



PEMBUATAN COMPANY PROFILE

PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. CABANG SURABAYA



KERJA PRAKTIK

Program Studi

DIV Komputer Multimedia

UNIVERSITAS
Dinamika

Oleh:

Reynaldi Arman

09510160054

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2015**

LEMBAR PENGESAHAN LAPORAN KERJA PRAKTIK
PEMBUATAN COMPANY PROFILE
PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. CABANG SURABAYA

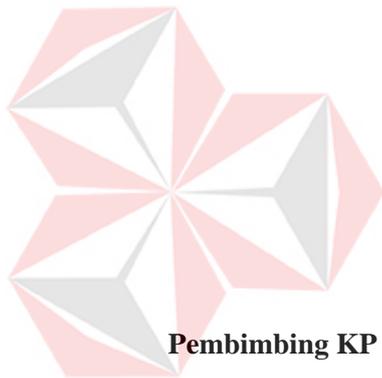
Diajukan sebagai syarat unuk menempuh dan menyelesaikan

Matakuliah kerja praktik

Reynaldi Arman

NIM : 09.51016.0054

Telah diperiksa, diuji dan disetujui



UNIVERSITAS
Dinamika

Surabaya, 22 Juni 2015

Disetujui :

Penyelia

Sutikno S.Komp

NIDN : 020417

Wahyudi Sigit Pramono

NIP :

Mengetahui

Ketua Program Studi

DIV Komputer Multimedia

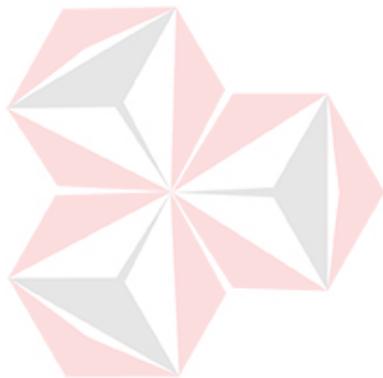
Karsam MA, Ph.D

NIDN : 0705076802

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan dengan benar, bahwa Laporan kerja praktik ini adalah asli karya saya, bukan plagiat baik sebagian maupun apalagi keseluruhan Karya ataupun pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semua hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya tindakan plagiat pada Laporan Kerja Praktik ini, maka saya bersedia untuk dilakukan pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Surabaya, Juni 2015

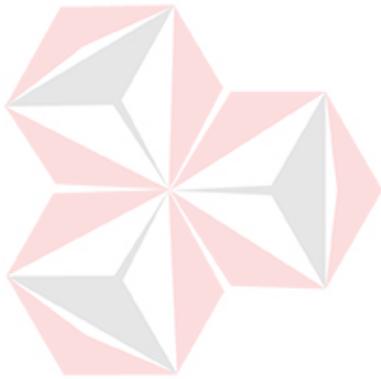


UNIVERSITAS
Dinamika
Reynaldi Araman

ABSTRAK

Perancangan multimedia interaktif company profile merupakan sebuah media penyampaian informasi secara visual yang menarik sehingga menambah daya tarik calon client untuk memelajarinya tentang pengenalan sebuah perusahaan. Perancangan ini diharapkan menjadi sebuah solusi untuk mengenalkan kepada dunia luar mengenai profil perusahaan/ instansi swasta tentang pelayanan yang dilakukan tentang produk yang telah dibuat maupun jasa yang telah diberikan dengan cara interaktif yang mudah diserap dan di ingat mengenai profile tersebut. Multimedia Interaktif yang dibuat menggunakan metodologi pengembangan, logo, background, dan gambar maka aplikasi ini bisa di gunakan ulang oleh perusahaan - perusahaan lainnya.

Kata Kunci – Multimedia, Company Profile berbasis Multimedia Interaktif, Template CD Interaktif,



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat dan rahmat penulis dapat menyelesaikan Laporan Kerja Praktik yang berjudul “Pembuatan Company Profile PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.” ini dapat diselesaikan.

