Adapun kondisi khusus yang mengharuskan kehadiran team *Public Relations* di PT. Penta Natural kosmetindo karena dapat memainkan peran penting dalam penyampaian informasi kepada publik. dan untuk Team *Public Relations* yang ada di PT Penta Natural Kosmetindo sebanyak 6 Orang Team yang terdiri dari 2 Orang Public Relations Dan 4 Team Marketing Communications. Melalui perancangan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo diharapkan dapat menjadi sarana yang efektif dalam mengkomunikasikan identitas suatu instansi yang kuat.

3.1.2. Permasalahan

Tidak memiliki *Company Profile* dapat menimbulkan beberapa masalah potensial bagi sebuah perusahaan khususnya PT. Penta Natural Kosmetindo. Berikut adalah beberapa di antaranya :

1. Kesulitan dalam Memasarkan Produk dan menemukan Investor :

Tanpa *Company Profile* yang jelas PT. Penta Natural Kosmetindo perusahaan akan kesulitan dalam menjelaskan identitas, visi, misi, dan nilai-nilai inti mereka kepada klien potensial, investor, atau mitra bisnis lainnya. Ini dapat menghambat upaya pemasaran dan promosi perusahaan.

2. Kurangnya Profesionalisme

Sebuah *Company Profile* memberikan kesan profesional dan terorganisir kepada pihak luar. Tanpa itu, perusahaan mungkin terlihat kurang serius atau tidak terstruktur dalam pendekatannya oleh sebab itu PT. Penta Natural Kosmetindo melakukan perancangan *Company Profile*.

3. Ketidakjelasan Identitas Perusahaan

Sebuah *Company Profile* membantu menetapkan identitas dan citra merek perusahaan. Tanpa itu, perusahaan mungkin kesulitan dalam membangun dan memelihara citra yang konsisten di mata karyawan, pelanggan, dan publik secara umum.

4. Tidak Memanfaatkan Potensi Jaringan

Company Profile sering digunakan dalam rangkaian jaringan bisnis untuk membangun kemitraan dan kesempatan kolaborasi. Tanpa *Company Profile* yang ada, perusahaan mungkin kehilangan kesempatan untuk mengembangkan hubungan bisnis yang berharga.

Mengembangkan *Company Profile* yang baik adalah investasi dalam membangun fondasi yang kuat untuk perusahaan Anda. Ini membantu dalam mengkomunikasikan

nilai-nilai inti, visi, dan pencapaian perusahaan kepada berbagai pihak yang terlibat dalam ekosistem bisnis Anda.

3.1.3. Konsep Kreatif

Dalam perancangan *Company Profile* ini, penulis akan membuat *Company Profile* dalam bentuk cetak dan *soft copy* dengan menggunakan Aplikasi Adobe Photoshop Untuk menghasilkan design yang menarik dan untuk gambar serta desain yang menarik disesuaikan dengan karakteristik PT. Penta Natural Kosmetindo dan lebih terfokus untuk melengkapi informasi mengenai PT. Penta Natural Kosmetindo, *profile*, dan jajaran instansi, kegiatan yang telah dilaksanakan oleh PT. Penta Natural Kosmetindo hingga produk dan achievement dan award apa saja yang telah dicapai.

1. Bentuk *Company Profile*

Penulis akan membuat *Company Profile* ini dalam bentuk cetak dikarenakan dapat dibaca berulang kali sehingga lebih mudah dijangkau tanpa internet dan lebih memudahkan pembaca untuk mengingat informasi tersebut.

Company Profile yang dibuat penulis yaitu berukuran A4 dengan ukuran 21cm x 29 cm dengan halaman yang berbentuk potrait (tegak) yang didalamnya terdapat tulisan dan gambar serta desain yang menarik agar lebih mengenal dan menarik minat pembaca pada *Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo.

2. Tujuan *Company Profile*

Tujuan dari perancangan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo yaitu sebagai media pengenalan dan informasi kepada publik eksternal yang memuat identitas profil PT. Penta Natural Kosmetindo agar lebih dikenali dan

menampilkan citra yang positif bagi instansi sehingga memudahkan masyarakat luas dalam mengakses suatu informasi.

