

## Analisa Peranan Public Relation PT.Graha Bina Mandiri Dalam Pembuatan Company Profile Sebagai Media Informasi

Mareta Puri Rahastine

Universitas Bina Sarana Informatika, [mareta.mpr@bsi.ac.id](mailto:mareta.mpr@bsi.ac.id)

### Abstrak

Dalam dunia bisnis sebuah citra perusahaan sangat besar artinya karena dari citra yang positif lah berawal kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan dan secara tidak langsung juga dapat berpengaruh dengan angka pendapatan perusahaan. Banyak cara untuk mendapatkan citra positif, salah satunya dengan membuat *Company Profile* sebagai media informasi kepada masyarakat dan stake holder lainnya. Hal inilah yang dilakukan oleh PR PT. Graha Bina Mandiri sebagai solusi untuk perusahaan selama ini. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Adapun *Company Profile* yang dibuat berisikan sejarah perusahaan, sambutan direktur, kegiatan, Prestasi, visi dan misi dan konten lain yang sesuai dengan teori *Company Profile* dan Komunikasi.

**Kata Kunci:** *Company Profile, Citra Perusahaan, Public Relation*

### Abstract

*In the business world, a company's image means a lot because it is from a positive image that people's trust in the company begins and can indirectly affect the company's revenue figures. There are many ways to get a positive image, one of them is by making a Company Profile as a medium of information to the public and other stakeholders. This is what PR PT. Graha Bina Mandiri as a solution for companies so far. This study uses a descriptive methodology with a qualitative approach. The Company Profile that is made contains the history of the company, the director's remarks, activities, achievements, vision and mission and other content in accordance with the theory of the Company Profile and Communication.*

**Keywords:** *Company Profile, Company Image, Public Relations*

### PENDAHULUAN

Dalam dunia bisnis sebuah citra perusahaan sangat besar pengaruhnya bagi perkembangan sebuah perusahaan. Mulai dari memperkenalkan nama perusahaan, produk ataupun jasa yang akan ditawarkan kepada masyarakat dan *stake holder* lainnya. Tidak jarang, sebelum mengambil keputusan, masyarakat akan mencari tahu terlebih dulu tentang perusahaan dan produk/jasa tersebut agar lebih meyakinkan bahwa pilihan yang akan diambil adalah sebuah keputusan yang sudah tepat.

Banyak faktor yang dapat mempengaruhi citra perusahaan, mulai dari nama perusahaan, budaya

perusahaan, sampai ke produk/ jasa yang dirasakan oleh masyarakat itu sendiri.

Oleh karena ini, pengaruh peranan seorang humas dalam sebuah perusahaan juga sangat besar. Bagaimana seorang humas dapat merangkum dengan berbagai kegiatan dan strategi untuk membuat citra perusahaan menjadi positif.



Sumber: (Karinov.co.id, 2020)

Gambar 1. Template Profil Usaha

Bila dilihat dari template usaha pada Gambar 1. Diatas dapat diketahui bahwa tidak hanya masa penjualan dan citra saat ini saja yang memiliki pengaruh tetapi histori atau sejarah perusahaan, fasilitas, lokasi dan penghargaan juga sangat berpengaruh dalam membentuk citra positif perusahaan dimata masyarakat.

Dari penjabaran diatas semua aspek bisa dimuat dalam sebuah company profile yang dimana biasanya dibuat oleh *Public Relation* ( PR ) pada perusahaan tersebut. *Biasanya Company profile* berbentuk cetak atau online dan hal ini disesuaikan oleh kebutuhan dari perusahaan tersebut.

*Company profile* biasanya dibuat untuk Bussines to Bussines yang dimana tujuan untuk memperkenalkan perusahaan dan menambah nilai dari perusahaan tersebut sehingga menimbulkan citra positif dan berdampak pada angka penjualan.

Sebagai sebuah perusahaan yang bergerak dibidang properti harus dapat meyakinkan mitra kerja untuk bekerja sama. Hal ini lah yang mendorong PT. Graha Prima Mandiri untuk membuat *Company Profile* sebagai media informasi dan ini adalah tugas besar dari seorang PR dalam menjalankan tugasnya dengan baik, benar sehingga membuat mitra kerja menjadi tertarik. Hal inilah yang membuat penulis merasa tertarik untuk melakukan penelitian berupa analisa peranan seorang PR dalam pembuatan *Company profile* sebagai media informasi oleh PT. Graha Prima Mandiri.