Laporan kerja praktik ini disusun dalam rangka penulisan laporan untuk memperoleh gelar diploma sarjana sains terapan pada program studi DIV Komputer Multimedia Stikom Surabaya.

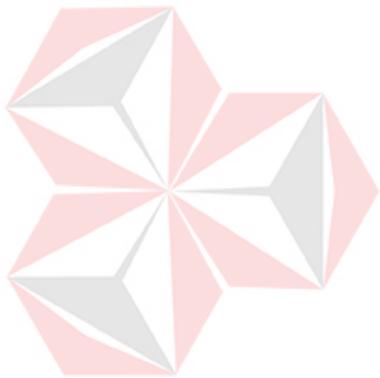
Melalui kesempatan yang sangat berharga ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyelesaian Laporan Kerja Praktik ini terutama kepada yang terhormat :

1. Bapak Prof. Dr Budi Jatmiko, M.Pd selaku Rektor
2. Bapak Sutikno S.Komp selaku Dosen pembimbing 1
3. Bapak Wahyudi Sigit Pramono selaku Pimpinan PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya
4. Kepada orang tua saya yang telah mendukung untuk menyelesaikan laporan kerja praktik ini
5. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu dalam kesempatan ini yang telah memberikan bantuan moral dan materil dalam prose penyelesaian laporan ini.

Semoga Tuhan Maha Esa memberikan imbalan yang setimpal atas segala bantuan yang setimpal atas segala bantuan yang telah diberikan.

Surabaya, Juni 2015

Penulis



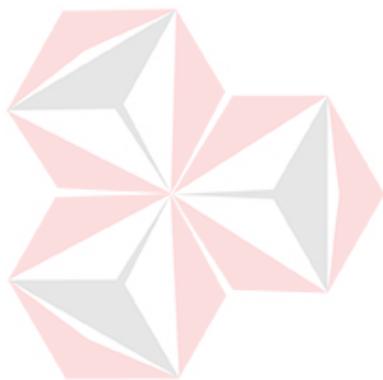
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix
BAB1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 PERUMUSAN MASALAH.....	2
1.3 BATASAN MASALAH.....	3
1.4 TUJUAN.....	3
1.5 MANFAAT.....	3
1.6 METODE PENELITIAN.....	4
1.7 KONTRIBUSI.....	4
1.8 SISTEMATIKA PENULISAN LAPORAN.....	5
BAB II.....	6
GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	6
2.1 SEJARAH PERUSAHAAN.....	6
2.2 PROFIL PERUSAHAAN.....	7
2.3 VISI.....	7
2.4 MISI.....	7
2.5 STRUKTUR ORGANISASI.....	8
2.6 JOB DESCRIPTION.....	8
2.7 LOGO PERUSAHAAN.....	10
BAB III.....	11
TINJAUAN PUSTAKA.....	11
3.1 MULTIMEDIA INTERAKTIF.....	11
3.1.1 MULTIMEDIA.....	11

3.1.2 INTERAKTIF.....	12
3.2 <i>COMPANY PROFILE</i>	12
3.2.1 SEJARAH BERDIRINYA USAHA.....	12
3.2.2 VISI DAN MISI USAHA.....	12
3.2.3 STRUKTUR ORGANISASI.....	13
3.3 <i>IMAGE</i>	15
3.4 WARNA.....	15
BAB IV.....	17
METODE PENELITIAN.....	17
4.1 PROSEDUR PELAKSANAAN KERJA.....	17
4.2 PENCARIAN DATA.....	18
1. SUMBER DATA.....	18
2. WAWANCARA.....	18
3. STUDI PUSTAKA.....	18
4. WAWANCARA.....	18
5. DOKUMENTASI.....	19
6. STUDI LITERATUR.....	20
7. KONSEP.....	20
8. COMPANY PROFILE.....	21
BAB V.....	23
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	23
5.1 KONSEP.....	23
5.2 WARNA.....	23
5.3 <i>FONT</i>	23
5.4 PROSES PRODUKSI.....	23
5.5 DESAIN LAYOUT.....	25
BAB VI.....	35
PENUTUP.....	35
6.1 KESIMPULAN.....	35
6.2 KESIMPULAN.....	35