3. Target Khalayak

Sasaran yang menjadi target khalayak *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo yaitu seluruh masyarakat Indonesia baik pria/wanita semua usia dari Mulai Balita 3 tahun – Hingga Lansia Usia 70 Tahun yang mencintai dirinya dan sadar akan pentingnya merawat kulit agar selalu sehat dan terjaga.

4. Perwajahan

a. Cover

Pada bagian Cover depan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo terdiri atas beberapa *shape*, foto gedung PT. Penta Natural Kosmetindo, logo PT. Penta Natural Kosmetindo (Npure), alamat kantor dan tahun dibuatnya *Company Profile*.

b. Layout

1. Tata Letak

Dalam pembuatan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo dipadukan beberapa elemen seperti foto dari mulai produk, pelayanan, kegiatan, hingga prestasi yang didapat oleh PT. Penta Natural Kosmetindo

2. Tipografi

Dalam perancangan *Company Profile* Kelurahan PT. Penta Natural Kosmetindo, penulis menggunakan jenis tipografi sebagai berikut :

a. Font Cover : Putih, Hijau Tua, Font Franklin Gothic Medium ukuran 620 pt untuk tulisan Company Profile, Font Times New Roman ukuran 364 pt untuk tulisan PT. Penta Natural Kosmetindo dan ukuran 239 pt pada informasi kontak PT. Penta Natural Kosmetindo.

b. Font Headline : Hitam, Font Times New Roman, Ukuran 250 pt.

c. Font Isi : Hitam, Putih, Font Times New Roman, Ukuran 150 pt

3. Ilustrasi

Ilustrasi yang terdapat dalam *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo terdiri dari gambar foto, logo serta *desain* yang dapat menarik minat pembaca.

4. Foto

Foto yang terdapat dalam *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo ini adalah foto berupa dari segi gedung, fasilitas, pelayanan, produk, kegiatan, hingga prestasi yang didapat oleh PT. Penta Natural Kosmetindo.

c. Komposisi Isi

Pada *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo, komposisi isi yang dimasukan penulis dalam membuat *Company Profile* adalah sebanyak 60% Gambar Product yang terdapat di PT Penta Natural Kosmetindo dan 40% Informasi Perusahaan berupa informasi mengenai kata sambutan Direktur, tentang perusahaan PT Penta Natural Kosmetindo, visi dan misi, struktur organisasi, produk PT Penta Natural Kosmetindo, pelayanan, penghargaan

serta kegiatan yang ada di PT. Penta Natural Kosmetindo penulis merancang *Company Profile* PT Penta Natural Kosmetindo berisikan gambar serta informasi yang terdapat pada PT Penta Natural Kosmetindo sebagai media informasi agar memudahkan masyarakat maupun publik eksternal dalam mengakses mengenai identitas instansi.

5. Daftar Isi

- a. Cover Depan : Nama PT. Penta Natural Kosmetindo, Logo, Alamat, Tahun.
- b. Halaman 2 : Daftar Isi atau susunan petunjuk isi *Company Profile*
- c. Halaman 3 : Sambutan Direktur
- d. Halaman 4 : Sejarah Perusahaan
- e. Halaman 5 : Pelayanan Perusahaan
- f. Halaman 6 : Makna Logo Perusahaan
- g. Halaman 7 : Visi Misi Perusahaan
- h. Halaman 8 : Struktur Organisasi
- i. Halaman 9 : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Cica Series
- j. Halaman 10 : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Marigold Series
- k. Halaman 11 : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Licorise Series
- l. Halaman 12 : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Noni Series
- m. Halaman 13 : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Clearpad Cica Series
- n. Halaman 14: : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Licorise pad Series

- o. Halaman 15: : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Peeling Gel
- p. Halaman 16: : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Licorise Axillary
- q. Halaman 17: : Produk PT. Penta Natural Kosmetindo Sunscreen Series
- r. Halaman 22 : : Pencapaian Perusahaan PT. Penta Natural Kosmetindo
- s. Halaman 24: : Biografi Penulis
- t. Tutup Cover : Kontak Kelurahan PT Penta Natural Kosmetindo
- u.