### KAJIAN LITERATUR

#### **Teori Public Relation.**

Scott M. Cutlip dan Allen H. Center (Mary Jo Hatch, 2016) menyebutkan menurut mereka berdua, public relation adalah sebuah fungsi manajemen untuk menilai sikap masyarakat, melakukan identifikasi kebijakan sebuah organisasi untuk mementingkan kepentingan orang banyak, serta merencanakan dan

melaksanakan berbagai program kegiatan guna mendapatkan pengetahuan dan dukungan dari masyarakatnya. Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa seorang PR adalah jembatan antara masyarakat, *stake holder* dengan perusahaan. Sehingga apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh masyarakat dapat menjadi sebuah saran, ide bahkan peluang untuk perusahaan agar bisa mendapatkan tempat ditengah-tengah kebutuhan masyarakat dan keramaian suatu produk atau jasa. Dari sini lah perusahaan juga meminta seorang PR dapat memiliki kedekatan dengan masyarakat agar memiliki citra yang positif dengan berbagai cara dan kegiatan,

#### **Teori Media**

Berbagai metafora telah diciptakan oleh para ahli agar dapat mengetahui apa itu media yang sesungguhnya. Seperti yang disampaikan oleh Danis McQuail (LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss, 2018) yang selalu mengacu pada delapan metafora, yaitu media merupan sebuah jendela yang dapat digunakan untuk melihat kedunia luar ataupun lingkungan sekitar, lalu media juga bisa sebagai penafsir karena dapat membantu kita untuk menilai dan memahami suatu pengalaman, lalu media juga bisa sebagai landasan yaitu karena media membawa dan menyampaikan sebuah informasi, media juga semabai komunikasi interaktif karena dapat memberikan respon berupa pendapat atau opini dari komunikan, lalu media juga bisa sebagai penanda, penyaring dan cermin bagi komunikator.

#### **Teori Company Profile**

Menurut Mainamah (LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss, 2018) Company Profile adalah sebuah aset suatu lembaga atau perusahaan yang dapat digunakan untuk meningkatkan suatu image atau citra dari perusahaan untuk menjalin kerjasama dengan relasi perusahaan, lembaga dan instansi yang terkait lainnya.

Dan menurut Binanto (LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss, 2018)

Company Profile adalah identitas dari suatu perusahaan, baik dalam bidang jasa maupun produk yang bertujuan untuk menginformasikan, mempengaruhi dan membujuk, serta mengingatkan kepada pelanggan tentang perusahaan.

## METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metodologi deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

Menurut Sugiono (Mayasari, S., & Angguntara, 2018) penelitian kualitatif adalah sebuah penelitian yang ilmiah yang bisa terukur dan berdasarkan pada firasat positifisme. Sehingga dapat diketahui dengan detail dan jelas sedalam apa hasil penelitian yang akan diperoleh.

Sedangkan Deskriptif itu sendiri, menurut Menurut Nazir dalam buku contoh metode penelitian (Dr. Drs. Ahmadi Rulam, 2014) metode deskriptif merupakan suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia. Sesuatu objek sesuatu set kondisi sesuatu system pemikiran atau pun sesuatu kelas peristiwa pada masa sekarang.

Menurut Bungin (Dr. Drs. Ahmadi Rulam, 2014) mengungkapkan bahwa: Format penelitian deskriptif kualitatif memiliki ciri penelitian yang memusatkan diri pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena, oleh sebab itu penelitian ini bersifat mendalam dan menelusuri pada sasaran penelitiannya. Biasanya format penelitian deskriptif kualitatif digunakan pada penelitian studi kasus yang memerlukan studi lebih mendalam, seperti penelitian terhadap permasalahan tingkah laku konsumen terhadap produk, efek media terhadap pandangan pemirsa, implementasi kebijakan public di masyarakat dan lain-lain.

## PEMBAHASAN

Yayasan Buddha Tzu Chi Indonesia pada tahun 2003 membangun Rumah Susun Cinta Kasih Tzu Chi 1 yang

diperuntungkan bagi mereka yang tinggal disekitaran bantaran Kali Angke. Tentu untuk membantu jalannya Rumah Susun Cinta Kasih Tzu Chi 1, Yayasan Buddha Tzu Chi memerlukan wadah perusahaan untuk mengelola, mengatur dan menatanya. Terbentuklah perusahaan Real Estate yaitu PT. Graha Bina Mandiri yang dimana perusahaan tersebut diresmikan oleh Ibu Ratnawaty Boestami selaku Pimpinan PT. Graha Bina Mandiri pada 17 November 2003.