DAFTAR PUSTAKA.....	36
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	37
LAMPIRAN.....	38



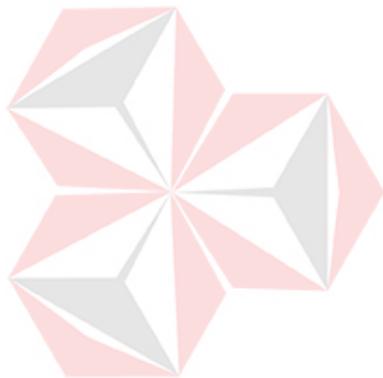
UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 : Struktur Organisasi Perusahaan.....	8
Gambar 2.2 : Logo Perusahaan.....	10
Gambar 4.1 : Barang hasil Produksi PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.....	19
Gambar 4.2 : Aktifitas Karyawan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.....	20
Gambar 4.3 : Konsep desain Layout.....	21
Gambar 4.4 : Bagan Pengembangan <i>System</i> SDLC.....	22
Gambar 5.1 : Halaman <i>intro</i> Adobe flash Cs 3.....	24
Gambar 5.2 : Halaman <i>menu</i> pada Adobe flash Cs 3.....	24
Gambar 5.3 : Halaman awal pada Adobe flash Cs 3.....	25
Gambar 5.4 : Halaman <i>Home</i> pada <i>Company Profile</i>	25
Gambar 5.5 : Halaman <i>Tentang</i> Perusahaan <i>Company Profile</i>	26
Gambar 5.6 : Halaman <i>Produk</i> tentang produk perusahaan tersebut.....	26
Gambar 5.7 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk Hemaviton.....	27
Gambar 5.8 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk Vidoran	28
Gambar 5.9 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk Bodrex.....	28
Gambar 5.10 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk Marina.....	29
Gambar 5.11 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk MyBaby.....	30
Gambar 5.12 : Halaman <i>link</i> facebook tentang produk Neo rheumacyl.....	30
Gambar 5.13 : Halaman <i>Sejarah</i> Perusahaan pada <i>Company Profile</i>	31
Gambar 5.14 : Halaan <i>Visi-Misi</i> Perusahaan pada <i>Company Profile</i>	32
Gambar 5.15 : Halaman <i>Contact</i> perusahaan pada <i>Company Profile</i>	32
Gambar 5.16: Halaman <i>Maps</i> tentang lokasi perusahaan.....	33
Gambar 5.17: <i>Web</i> tentang perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk....	34

DAFTAR LAMPIRAN

ACUAN KERJA.....	FORM KP-5.1
GARIS BESAR RENCANA KERJA MINGGUAN.....	FORM KP-5.2
LOG HARIAN 7 PERUBAHAN HARIAN KERJA.....	FORM KP-6
KEHADIRAN KERJA PRAKTEK.....	FORM KP-7
FORM KARTU BIMBINGAN.....	FORM KP-8



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG MASALAH

Dewasa ini banyak lulusan dari berbagai perguruan tinggi di Surabaya yang belum siap untuk memasuki dunia kerja di karenakan minimnya pengalaman mereka dalam menghadapi dunia kerja. Terkadang banyak lulusan yang mendapat nilai bagus tetapi kenyataanya dalam melamar pekerjaan kalah dengan kelulusan yang notabene mempunyai nilai yang kurang darinya. Hal itu di karenakan mereka sama sekali tidak mengenal dunia kerja dan menganggap bahwa dunia kerja sama dengan perkuliahan. STIKOM SURABAYA sebagai salah satu perguruan tinggi yang ada di Surabaya , ingin mempersiapkan lulusan sebaik-baiknya agar nantinya mahasiswa yang telah lulus tidak merasa canggung dalam dunia kerja. di STIKOM SURABAYA mengadakan kuliah kerja praktek sebagai salah satu mata kuliah yang harus di tempuh untuk dapat menghasilkan lulusan yang nantinya tidak hanya sukses di bidang perkuliahan tetapi sukses di unia kerja khususnya jurusan multimedia