6. Format

- a. Ukuran : Ukuran kertas A4 (21x29,7 Cm)
- b. Kertas : Art Paper C 150gr.
- c. Warna : Komposisi yang digunakan adalah warna Hijau Tua, Hijau Muda, biru tua dan kuning Yang Menggambarkan Isi dari Product yang ada di PT Penta Natural Kosmetindo.
- d. Tebal Halaman : 25 Halaman.
- e. Binding : *Company Profile* dicetak dalam bentuk potrait dan disusun dalam bentuk steples tengah.

3.2 Time Table

3.2.1 Time Table

Tabel III.1

Waktu Perancangan Company Profile

No	Kegiatan Pembuatan Karya	April				Mei				Juni			
		I	II	III	IV	I	II	III	IV	I	II	III	IV

1.	Bimbingan perdana dan pengajuan judul Tugas Akhir												
2.	Pengajuan Riset kepada PT. Penta Natural Kosmetindo terkait Tugas Akhir.												
3.	Mencari Referensi dan data terkait PT. Penta Natural Kosmetindo												
4.	Mengerjakan Bab I												
5.	Bimbingan Bab I												
6.	Revisi Bab I												
7.	ACC Bab I												
8.	Mengerjakan Bab II												
9.	Bimbingan Bab II												
10.	ACC Bab II												
11.	Mengerjakan Bab III												
12.	Wawancara dengan <i>Key Informant</i>												
13.	Wawancara dengan Informan 1												

14.	Wawancara dengan Informan 2												
15.	Proses pembuatan Karya <i>Company Profile</i>												
16.	Pengajuan Karya Design												
17.	ACC Karya Design												
18.	Bimbingan Bab III												
19.	ACC Bab III												
20.	Bimbinngan Bab IV												
21.	ACC Bab IV												

3.3 Eksekusi Karya



Gambar III.5

Cover Depan

PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO	
NPURE HEALTHY SKIN	
DAFTAR ISI	
DAFTAR ISI.....	
SAMBUTAN CEO.....	
TENTANG PERUSAHAAN.....	
PELAYANAN PERUSAHAAN.....	
MAKNA LOGO.....	
VISI MISI PERUSAHAAN.....	
STRUKTUR ORGANISASI.....	
CICA SERIES PACKAGE.....	
WARGOLD SERIES PACKAGE.....	
LICORISE SERIES PACKAGE.....	
NONI SERIES PACKAGE.....	
CICA CLEARPAD SERIES.....	
LICORISE PAD SERIES.....	
PEELING GEL SERIES.....	
SUNSCREEN CREAM SERIES.....	
SUNSCREEN POWDER SERIES.....	
CLAYMASK SERIE SERIES.....	
AKTIVITAS CSR PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO.....	
AWARD ACHVMENTPT. PENTA NATURAL KOSMETINDO.....	
BIOGRAFI PENULIS.....	
KONTAK.....	

Gambar III.6

Daftar Isi



Gambar III.7

Sambutan CEO



Gambar III.8

Tentang Perusahaan



Gambar III.9

Pelayanan Perusahaan



Gambar III.10

Makna Logo



Gambar III.11

Visi Misi Perusahaan



Gambar III.12
Struktur Organisasi



Gambar III.13
Our Product



Gambar III.14

Our Product



Gambar III.15

Our Product



Gambar III.16

Our Product



Gambar III.17

Our Product

Our Product



Gambar III.18

Our Product



Gambar III.19

Our Product



18

Gambar III.22

Our Product



19

Gambar III.22

Our Product



Gambar III.23

Aktivitas CSR



Gambar III.24

Aktivitas CSR



Gambar III.25

Award dan Achievement



Gambar III.26

Award dan Achievement



Gambar III.27

Biografi Penulis



Gambar III.28

Kontak Perusahaan

3.4 Kendala dan Pemecahan

3.4.1. Kendala

Berikut ini adalah kendala yang dialami penulis dalam rangka penyusunan laporan serta pembuatan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo:

- a. Masalah komunikasi untuk mendapatkan informasi dengan pihak Terkait yaitu CEO PT. Penta Natural Kosmetindo terkait jaranganya berada dikantor
- b. Pihak instansi yang slow respon saat penulis meminta data-data terkait perusahaan
- c. Penulis tidak mempunya aplikasi software seperti adobe photoshop di laptop untuk pembuatan *design Company Profile*.
- d. Keterbatasan skill penulis dalam pembuatan *Company Profile* dikarenakan belum mahir menggunakan *Adobe Photoshop*.