Seiring berjalannya waktu pada tahun berikutnya PT. Graha Bina Mandiri dipercaya juga untuk mengelola, mengatur dan menata Rumah Susun Cinta Kasih 2 yang di bangun oleh Yayasan Buddha Tzu Chi di daerah Muara Angke, Jakarta Utara. Pada tahun 2018 PT. Graha Bina dipercaya lagi untuk mengelola Gedung Dormitory Cengkareng. 17 tahun berjalan dibidang bisnis Real Estate PT.

Graha Bina mandiri terus mengembangkan ide-ide untuk pengelolaan Rumah Susun dan Gedung Dormitory agar menjadi tempat tinggal yang nyaman untuk para warga dan karyawan Tzu Chi. Tujuan dibentuknya PT Graha Bina Mandri bukan hanya sekedar mengelola gedung saja, tetapi ada hal lain yaitu untuk menata lingkungan Rusun Cinta Kasih Tzu Chi serta melayani warga dan karyawan yang tinggal dengan cinta kasih.



**PT. GRAHA BINA MANDIRI**

Gambar 2. Logo Perusahaan  
Sumber Data Perusahaan

PT. Graha Bina Mandiri belum pernah memiliki Company Profile berbentuk cetak. Selama ini media yang digunakan PT. Graha Bina Mandiri untuk memberi informasi kepada public eksternal hanya sebatas dari mulut ke mulut dan

kunjungan, dan event yang diadakan oleh PT.Graha Bina Mandiri.

Menjadi tugas bagi seorang Public Relations untuk menerbitkan sebuah company profile yang bertujuan sebagai perantara untuk menyampaikan informasi kepada publik eksternal dengan melalui art paper yang dimiliki oleh perusahaan. Dalam art paper tersebut berisikan kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan kepentingan publik eksternal.

Keberadaan sebuah company profile adalah kewajiban bagi sebuah perusahaan, karena dalam company profile berisikan sebuah identitas perusahaan. Di dalam sebuah company profile sebaiknya dapat berisikan sebuah identitas, budaya perusahaan, informasi perusahaan sehingga mudah untuk diberikan kepada publik eksternal dalam bentuk company profile. Dalam pembuatan sebuah company profile dibutuhkan adanya.

Tujuan dari company profile ini adalah sebagai media informasi kepada public eksternal agar lebih mengenal mengenai PT. Graha Bina Mandiri melalui company profile. Dengan digunakannya company profile sebagai media informasi pesan yang ingin disampaikan dapat lebih praktis dan efisien karena company profile dapat dilihat secara berulang-ulang untuk dipahami.

### Konsep Desain Company Profile

Dalam pembuatan company profile ini, penulis membuat company profile versi cetak. Selain adanya tulisan tentang profile perusahaan, sejarah dan visi, misi, penulis juga menambahkan gambar-gambar. Jenis kertas yang digunakan adalah Art Carton 260gram pada cover depan dan cover belakang. Pada bagian isi menggunakan kertas Art Paper 150 gram. Company Profile ini berukuran A4 dengan ukuran 21cm x 29,7cm dalam posisi potrait. Karena ukuran A4 adalah ukuran yang ideal dalam pembuatan sebuah company profile dan juga mudah untuk disimpan.

### a.Cover

Cover merupakan komponen penting dalam pembuatan Company Profile karena cover menjadi bagian yang pertama kali di lihat oleh seseorang sebelum melihat isi lebih dalam tentang Company Profile tersebut. Dalam pembuatan cover Company Profile PT. Graha Bina Mandiri penulis menggunakan ukuran A4 dalam posisi portrait. Pemilihan posisi portrait ini untuk memudahkan para pembaca Company Profile tersebut. Cover depan dan belakang menggunakan kertas Art Carton berukuran 260 gram Laminating Doff. Pada isi Company Profile menggunakan kertas Art Paper 150 gram. Pada Cover depan terdapat tulisan PT. Graha Bina Mandiri beserta gambar kantor kami. Cover mengusung perpaduan warna biru, abu-abu dan putih, karena warna tersebut yang disarankan oleh perusahaan.