Multimedia dewasa ini sudah merambah segala aspek kehidupan masyarakat itu semua bisa kita lihat diberbagai media promosi contoh : cd interaktif, pamphlet, baliho, *company profile*, dan lain-lain) yang dibuat menggunakan media komputer.

Kebutuhan akan media promosi sangatlah besar, apalagi didukung dengan perkembangan teknologi yang semakin maju. Untuk melakukan promosi yang

efektif dan efisien kepada para konsumen, maka dapat diharapkan bahwa sebuah company profile akan lebih menjanjikan keakuratan informasi dan kemudahan yang pada akhirnya akan meningkatkan minat dan kepercayaan para klien.

Penyusun memilih tempat kerja praktek di PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk yang berada di kota Surabaya yang berada di Jalan Gemblongan. PT. Tempo Scan Pacific Tbk merupakan salah satu perusahaan yang tergabung dalam Tempo Group yang bergerak di bidang distribusi membawahi divisi farmasi. Unit bisnis anak perusahaan ini terdiri dari pembuatan dan pendistribusian produk-produk farmasi, perawatan kesehatan, kosmetik dan jasa distribusi. Tempo Scan Pacific juga berkembang melalui divisi-nya yang terdiri dari divisi farmasi, divisi pemasaran.

Company profile, merupakan media/alat yang memberikan informasi/gambaran secara lengkap dan detail tentang produk-produk yang dihasilkan perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk tersebut dengan memperkenalkan produk yang ditawarkan. Ingin disampaikan kepada konsumen maupun masyarakat luas.

Penulis memutuskan untuk membuat sebuah *company profile* melalui interaktif untuk perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk cabang Surabaya guna mengenalkan hasil produk-produk perusahaan tersebut kepada konsumen serta mempermudah media pemasaran produk tersebut terhadap konsumen secara interaktif .

1.2 Perumusan Masalah

Dari latar belakang masalah di atas, penulis menuliskan rumusan masalah sebagai berikut yaitu :

“Bagaimana membuat suatu *company profile* dengan Interaktif pada PT TEMPO SCAN PACIFIC tbk ? ”

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan dari rumusan masalah diatas sebagai berikut :

1. Membuat *company profile* secara interaktif pada PT TEMPO SCAN PACIFIC tbk
2. Pemberian informasi tentang seputar perusahaan.

1.4 Tujuan

Tujuan secara umum dari pembuatan *company profile* ini adalah untuk mempromosikan kepada audien tentang perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC tbk. Diharapkan dengan adanya interaktif *company profile* para audien dapat mengetahui tentang khususnya produk-produk yang dihasilkan Perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC tbk. Cabang Surabaya. Sedangkan tujuan secara pribadi dalam proses Kerja Praktek ini adalah mampu memaksimalkan ilmu yang diperoleh dalam perkuliahan dan mampu menerapkan dalam dunia kerja.

1.5 Manfaat

Beberapa manfaat yang diperoleh dalam proses Kerja praktik adalah :

1. Sebagai pelatihan langsung peran multimedia di dunia kerja.
2. Mampu membuat *company profile* secara interaktif yang lebih baik dan sesuai.

