

PIXEL

JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS

Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Sp-Plast Sablon Ungaran Berbasis Multimedia Interaktif

Rafika Ade Ristiyawati

1-11

Perancangan Media Pembelajaran Aksara Jawa Pada Siswa SD Muhammadiyah Weleri

Eka Maleka Hayati

12-22

Media Pembelajaran Kerangka Tubuh Manusia Dengan Metode Self Direct Learning Untuk Siswa Kelas 4 SD Semester 1

Ajar Nuris Sofa

23-30

Perancangan Game Edukasi Pengenalan Komponen Elektronika Menggunakan Adobe Flash (Studi Kasus Di Kelas X Teknik Audio Video SMK N 2 Pati)

Suwadi, Marc Caroline Wibowo

31-41

Perancangan Multimediainteraktif Pembelajaran Gambar Teknik Mesin Untuk Kelas Xi Menggunakanautocad Pada SMK Wisudha Karya Kudus

Rifky Hadi Ihsan, Efendi

42-54

Jurnal PIXEL diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM). Jurnal PIXEL sebagai sarana komunikasi dan penyebarluasan hasil penelitian, pemikiran serta pengabdian pada masyarakat



SEKOLAH TINGGI ELEKTRONIKA DAN KOMPUTER

STEKOM
SEMARANG

PIXEL

JURNAL ILMIAH KOMPUTER GRAFIS

Penanggung Jawab :

Ketua Sekolah Tinggi Elektronika & Komputer

Pemimpin Redaksi :

Sulartopo, S.Pd, M.Kom

Penyunting Pelaksana :

Dr. Ir. Drs. R. Hadi Prayitno, S.E, M.Pd Dr. Ir.

Agus Wibowo, M.Kom, M.Si, M.M Sarwo

Nugroho, S.Kom, M.Kom

Sekretaris Penyunting:

Ir. Paulus Hartanto, M.Kom

Mars Caroline Wibowo, S.T, MT. Tech

Sekretariat :

Unang Achlison, S.T, M.Kom

Djoko Soerjanto, S.E, M.Kom

Muhammad Sidik, S.Kom, M.Kom

Desain Grafis :

Setiyo Adi Nugroho, S.E, S.Kom

Alamat Redaksi :

Pusat Penelitian - Sekolah Tinggi Elektronika & Komputer (STEKOM) Jl.

Majapahit No. 605 Semarang Telp. 024-6710144 E-Mail :

pixel@stekom.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa dengan terbitnya Jurnal Ilmu komputer grafis (PIXEL) Edisi Desember 2018, Volume 11 Nomor 1 Tahun 2018 dengan artikel-artikel yang selalu mengikuti perkembangan Ilmu Pengetahuan dan Teknologi dalam bidang komputer grafis. Semua artikel yang dimuat pada Jurnal Ilmu komputer grafis (PIXEL) ini telah ditelaah oleh Dewan Redaksi yang mempunyai kompetensi di bidang komputer grafis. Pada edisi ini kami menyajikan beberapa topik menarik tentang penerapan komputer grafis yaitu: “Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Pada SP-Plast Sablon Ungaran Berbasis Multimedia Interaktif ”, serta “Perancangan Media Pembelajaran Aksara Jawa Pada Siswa SD Muhammadiyah Weleri ”, Selanjutnya “Media Pembelajaran Kerangka Tubuh Manusia Dengan Metode *Self Direct Learning* Untuk Siswa Kelas 4 SD Semester 1 ”, dan “Perancangan Game Edukasi Pengenalan Komponen Elektronika Menggunakan Adobe Flash (Studi Kasus di Kelas X Teknik Audio Video SMK N 2 Pati)”. “Perancangan Multimedia interaktif Pembelajaran Gambar Teknik Mesin Untuk Kelas XI Menggunakan autocad Pada SMK Wisudha Karya Kudus”,. Terima kasih yang mendalam disampaikan kepada penulis makalah yang telah berkontribusi pada penerbitan Jurnal PIXEL edisi kali ini. Dengan rendah hati dan segala hormat, mengundang Dosen dan rekan sejawat peneliti dalam bidang komputer grafis untuk mengirimkan naskah, *review*, gagasan dan opini untuk disajikan pada Jurnal Ilmu computer grafis (PIXEL) ini. Sebagai akhir kata, saran dan kritik terhadap Jurnal Ilmu komputer grafis (PIXEL) yang membangun sangat diharapkan. Selamat membaca.