### b.Layout

Dalam pembuatan layout Company Profile PT. Graha Bina Mandiri menggunakan jenis kertas Art Carton 260 gram. Pada judul Cover depan menggunakan font Times New Roman ukuran sebesar 12 pt dan pada untuk isi company profile menggunakan font Times New Roman ukuran sebesar 12 pt. untuk semua font menggunakan design khusus yang disarankan oleh perusahaan. Konsep yang ingin dituangkan penulis dalam perancangan company profile ini adalah simple namun tetap resmi. Hal ini bertujuan untuk menunjukkan kepada para pembaca mengenai informasi PT. Graha Bina Mandiri yang disajikan secara simple agar menarik minat pembaca namun tetap menunjukkan kapasitas sebagai perusahaan. Dalam perancangan company profile ini, program desain yang digunakan penulis adalah Canva sebagai pengatur layout dari company profile PT. Graha Bina Mandiri. Kelebihan dari software ini adalah lebih mempermudah untuk digunakan sehingga membantu penulis untuk mengerjakan perancangan company profile.

## 1)Tata Letak

Dalam pembuatan company profile ini membuat satu kolom, penulis menggunkan bahasa Indonesia yang dikombinasikan dengan gambar-gambar yang di dapatkan penulis dari perusahaan untuk di tempatkan di setiap halaman pada company profile.

## 2)Tipografi

Dalam pembuatan company profile PT. Graha Bina Mandiri pengaplikasian komunikasi visual yang ingin disampaikan di desain untuk mudah di pahami dan memiliki ukuran yang sesuai agar mudah di baca oleh khalayak. Dalam perancangan company profile ini jenis tipografi yang penulis gunakan adalah sebagai berikut:

a)Font Cover : Abu-Abu, blending option times new roman, ukuran 40pt. bagian cover blending option font 30pt, hitam, times new roman.

b)Font Headline: Hitam, blending option times new roman, ukuran 30pt

c)Font isi : Hitam, times new roman ukuran 16pt

## 3)Ilustrasi

Dalam pembuatan ilustrasi pada company profile PT. Graha Bina Mandiri, penulis memberikan ilustrasi berupa foto dan gambar berupa garis dan gelombang agar penampilan dari company profile dapat lebih menarik dan mudah untuk dipahami pembacanya.

## 4)Foto

Foto yang digunakan penulis dalam perancangan company profile ini adalah foto yang penulis dapatkan dari dokumentasi PT. Graha Bina Mandiri, dan foto yang diambil sendiri oleh penulis di PT. Graha Bina Mandiri.

## c.Komposisi Isi

Dalam company profile PT. Graha Bina Mandiri, komposisi awal dari isi yang ingin penulis sampaikan adalah berupa, sejarah perusahaan, visi dan misi karena tujuan company profile ini adalah sebagai informasi dan gambaran mengenai perusahaan sehingga publik tidak kesulitan dalam mencari informasi sekaligus alat dalam membangun citra perusahaan.

Pada bagian isi dari PT. Graha Bina Mandiri terdiri dari tulisan dan gambar dari keseluruhan isi company profile. Dalam isi company profile PT. Graha Bina Mandiri perbandingan antara tulisan dan gambar adalah 50% untuk tulisan dan 50% untuk gambar. Dari keseluruhan isi company profile ini seimbang antara gambar dan tulisan, karena penulis mengetahui banyak pembaca yang merasa bosan ketika hanya membaca tulisan saja.

## 4.Daftar Isi

Dalam pembuatan company profile PT. Graha Bina Mandiri ada 12 sub judul diantaranya:

### 1.Daftar isi

Daftar isi memuat judul pada setiap halaman pada isi dari company profile. Daftar isi ditaruh paling depan agar memudahkan pembaca menemukan halaman yang dicari tanpa memakan waktu yang lama.

### 2.Sambutan Pimpinan

Kata sambutan dari pimpinan dan kesan pimpinan terhadap PT. Graha Bina Mandiri.

### 3.Sejarah Perusahaan

Sejarah perusahaan menjelaskan tentang awal mula perusahaan didirikan.

### 4.Visi & Misi

Pedoman yang dijadikan perusahaan untuk harapan yang lebih baik kepada public eksternal, dan niat atau cita-cita perusahaan

### 5.Nilai Perusahaan

Sesuatu hal dan citra perusahaan serta pedoman perusahaan.

