

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1. Website

Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara, yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman yang biasa kita sebut *link*. Secara teknis, *web* adalah sebuah *system* dimana informasi dalam bentuk teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah *internal webserver* dipresentasikan dalam bentuk *hypertext* (Janner, 2000).

a. Unsur-Unsur yang Ada pada Website

1) Nama *Domain*

Domain adalah nama unik yang diberikan untuk mengidentifikasi nama *server* komputer seperti *web server* atau *email server* di jaringan komputer ataupun internet. Nama *domain* berfungsi untuk mempermudah pengguna di internet pada saat melakukan akses ke *server*, selain juga dipakai untuk mengingat nama *server* yang dikunjungi. Nama *domain* ini juga dikenal sebagai sebuah kesatuan dari sebuah situs web.

2) *Hosting*

Hosting adalah sebuah tempat untuk menyimpan data-data di internet baik berupa tulisan, gambar ataupun *file-file* lainnya.

3) *Scripts* atau Bahasa Program

Adalah bahasa yang digunakan untuk menerjemahkan setiap perintah dalam situs pada saat diakses. Jenis *scripts* sangat menentukan statis, dinamis, atau interaktifnya sebuah situs.

3.2. *Company Profile*

a. **Pengertian *Company Profile***

Company profile adalah produk tulisan praktisi pekerjaan rumah yang berisi gambaran umum perusahaan. Gambaran ini tidak sepenuhnya lengkap, detail dan mendalam (Kriyantono, 2008). 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.

b. **Fungsi *Company Profile***

Menurut (Kriyantono, 2008) fungsi *Company Profile* yaitu sebagai berikut:

- 1) Representasi perusahaan. *Company profile* merupakan gambaran tentang perusahaan. bisa juga dianggap mewakili perusahaan sehingga publik tidak usah bersusah payah mencari informasi tentang perusahaan. Dapat juga digunakan sebagai alat membangun citra agar berbagai kelompok penekan dalam masyarakat mempunyai pemahaman yang benar tentang perusahaan

- 2) Bisa digunakan untuk melengkapi komunikasi lisan demi terciptanya *mutual understanding*
- 3) Menghemat waktu transaksi. Pihak-pihak lain yang berkaitan dengan bisnis perusahaan tidak perlu menanyakan secara detail tentang perusahaan, produk, pasar, visi, misi, posisi keuangan dan lain-lain. Hal itu dapat dipelajari melalui *company profile*, sebelum dan sesudah pertemuan.
- 4) Membangun identitas dan citra korporat. *Company profile* yang dikemas menarik, detail, jelas dan mewah, mencerminkan wajah perusahaan di mata publik sebagai perusahaan yang besar dan bonafit.

c. Isi Company Profile

Banyak hal yang bisa ditulis dalam *company profile*. Tetapi, secara umum isi *company profile* mencakup (Kriyantono, 2008) :

- 1) Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal, proses perkembangan, dan sebagainya.
- 2) Filosofis perusahaan, bisa disebut pandangan atau ideologi dasar-dasar perusahaan
- 3) Budaya perusahaan, adalah nilai-nilai kunci dan konsep bersama yang membentuk citra anggota organisasi terhadap organisasinya. Misalnya, etos kerja tinggi, maju untuk semua, makan tidak makan yang penting kumpul, dan sebagainya.

- 4) Sambutan dari pimpinan (direktur utama dan komisaris utama) tentang segala hal yang sangat berpengaruh pada aktivitas perusahaan dan rencana jangka panjang.
- 5) Identitas perusahaan, termasuk disini logo, *uniform*, *interior* gedung dan kantor, kualitas cetakan atau kualitas audiovisualnya
- 6) Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa oprasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang mtang dan berkeseimbangan. Sebagai jaminan masa depan bisnis yang berkelanjutan. Pada akhirnya menciptakan kepercayaan publik, bahwa masa depan perusahaan terjamin.
- 7) Alamat cabang-cabang. Semakin banyak cabang perusahaan dibebberapa wilayah menunjukan jalur distribusi yang merata. Pada akhirnya mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan
- 8) Gambaran tentang SDM, ceritakan orang-orang dibalik operasional perusahaan, siapa saja figur pengendali dijajaran manajemen termasuk tokoh berpengaruh di masyarakat yang berkaitan dengan perusahaan.
- 9) Sistem pelayanan dan fasilitas yang disediakan. Dalam persaingan ketat dewasa ini, pelayanan pelanggan memegang kunci strategis. Gambaran kelebihan perusahaan dari sisi yang membedakan dengan kompetitor.
- 10) Prestasi dan keunggulan perusahaan, termasuk segala hal yang telah dilakukan perusahaan untuk kepentingan masyarakat. Masyarakat menuntut bukan hanya kualitas produk atau jasa, tapi juga apa yang

bisa dilakukan perusahaan dalam upaya meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat. Misalnya program peduli lingkungan sebagai wujud tanggung jawab perusahaan.