Semarang, Desember 2018

DAFTAR ISI

Kata Pengantar	i
Daftar Isi	ii

1. Perancangan Company Profile Sebagai Media Promosi Pada Sp-Plast Sablon Ungaran Berbasis Multimedia Interaktif, (Rafika Ade Ristiyawati)	1-11
2. Perancangan Media Pembelajaran Aksara Jawa Pada Siswa SD Muhammadiyah Weleri, (Eka Maleka Hayati)	12-22
3. Media Pembelajaran Kerangka Tubuh Manusia Dengan Metode Self Direct Learning Untuk Siswa Kelas 4 SD Semester 1, (Ajar Nuris Sofa)	23-30
4. Perancangan Game Edukasi Pengenalan Komponen Elektronika Menggunakan Adobe Flash (Studi Kasus Di Kelas X Teknik Audio Video SMK N 2 Pati), (Suwadi, Mars Caroline Wibowo)	31-41
5. Perancangan Multimedianteraktif Pembelajaran Gambar Teknik Mesin Untuk Kelas Xi Menggunakan autocad Pada SMK Wisudha Karya Kudus,(Rifky Hadi Ihsan, Efendi.)	42-54

PERANCANGAN COMPANY PROFILE SEBAGAI MEDIA PROMOSI PADA SP-PLAST SABLON UNGARAN BERBASIS MULTIMEDIA INTERAKTIF

Rafika Ade Ristiyawati

Sekolah Tinggi Elektronika dan Komputer (STEKOM)
Jl. Majapahit 605 & 304 Semarang, Indonesia
Email:humas@stekom.ac.id

ABSTRAK

SP-Plast sablon merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang percetakan yang menggunakan alat atau media sablon. *Company profile* adalah media promosi yang dapat digunakan untuk menunjang promosi yang sudah ada pada SP-Plast sablon. Berdasarkan data penjualan yang ada pada SP-Plast sablon terjadi penurunan jumlah penjualan dari bulan Maret – Mei 2017.

SP-Plast sablon membutuhkan suatu media untuk membantu promosi yang lebih menarik untuk memikat klien dan menjaga pelanggan untuk tidak beralih kepada perusahaan lain tanpa menghilangkan media promosi sebelumnya, yaitu dengan *company profile* multimedia interaktif. *Company profile* dapat digunakan untuk memperbaiki penyajian identitas perusahaan yang sebelumnya masih berupa media cetak yaitu spanduk dan kartu nama.

Hasil perancangan ini berupa *company profile* berbasis multimedia interaktif yang berisi tentang sejarah, visi & misi, proses produksi sablon, kontak, dan alamat SP-Plast sablon. Hasil dari penelitian ini berdasarkan dari uji validasi penilaian dari pengguna adalah 3.13. Kriteria ini berada diantara 2.51 – 3.25 yakni tergolong dalam kategori efektif, sehingga alat bantu *company profile* ini dapat dikatakan layak.

Kata Kunci : *Company profile*, Multimedia Interaktif, SP-Plast sablon

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di era globalisasi saat ini telah berkembang dengan sangat pesat dan telah masuk ke berbagai bidang, salah satunya bidang bisnis. Dalam dunia

teknologi informasi merupakan hal yang sangat penting yang sering digunakan sebagai media untuk menunjang promosi dan informasi produk kepada konsumen. Multimedia merupakan suatu media yang menggabungkan dua

unsur atau lebih media yang terdiri dari animasi, video, suara, gambar, dan teks secara terintegrasi. Multimedia berperan sebagai alat untuk mempromosikan dan mempresentasikan sebuah perusahaan kepada klien. Peran tersebut salah satunya adalah dengan menggunakan *company profile*.