### 6.Struktur Organisasi

Pada bagian ini terdapat divisi-divisi PT. Graha Bina Mandiri

### 7.Staff PT. GBM

Memberitahu kepada public eksternal staff PT. GBM beserta jabatannya

### 8.Perumahan & Gedung yang dikelola PT. GBM

Pada bagian ini terdapat foto Rumah Susun & Gedung yang dikelola oleh PT. GBM

9.Prestasi PT.GBM

Menjelaskan beberapa penghargaan yang pernah di dapat oleh PT Graha Bina Mandiri

10.Acara PT. GBM

Event yang telah PT GBM adakan

11.Kontak Perusahaan

Pada bagian ini terdapat kontak perusahaan, alamat perusahaan, serta email perusahaan.

12.Profile Penulis

Profile dari penulis yang merancang company profile tersebut.



Gambar 5. Contoh isi *Compony Profile* Sumber: Milik Perusahaan



Gambar 6. Contoh isi *Compony Profile* Sumber: Milik Perusahaan



Gambar 3.Cover *Company Profile* Sumber Perusahaan



Gambar 4. Contoh isi *Compony Profile* Sumber: Milik Perusahaan

Adapun adanya kendala yang didapatkan oleh seorang PR dalam pembuatan *Company Profile* ini adalah memilih data yang akan dimasukkan karena adanya keterbatasan waktu dan halaman.

**KESIMPULAN**

Dari permasalahan yang ada selama ini di PT. Graha Bina Mandiri adalah tidak pernah memiliki *company profile*, yang dimana sangat dibutuhkan sebagai media informasi untuk stake holder eksternal agar masyarakat, mitra bisnis atau stake holder eksternal dapat mengetahui dan meyakini perusahaan tersebut memiliki prestasi dan nilai yang positif. Dan hal ini sudah diberikan oleh PR perusahaan tersebut dengan membuat *company profile* sebagai solusi yang perusahaan alami selama ini.

## REFERENSI

- Dr. Drs. Ahmadi Rulam, M. P. (2014).  
*Metodologi penelitian*.  
Yogyakarta: Ar-Ruz Media.
- Karinov.co.id. (2020). No Title.  
Retrieved December 23, 2021,  
from  
[https://www.google.com/search?q=data+statistik+penggunaan+company+profile&client=firefox-b-d&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiGgIGgyvn0AhU1H7cAHS0XCjYQ\\_AUoAXoECAEQAw&biw=1525&bih=718&dpr=0.9#imgrc=-AZ-1hnsz\\_dRyM](https://www.google.com/search?q=data+statistik+penggunaan+company+profile&client=firefox-b-d&source=lnms&tbm=isch&sa=X&ved=2ahUKEwiGgIGgyvn0AhU1H7cAHS0XCjYQ_AUoAXoECAEQAw&biw=1525&bih=718&dpr=0.9#imgrc=-AZ-1hnsz_dRyM)
- LittleJohn Stephen W. dan Karen A. Foss. (2018). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mary Jo Hatch. (2016). *Organization Teori*. United States.
- Mayasari, S., & Angguntara, C. (2018). No Title. *Jurnal Komunikasi*, 9(Strategi Humas PT Pelayaran Nasional Indonesia (Persero) Dalam Membuat Tabloid Sebagai Media Informasi Publik Internal. *Jurnal Komunikasi*), 24–30.  
Retrieved from  
<https://doi.org/10.31294/jkom.v9i1.3405>

## BIODATA PENULIS

Mareta Puri Rahastine adalah seorang dosen difakultas Komunikasi dan Bahasa dari Universitas Bina Sarana Informatika sejak maret tahun 2012 lalu. Ia sudah menyelesaikan pendidikan sarjananya di Universitas Pasundan Bandung dengan Jurusan Desain Komunikasi Visual ( DKV ) pada tahun 2011 lalu dan melanjutkan pendidikan magisternya di Universitas Mercu Buana dan lulus sejak tahun 2015 lalu dengan jurusan Ilmu Komunikasi. Pengalaman kerja yang dimiliki sebagai internal Communication di PT. Indosat,tbk dan CRO di Asuransi sinarmas membuat ia memiliki pengalaman yang baik di bidang komunikasi dan pelayanan publik.