3.4.2. Pemecahan

Berikut merupakan solusi dalam rangka pemecahan masalah yang dihadapi penulis dalam rangka penyusunan laporan serta pembuatan *Company Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo :

- a. Penulis melakukan wawancara dengan Manager Marketing Ibu Tasya Bong untuk mendapatkan data-data dan informasi yang jelas mengenai perusahaan Penulis melakukan penanyaan ulang di chat pribadi untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan penulis.
- b. Penulis mengatur Jadwal Pertemuan agar terjadwalkan untuk Melakukan wawancara kepada Informan dan Key Informan
- c. Penulis menginstall aplikasi adobe photoshop terlebih dahulu untuk pembuatan *Company Profile* PT Penta Natural Kosmetindo .

- d. Penulis melakukan pembelajaran mandiri dengan melihat tutorial di youtube dan bertanya dengan rekan yang mahir mengoperasikan *Adobe Photoshop*.



BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Kurangnya informasi mengenai suatu instansi atau perusahaan dapat menyebabkan lebih banyak kesalahpahaman dan kurangnya pengetahuan tentang informasi yang diterima. *Company Profile* dibutuhkan bagi suatu instansi sebagai media informasi bagi publik eksternal agar lebih dikenali serta dapat menampilkan citra yang positif sehingga memudahkan masyarakat luas dalam mengakses suatu informasi.

Penulis berhasil membuat dan merancang *Company Profile* dalam bentuk cetak dan *soft copy* dengan menggunakan gambar serta desain yang menarik agar lebih mudah diingat oleh pembaca. Perancangan *Company Profile* yang dibuat penulis adalah akurat dikarenakan penulis melakukan wawancara terlebih dahulu terhadap beberapa narasumber dengan pihak instansi.

Company Profile yang dibuat penulis yaitu berukuran A4 dengan ukuran 21cm x 29 cm dengan 15 rubrik berbentuk potrait tegak yang didalamnya terdapat tulisan dan gambar serta desain yang menarik agar lebih menarik minat pembaca pada *Profile* PT. Penta Natural Kosmetindo. Rubrik tersebut terdiri dari Cover depan, Daftar Isi, Kata Sambutan, Sejarah Perusahaan, Pelayanan Perusahaan, Makna Logo, Visi dan Misi, Struktur Organisasi, Cica Series, Marigold Series, Licorise Series, Noni Series, Cica Clearpad Series, Licorisepad Series Peeling Gel Series, Sunscreen Cream Series, Sunscreen Powder Series, Claymask Series, Aktivitas CSR, Award Achievement , Biografi Penulis, Kontak serta Cover belakang .

Company Profile yang penulis buat dominan dengan menggunakan warna Hijau tua dan Hijau Muda yang sesuai dengan karakteristik PT. Penta Natural Kosmetindo. Pemilihan warna Hijau Tua juga dipilih penulis didasarkan pada logo Brand dari PT. Penta Natural Kosmetindo yaitu NPURE.

4.2. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan dengan adanya penelitian terkait Perancangan *Company Profile* di PT Penta Natural Kosmetindo dalam Tugas Akhir ini yaitu sebagai berikut:

1. Untuk memberikan informasi yang lebih mendalam maka sebaiknya pihak Perusahaan lebih memperhatikan efektifitas saluran penyampaian dalam menyebarluaskan informasi.
2. Dengan adanya perancangan ulang *Company Profile* yang dibuat penulis maka pihak Perusahaan dapat memperluas *Company Profile* berikutnya secara lebih lengkap dan terperinci.
3. Diharapkan agar PT. Penta Natural Kosmetindo dapat terus konsisten dalam memberikan Product-product Unggulan yang berkualitas baik.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal CCIT VOL5 No 3(2012 :284) (Dewo dan Dewi, 2019) .

Company Profile adalah identitas suatu perusahaan. *Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi*, 2023

https://repository.amikom.ac.id/files/Publikasi_11.21.0600.pdf).