SP-Plast sablon merupakan perusahaan yang bergerak pada bidang percetakan yang menggunakan alat atau media sablon yang terfokus pada sablon plastik seperti plastik HD, PE, HDPE, dan OPP. SP-Plast sablon terletak di Jalan Polonia Desa Beji, Kecamatan Ungaran Timur,

Berdasarkan data hasil laporan produksi SP-Plast sablon dalam 3 bulan terakhir mengalami penurunan dan belum mencapai target. Berikut adalah tabel jumlah penjualan plastik sablon dari bulan Maret – Mei 2017 pada SP-Plast sablon:

Tabel 1.1 Jumlah Penjualan Bulan Maret- Mei 2017

Bulan	Jumlah Penjualan	Target
Maret	480.000	500.000

April	477.500	500.000
Mei	470.800	500.000

Sumber: SP-Plast Sablon

Target setiap bulannya sebesar 500.000 plastik sablon untuk semua jenis plastik. Selama 3 bulan terakhir SP-Plast sablon telah mengalami penurunan jumlah produksi, hal ini tentu dapat mengakibatkan kerugian pada SP-Plast sablon, karena cat untuk sablon yang digunakan untuk menyablon plastik memiliki masa kedaluarsa, sehingga jika cat tidak habis hingga mencapai masa kedaluarsanya akan merugikan perusahaan. Selama ini media promosi yang digunakan oleh SP-Plast sablon untuk mempromosikan perusahaan berupa spanduk yang terpasang di depan perusahaan dan kartu nama yang dibagikan kepada klien-klien mitra usaha. Media ini dianggap masih kurang untuk mempromosikan dan mempresentasikan SP-Plast sablon kepada klien karena *marketing* harus membawa contoh-contoh hasil produksi untuk ditunjukkan kepada klien dan juga informasi yang disampaikan di dalam

spanduk dan kartu nama sangat sedikit, hanya berupa kontak dan alamat serta jasa saja.

Berdasarkan latar belakang diatas maka SP-Plast sablon membutuhkan suatu media untuk membantu promosi SP-Plast sablon yang lebih menarik untuk memikat klien dan menjaga pelanggan untuk tidak beralih kepada perusahaan lain tanpa menghilangkan media promosi sebelumnya yaitu dengan multimedia interaktif *company profile* SP-Plast sablon.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis dapat mengidentifikasi masalah yang terjadi, antara lain:

1. Penurunan jumlah produksi dalam 3 bulan terakhir pada SP-Plast sablon.
2. Belum tercapainya target produksi selama 3 bulan terakhir.
3. Media promosi yang digunakan SP-Plast sablon hanya berupa media cetak yaitu spanduk dan kartu nama.
4. Belum mempunyai *company profile*.

1.3 Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana cara untuk membantu promosi SP-Plast sablon?
2. Bagaimana perancangan *company profile* pada SP-Plast sablon yang valid, sehingga dapat diterapkan dengan efektif?

1.4 Pembatasan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dihadapi perusahaan dan keinginan perusahaan untuk menggunakan *company profile* berbasis multimedia interaktif, maka penelitian terfokus pada:

1. Perancangan *company profile* berbasis multimedia interaktif sebagai media promosi hanya dapat digunakan pada SP-Plast sablon.
2. Isi *company profile* meliputi:
 - a. Intro.
 - b. Gambaran perusahaan yang meliputi sejarah, visi, dan misi SP-Plast sablon.
 - c. Hasil produksi SP-Plast sablon.
 - d. Keunggulan SP-Plast sablon.
 - e. Alamat dan kontak SP-Plast sablon.
3. *Company profile* berupa DVD.