- 11) Laporan perkembangan perusahaan (*annual report*), termasuk informasi keuangan perusahaan.
- 12) Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan.
- 13) Program pengembangan dimasa mendatang

d. Unsur Company Profile

Dalam sebuah *company profile* terdapat beberapa unsur penting yang harus dicantumkan. unsur-unsur tersebut adalah sebagai berikut:

- 1) Sejarah berdirinya perusahaan

Perusahaan yang sudah lama berdiri biasanya akan memiliki nilai yang lebih tinggi dari perusahaan yang baru berdiri karena dianggap cukup memiliki banyak pengalaman sehingga memudahkan proses penyelesaian apabila dalam proses kerjasama terjadi sebuah hambatan.

Selain itu, perusahaan yang lama berdiri dianggap memiliki relasi yang luas sehingga calon konsumen berharap mendapatkan nilai lebih dari kerjasama yang dilakukan dengan perusahaan tersebut. Misalnya, mendapatkan relasi baru atau kemudahan dalam kegiatan usahanya.

- 2) Visi misi usaha

Kesamaan visi dan misi perusahaan akan memudahkan proses kerjasama yang terjadi pada dua perusahaan.

3) Struktur organisasi

Perusahaan *bonafid* biasanya memiliki struktur perusahaan yang jelas dan lengkap sehingga masing-masing bagian akan memiliki penanggung jawab tersendiri dan tidak terjadi penumpukan tanggung jawab.

4) Sumber daya manusia

Latar belakang sumber daya manusia, memiliki peranan penting dalam menentukan kualitas perusahaan itu sendiri. Perusahaan yang berisi para sarjana tentunya kan lebih *bonafid* dibandingkan dengan perusahaan yang berisi para lulusan SMA.

5) Sumber daya perusahaan

Perusahaan yang memiliki reputasi yang baik, tentu akan memiliki perangkat pendukung yang memadai dalam setiap aktivitasnya. Sehingga pada nantinya perangkat tersebut dapat bermanfaat untuk memperlancar aktivitas perusahaan khususnya dalam hal kerjasama.

6) Kinerja perusahaan

Perusahaan yang baik akan memiliki kinerja yang baik. Salah satu indikatornya adalah mampu memenuhi jadwal yang sudah dirancang dan mencapai target yang sudah ditetapkan. Perusahaan yang memiliki kemampuan seperti ini adalah perusahaan yang memiliki kinerja yang baik dan layak dijadikan refrensi untuk menjalin kerjasama.

7) Klien terdahulu

Gambaran tentang klien yang pernah ditangani oleh perusahaan mampu mengangkat reputasi perusahaan tersebut dalam *company*

profilenya. Semakin besar dan *bonafid* klien yang pernah diajak kerjasama, semakin mengangkat nilai dari perusahaan tersebut. Karena hal ini menunjukkan bahwa perusahaan tersebut sudah diakui kinerjanya oleh klien yang memiliki nama besar.

8) Pengalaman

Perusahaan harus mampu mencantumkan kemampuan apa yang menjadi keunggulan perusahaan tersebut. Dalam hal ini, tidak perlu mencantumkan hal-hal yang belum pernah dilakukan karena hanya akan menyebabkan kerugian apabila calon klien mengetahuinya. Akan lebih baik, menyampaikan beberapa jenis pekerjaan yang sudah pernah dijalankan dengan hasil yang sesuai harapan.

9) *Portfolio* perusahaan

Adalah kumpulan informasi yang berupa data serta dokumentasi dari setiap prestasi atau karya yang sudah pernah dicapai perusahaan.

Selain memenuhi unsur-unsur yang telah ditentukan diatas, sebuah company profile juga harus memiliki kriteria lain agar dapat menarik minat *audience* untuk membaca, menurut sebuah *website* (takeitfun.blogdetik.com) kriteria tersebut adalah sebagai berikut:

1) Representatif

Desain *company* profile pertama-tama harus *representatif*, sesuai dengan kesan, karakter dan *image* yang telah dibangun dan ingin ditampilkan oleh perusahaan. Umumnya kesan, karakter dan *image*

yang ditampilkan pada *company profile* itu formal/resmi, *konservatif*, profesional, punya integritas, kredibel dan akuntabel.

Tetapi ada juga perusahaan yang ingin lebih kelihatan *casual*, dinamis, *egaliter*, ramah, hangat dan akrab, berani tampil beda sambil tetap menjaga profesionalitas, integritas, kredibilitas dan akuntabilitas. Pada akhirnya yang menentukan kesan, karakter dan *image* seperti apa yang akan ditampilkan adalah sifat dari bisnis yang dijalankan oleh perusahaan (*company profile* sebuah *law firm*, misalnya, pasti akan berbeda dengan *animation house*), atau preferensi dari *top decision maker* dalam perusahaan tersebut.

Sering ditemukan *company profile* sebuah perusahaan yang desainnya sangat tidak biasa, karena *top decision makernya* memang menginginkan hal yang seperti itu.

2) Informatif

Selain *representatif*, desain *company profile* juga harus bisa membantu supaya setiap informasi yang ada ditampilkan dengan benar, akurat, dan lengkap, dan disajikan dengan cara yang menarik, jelas dan mudah untuk dimengerti.

Untuk memenuhi kedua hal di atas, pemahaman tentang pemakaian wujud (*form*) dan ruang (*space*), *tipografi*, foto/ilustrasi, warna, dan *layout* yang tepat memegang peranan yang sangat penting. Selain itu perlu diperhatikan juga cara dan metode distribusi dan penyampaiannya.