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/302/6/BAB%20III.pdf>

https://eprints.uad.ac.id/9508/1/KP_Judul.pdf

observasi partisipan dan juga observasi non partisipan (Julmi2020)

<https://judikatif-upiyptk.org/ojs/index.php/judikatif/article/view/56>

<https://www.kitalulus.com/blog/info-hrd/company-profile/>

<https://elibrary.bsi.ac.id/tugasakhir/M141202300071104138/perancangan-ulang-company-profile-pt-watu-penjuru-sukses-sebagai-strategi-public-relations-dalam-menjalin-hubungan-dengan-konsumen>

https://repository.bsi.ac.id/repo/files/287991/download/File_11-Bab-3-Pembahasan.pdf

Public Relations dan Publisitas Korporat. Jakarta: Kencana

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Jakarta: Rineka cipta. Sugiyono (2021 :199)

https://repository.pnj.ac.id/id/eprint/5904/2/TUGAS%20AKHIR_SELMA%20FATI MAH%20BUNGA%20SURGA_PUBLIC.pdf

<https://repository.dinamika.ac.id/id/eprint/2729/1/13420100014-2017-Complete.pdf>

https://kc.umn.ac.id/id/eprint/29251/1/HALAMAN_AWAL.pdf

https://repository.upnjatim.ac.id/24166/1/20052010034_COVER.pdf

<https://doi.org/10.56606/albama.v14i2.98>

Disconnect To Connect” on Anti-Phubbing Attitude (Survey in Line Starbucks Indonesia Official Account Followers). *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(3), 155–164. <https://doi.org/10.31504/komunika.v7i3.1665>

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



DAFTAR RIWAYAT HIDUP



I. Biodata Mahasiswa

NIM : 41210075
Nama Lengkap : Farid Fachrizal
Tempat / Tanggal Lahir : Jakarta 27-08-1995
Alamat Lengkap : JL.Rorotan IX/3 RT07/07 Cilincing Jakarta Utara

II. Pendidikan

1. SD Negeri 05 Pagi Jakarta Utara.
2. SMP Imtiq Darrurrahim .
3. SMAN 83 Jakarta Utara .
4. Universitas Bina Sarana Informatika, belum lulus.

III. Riwayat Pengalaman Berorganisasi / Pekerjaan

1. Pengalaman Pekerjaan

1. PT Sewu Segar Primatama .
2. PT Megamas Mandiri.
3. PT Penta Natural Kosmetindo Juli 2023 – Now.

2. Pengalaman Berorganisasi

1. Brand Ambassador Di Universitas Bina Sarana Informatika, 2022 – 2023.

Jakarta, 27 Juni 2024

Farid Fachrizal

SURAT PERSETUJUAN RISET



PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO

Jl. Raya Mangga Besar No. 113, Mangga Dua Selatan, Sawah Besar, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10730
Email : noureofficial.id@gmail.com

SURAT KETERANGAN No.044/HRD/PNK/5/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Raniha
Jabatan : HR Generalist
Perusahaan : PT. Penta Natural Kosmetindo

Dengan ini menerangkan bahwa;

Nama : Farid Fachrizal
NIM : 41210075
Program : Hubungan Masyarakat
Studi : Universitas Bina Sarana Informatika

Sehubungan dengan surat dari Universitas Bina sarana Informatika Perihal Permohonan Riset, dengan ini Kami Menerima Mahasiswa atas Nama Farid Fachrizal dengan Nim 41210075 untuk melakukan Riset di PT Penta Natural Kosmetindo.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan benar dan dapat dipergunakan semestinya.

Jakarta, 20 Juni 2024

Widya Raniha
HR Generalist

BERITA ACARA



PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO
 Jl. Raya Mangga Besar No. 111, Mangga Dua Selatan, Sawah Besar, Jakarta Pusat
 Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10730
 Email : pntaofficial@pnta.co.id

Nama : Farid Ichrizal
 NIM : 41210975
 Key Informan : Willy Handoko
 Informan : Tasya Bong
 Judul Tugas Akhir : Perancangan Company Profile PT Penta Natural Kosmetindo sebagai Media Pengenalan dan Informasi Kepada Publik