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Merancang *company profile* multimedia interaktif untuk

membantu promosi SP-Plast sablon kepada klien.

2. Merancang *company profile* yang menarik, interaktif, dan efektif.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan kontribusi dalam bidang ilmu desain grafis.
 - b. Sebagai referensi dan penambahan wawasan bagi peneliti agar dapat merancang *branding*.
2. Manfaat Praktis
 - a. Bagi Mahasiswa
 - 1) Peneliti mampu memahami dan menganalisa faktor-faktor yang mempengaruhi keberhasilan suatu penyampaian informasi.
 - 2) Menerapkan ilmu yang diperoleh selama kuliah.
 - 3) Membandingkan teori yang didapat di perkuliahan dengan masalah yang sebenarnya.
 - b. Bagi Akademik
 - 1) Sebagaitolakukur pemahaman dan penguasaan mahasiswa terhadap teori yang diberikan pada masa perkuliahan.
 - 2) Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan

sebagai bahan masukan dalam proses belajar mengajar.

- c. Bagi Perusahaan
 - 1) Memudahkan *marketing* untuk memberikan informasi tentang perusahaan kepada klien.
 - 2) Meningkatkan daya saing perusahaan terhadap perusahaan-perusahaan yang sejenis.

1.7 Perancangan

Perancangan adalah sebuah proses untuk mendefinisikan sesuatu yang akan dikerjakan dengan menggunakan teknik yang bervariasi di dalamnya melibatkan deskripsi mengenai arsitektur serta detail mengenai komponen dan juga keterbatasan yang akan dialami dalam proses pengerjaannya (Rizky, 2011).

1.8 Company Profile

Company profile adalah produk tulisan praktisi *public relations* yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam. Perusahaan bisa memilih poin-poin apa saja yang ingin disampaikan secara terbuka kepada publiknya. Bahkan ada

perusahaan yang memilih membuat *company profile* berdasarkan kepentingan publik sasaran. Ada *company profile* yang dibuat khusus untuk konsumen (pelanggan), untuk bank, untuk pemerintah, pemasok dan sebagainya. Biasanya hal ini dilakukan oleh perusahaan besar yang mempunyai bidang usaha luas dan publik yang berbeda-beda (Kriyantono, 2008).

1.9 Multimedia

Multimedia adalah kombinasi dari teks, gambar, grafis, suara, animasi, dan elemen-elemen video yang dimanipulasi secara digital (Vaughan , 2011).

Multimedia dapat membantu memberikan informasi secara jelas, menarik, dan efektif. Hal ini dikarenakan terdapat elemen-elemen multimedia yang membantu informasi menjadi lebih efektif.

1.10 Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif adalah suatu multimedia yang dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna, sehingga pengguna dapat memilih apa yang dikehendaki

untuk proses selanjutnya (Daryanto, 2010).

Berdasarkan pengertian tersebut, multimedia interaktif dapat didefinisikan perpaduan berbagai macam kombinasi seperti teks, grafik, suara dan animasi, perpaduan tersebut dilengkapi dengan alat pengontrol yang dapat dioperasikan oleh pengguna.

1.11 Promosi

Promosi merupakan salah satu dari variabel *marketing* yang sangat penting peranannya, sehingga merupakan suatu kegiatan yang harus dilakukan oleh perusahaan dalam rangka melaksanakan program promosi bila produknya ingin dikenal oleh konsumen secara luas dan sukses di pasar sasaran (Rangkuti, 2009).

Promosi berusaha menarik perhatian konsumen melalui informasi yang diberikan kepada konsumen untuk memberitahukan adanya produk baru perusahaan. Promosi berusaha mengubah sikap atau perilaku konsumen terhadap produk atau jasa perusahaan.