NO	Tanggal Pertemuan	Pokok Pembahasan	Paraf Key Informan	Paraf Informan
1	11 April 2024	Pengajuan Riset		
2	05 Mei 2024	Bertanya Apakah PT Penta Natural Kosmetindo Sudah Memiliki Company Profile atau Belum dalam bentuk apapun.		
3	17 Mei 2024	Meminta data-data Perusahaan PT Penta Natural Kosmetindo		
4	23 Mei 2024	Wawancara Dengan Key Informan dan Informan		
5	05 Juni 2024	Meminta data seperti Foto dan kegiatan serta prestasi yang pernah diraih perusahaan		

Jakarta 30 Juni 2024

Willy Handoko

Cao PT Penta Natural Kosmetindo (Key Informan)

Jakarta 30 Juni 2024

Tasya Bong

Manajer Penta Natural Kosmetindo (Informan)

SURAT TELAH MELAKSANAKAN RISET



PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO
Jl. Raya Mangga Besar No. 111, Mangga Dua Selatan, Sawah Besar, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10730
Email : hr@pentanatural.com

SURAT KETERANGAN **No.044/HRD/PNK/5/2024**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Ranika
Jabatan : HR Generalist
Perusahaan : PT. Penta Natural Kosmetindo

Dengan ini menerangkan bahwa,

Nama : Farid Fuchrozal
NIM : 41210075
Program : Hubungan Masyarakat
Studi : Universitas Bina Sarana Informatika

Telah melaksanakan Penelitian dengan baik dan penuh tanggung jawab di PT Penta Natural Kosmetindo (NPURE) mulai Tanggal 11 April s.d 20 Juni 2024.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai mana mestinya.

Jakarta, 20 Juni 2024

Widya Ranika
HR Generalist

SURAT APPROVAL PERUSAHAAN



PT. PENTA NATURAL KOSMETINDO
Jl. Raya Mangga Besar No. 113, Mangga Dua Selatan, Sawah Besar, Jakarta Pusat
Daerah Khusus Ibukota Jakarta, 10730
Email : npureofficial.id@gmail.com

SURAT KETERANGAN

No.044/HRD/PNK/5/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Widya Ranika
Jabatan : HR Generalist
Perusahaan : PT. Penta Natural Kosmetindo

Dengan ini menerangkan bahwa;

Nama : Farid Fachrizal
NIM : 41210075
Program : Hubungan Masyarakat
Studi : Universitas Bina Sarana Informatika

Telah membuat hasil karya untuk Company Profile PT Penta Natural Kosmetindo dengan nilai sebagai berikut

NO	Uraian Penilaian Company Profile	Nilai
1	Originalitas	70
2	Isi dan Materi	82
3	Tata Letak dan Kerapihan	90
4	Pemilihan Warna dan Kreativitas	87
5	Keindahan Visual	83
	Nilai Rata	82.4

Demikian Surat Keterangan ini dibuat dengan benar dan dapat dipergunakan semestinya.

Jakarta, 20 Juni 2024

Widya Ranika
HR Generalist

LAMPIRAN PLAGIARISME

Farid Fachrizal Bab 1-4

ORIGINALITY REPORT

20%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

3%

PUBLICATIONS

6%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	repository.bsi.ac.id Internet Source	6%
2	docplayer.info Internet Source	4%
3	kc.umn.ac.id Internet Source	2%
4	digilib.unila.ac.id Internet Source	1%
5	ejournal.bsi.ac.id Internet Source	1%
6	123dok.com Internet Source	1%
7	Submitted to Universitas Terbuka Student Paper	<1%
8	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
9	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1%

21	id.123dok.com Internet Source	<1 %
22	vdocuments.pub Internet Source	<1 %
23	dimasdwiprayog4.wordpress.com Internet Source	<1 %
24	repository.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
25	satyaaji6.blogspot.com Internet Source	<1 %
26	www.amnesty.id Internet Source	<1 %
27	www.scribd.com Internet Source	<1 %
28	Mareta Puri Rahastine. "Analisa Peranan Public Relatin PT. Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informas?", J-IKA, 2022 Publication	<1 %
29	truestoryeka.wordpress.com Internet Source	<1 %

Exclude quotes

On

Exclude matches

Off

Exclude bibliography

On