1.13 Adobe Flash Professional CS6

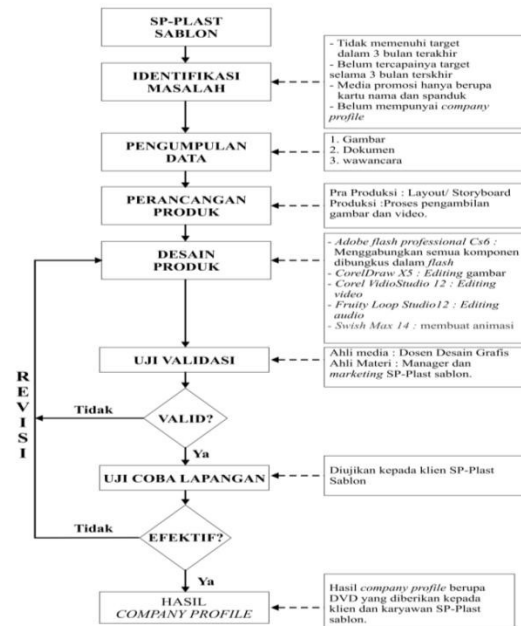
Flash adalah salah satu software animasi yang dikeluarkan Macromedia yang kini telah diadopsi oleh Adobe, Inc.

Adobe Flash Professional CS6 merupakan versi *Adobe Flash* yang telah diperbarui dari versi sebelumnya yaitu *Adobe Flash Professional CS5*. *Adobe Flash Professional CS6* adalah *software* grafis animasi yang dapat membuat objek grafis dan menganimasikannya sehingga kita dapat langsung membuat objek desain tanpa harus menggunakan *software* grafis pendukung seperti *Illustrator* atau *Photoshop* (Island Script, 2008).

Adobe Flash Professional CS6 dilengkapi dengan beberapa fitur yang tidak dimiliki oleh *Adobe Flash* versi sebelumnya, seperti bone tool yang berfungsi untuk membuat animasi pertulangan dengan menambahkan titik sendi pada objek, 3D Rotation tool yang berfungsi untuk melakukan rotasi 3D pada objek berdasarkan sumbu X, Y, dan Z, serta perubahan tata letak panel yang memudahkan pengguna dalam pengoperasian.

Adobe Flash Professional CS6 merupakan *software* yang mampu menghasilkan presentasi, game, film, CD interaktif, maupun CD pembelajaran, serta untuk membuat situs web yang interaktif, menarik, dan dinamis.

1.14 Kerangka Berfikir



1.15 Spesifikasi Produk yang Dikembangkan

Spesifikasi dari produk media informasi tentang profil perusahaan adalah sebagai berikut:

1. *Company profile* berbasis multimedia interaktif ini di dalamnya memuat sejarah, visi & misi, keunggulan perusahaan, produk, dan alamat SP-Plast sablon.
2. Multimedia ini dirancang menggunakan *software Adobe Flash Professional CS6*, desain tampilan menggunakan

software CorelDraw X5, editing video menggunakan Corel VidioStudio 12, editing suara menggunakan FruityLoops Studio 8.0.

3. Spesifikasi minimal komputer yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan aplikasi multimedia interaktif ini adalah sebagai berikut:

- a. Komputer dengan OS *Windows XP/7/8.*
- b. Komputer dilengkapi dengan program *Flash player.*
- c. Prosesor Intel Core Duo.
- d. CD ROM (*Compact Disc Read-Only Memory*).
- e. RAM (*Random Acces Memory*) minimal 1 GB.
- f. VGAYangmampu menampilkan resolusi *720x480 pixel*

4. *Company profile* berbentuk DVD

1.16 Metode Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian dan pengembangan atau *Research and Development (R&D)*. Metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk mengembangkan, memvalidasi, dan menguji keefektifan suatu produk. Penelitian

pengembangan adalah metode penelitian yang bertujuan untuk menghasilkan suatu produk tertentu menguji keefektifannya. Uji efektivitas dimaksudkan untuk mengetahui kesesuaian produk tersebut di masyarakat. Metode penelitian ini dapat digunakandi berbagai bidang (Sugiyono, 2012).

Peneliti melakukan penelitian dan pengembangan media promosi berbentuk *company profile* multimedia interaktif. Tingkat kelayakan *company profile* ini diketahui melalui validasi oleh ahli materi, validasi oleh ahli media, dan uji coba penggunaan kepada klien. Ada 10 langkah pelaksanaan strategi penelitian dan pengembangan yang dilakukan, yaitu: (1) Potensi Masalah; (2) Pengumpulan Data; (3) Desain Produk; (4) Validasi Desain; (5) Perbaikan Desain; (6) Uji Coba Produk; (7) Revisi Produk; (8) Uji Coba Pemakaian; (9) Revisi Produk; (10) Pembuatan Produk Masal.

1.17 Hasil Dan Pembahasan

Pada tahap analisis ini, penelitian diawali dengan studi pustaka mengenai teori yang berhubungan dengan media interaktif untuk mendapatkan gambaran

umum mengenai media informasi yang akan dikembangkan.

Observasi ini dilakukan kepada pengguna/ *user* untuk menganalisis kebutuhan multimedia yang dikembangkan. Berdasarkan observasi tersebut, didapatkan hasil sebagai berikut :

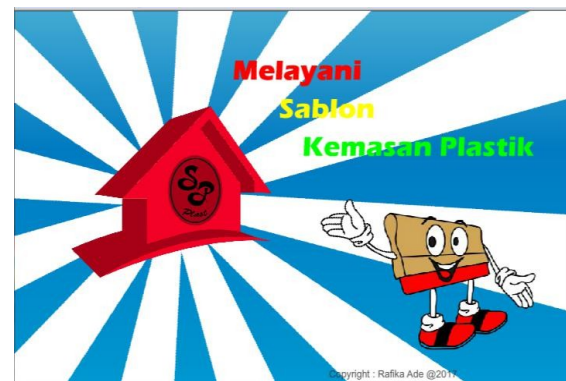
1. Materi yang terkandung dalam media bahasa yang mudah dimengerti.
2. Kemudahan navigasi, multimedia yang menyediakan tautan atau *link* dapat berfungsi secara keseluruhan.
3. Tampilan multimedia diharapkan ditampilkan dalam bentuk yang menarik dan diminati oleh *user*.

Standar *software* untuk membuat dan menjalankan program yaitu:

1. *Adobe Flash Professional CS6* sebagai perangkat lunak pengembang utama yang berfungsi menggabungkan semua komponen yang telah dibuat dengan menggunakan perangkat lunak ini maupun perangkat lunak lainnya.
2. *CorelDraw X5* untuk mendesain gambar tampilan layar program, desain tombol, *editing* gambar atau foto serta mendesain tulisan.

3. *Corel VideoStudio12* sebagai *software* untuk *editing* video dan narasi.
4. *Fruity Loop Studio 12* digunakan untuk membuat *backsound*.
5. *SWiSH Max 14* digunakan untuk membuat animasi teks pada *header*.

1.18 Desain *Company Profile*



1.19 Uji Coba Produk

Tabel 4.6 Angket Uji Validasi setelah Penggunaan Produk

No	Indikator	1	2	3	4
A.	Kegiatan Input				
1	Informasi mudah dipahami				
2	Produk mudah digunakan/dioperasikan				
3	Video jelas dan menarik				
4	Volume sound jelas dan tidak terlalu keras				
5	Backsound menarik				
6	Tema menarik				
7	Company profile menarik				
8	Company profile memberikan informasi yang jelas				
9	Fungsi tombol navigasi berjalan dengan baik				
10	Ketertarikan klien untuk memesan produk				
JUMLAH SKOR					
JUMLAH SKOR TOTAL					

Tabel 4.7 Nilai Uji Coba *User* setelah Penggunaan Produk

Responden	Nilai				Jumlah
	1	2	3	4	
1	0	2	24	4	30
2	0	0	21	12	33
3	0	0	21	12	33
4	0	0	18	16	34
5	0	0	24	8	32
6	0	0	27	4	31
7	0	2	24	4	30
8	0	4	21	4	29
9	0	0	30	0	30
10	0	2	21	8	31
Jumlah Total					313

Jumlah total nilai sebanyak 10 responden yakni 313, maka dapat dihitung nilai rata-rata responden.

$$\chi_{\text{responden}} = \frac{\text{Jumlah nilai responden}}{\text{Jumlah responden}}$$

$$\chi_{\text{responden}} = \frac{313}{10}$$

$$\chi_{\text{responden}} = 31.3$$

Maka diperoleh nilai validasi dari responden sebagai berikut:

$$\chi_{\text{user}} = \frac{\sum \text{responden}}{N}$$

$$\chi_{\text{user}} = \frac{31.3}{10}$$

$$\chi_{\text{user}} = 3.13$$

Berdasarkan perhitungan di atas, diketahui bahwa hasil validasi penilaian dari pengguna adalah 3.13. Kriteria ini berada diantara 2.51 – 3.25 yakni tergolong dalam kategori efektif, sehingga alat bantu *company profile* ini dapat dikatakan layak.

1.20 Kesimpulan

1. *Company profile* merupakan media promosi yang dapat digunakan untuk membantu menunjang media promosi yang sudah ada sebelumnya pada SP-Plast sablon yang berupa media cetak yaitu spanduk dan kartu nama.
2. Adanya *company profile* ini membuat *marketing* lebih mudah melakukan promosi kepada klien.
3. *Company profile* berisi informasi yang dibutuhkan oleh klien yang berkaitan dengan sejarah perusahaan, visi & misi, proses produksi, contoh produksi, harga, alamat dan nomor *telephone*.
4. *Company profile* multimedia interaktif ini dirancang dengan

efektif dan valid, dimana *company profile* ini telah dilakukan uji validasi kepada ahli media dan ahli materi.

5. Terdapat unsur teks, audio, video, animasi, gambar, serta tombol navigasi yang mempermudah pengguna untuk melakukan kontrol sepenuhnya tanpa harus membuka banyak *slide* sehingga lebih efisien dalam waktu penyampaian informasi kepada klien.

1.21 Keterbatasan Produk

Penulis menghadapi beberapa keterbatasan dalam melakukan penelitian ini, yaitu:

1. *Company profile* multimedia interaktif belum dapat digunakan secara *online*.
2. *Company profile* multimedia interaktif tidak terdapat cara pemesanan sablon.
3. Daftar harga yang terdapat dalam *company profile* belum dapat diperbarui secara *real time*.

1.22 Saran

1. *Company profile* multimedia interaktif ini nantinya dapat diunggah dalam situs website perusahaan, sehingga klien lebih

mudah untuk melihat *company profile* tanpa harus menggunakan CD *company profile*.

2. Dalam *company profile* diberikan tatacara pemesanan sablon, seperti lama produksi dan cara berlangganan.
3. *Company profile* dibuat berbasis web, sehingga semua informasi dapat diperbarui secara *real time*.

Daftar Pustaka

- Daryanto. 2010, *Media Pembelajaran*, Yogyakarta: Gava Media.
- Island Script. 2008, *Panduan Mudah Membuat Animasi dapat dikerjakan kurang dari 10 menit*, Jakarta: Mediakita.
- Kriyantono, Rachmat. 2008, *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rahardjo, B. S. 2009, *Home Industry Screen Printing*, Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Rangkuti, Freddy. 2009, *Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Rizky, Soetam. 2011, *Konsep Dasar Rekayasa Perangkat Lunak*, Jakarta: Prestasi Pustaka.

Sugiono. 2012, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Bandung: Alfabeta.

Vaughan, Tay. 2011, *Multimedia: Making It Work*, New York: McGraw-Hill