3. Menerapkan dan memaksimalkan ilmu yang diperoleh diperkuliahan dalam dunia kerja.

1.6 Metode Penelitian

Konsep yang diteapkan dalam penggarapan *company profile* secara interaktif ini yaitu dengan memahami keinginan perusahaan yang nantinya bertujuan untuk memperoleh minat serta simpatik audien untuk menyaksikan *company profile* dapat tampil dengan baik dan jelas saat dipertunjukkan kepada audien.

1.7 Kontribusi

Pembuatan *company profile* secara interaktif ialah bagian dari salah satu media promosi kepada audien yang sesuai lingkup wilayah dan segmentasi pada perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC tbk.

1.8 Sistematika Penulisan Laporan

Laporan kerja praktek ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari berbagai sub-sub bab yang bertujuan untk menjelaskan pokok-pokok bahasan dalam penyusunan laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan tentang latar belakang msalah, rumusan masalah, batasan masalah, tempat dan waktu pelaksanaan, tujuan, manfaat, metodologi, kontribusi, dan sistematika laporann

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini di uraikan tentang sejarah singkat perusahaan, visi, misi, logo dan tempat usaha.

BAB III TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini dibahas berbagai teori dasar tentang desain grafis, multimedia, selain itu elemen-elemen apa saja yang mendukung dalam *company profile* itu sendiri.

BAB IV METODE PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan metode-metode kerja selama melakukan kerja praktik dan proses pengerjaan *company profile*. Dimana nantinya metode-metode ini dapat digunakan dalam proses pembuatan *company profile* selama kerja praktek di tempat.

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini menjelaskan hasil dari implementasi karya pada saat kerja praktik yang berupa *Company Profile*.

BAB VI PENUTUP

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan serta saran dan hasil kerja praktik.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Sejarah Instansi

PT Tempo Scan Pacific Tbk dan entitas anaknya (“Perseroan”) merupakan bagian dari kelompok usaha swasta nasional Grup Tempo yang telah memulai usaha perdagangan produk farmasi sejak tahun 1953. PT Tempo Scan Pacific Tbk dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi komersial produk farmasi dalam skala besar. Seiring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetika dan produk konsumen sejak tahun 1977.

Perusahaan ini telah menghasilkan beberapa produk yang terkenal di pasaran, seperti Vidoran Syrup, NEO rheumacyl Anti Inflammation, vitonal-ASI, bodrex, Bodrexin Tablet, bodrex Flu & Batuk, Domedon, Mitno 4, Glicab dan beberapa produk lainnya dalam perkembangannya, PT. Tempo Scan Pacific Tbk terus mengembangkan produk-produk yang terfokus pada obat bebas atau *over the counter* (OTC) yang menjadi andalan perusahaan. Dalam divisi farmasi yang bernama Pharma Consumer Health,. Untuk mendorong peningkatan laba perusahaan, Tempo Scan Pasifik berencana untuk mengembangkan produk suplemen yang merupakan kategori baru yang belum banyak dilirik oleh kompetitor. Munculnya wacana pengembangan suplemen ini datang dari gaya hidup yang dijalani oleh masyarakat sekarang.

2.2 Profil Perusahaan

Nama Instansi	:	PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya
Bidang	:	Distributor Farmasi.
Alamat	:	Jl. Gemblongan No. 73, Surabaya
Telp / Fax	:	(031) 5353334-35, 5353336-37
Email	:	Pttbm0sub2@thetempogroup.com
Website	:	www.thetempogroup.net

2.3 Visi

Menjadi perusahaan yang unggul dalam pemasaran produk distribusi farmasi, dan produk konsumen di Indonesia terutama di kota Surabaya.

2.4 Misi

PT Tempo Scan Pacific Tbk menjadi perusahaan distribusi terkemuka dengan spesialisasi pada berbagai jalur distribusi didukung oleh rantai suplai yang handal dan pengelolaan keuangan yang sehat.

2.6.2 Jabatan : Branch Office Supervisor

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mengontrol arus masuk/keluar uang kas perusahaan.
- b. Mencapai target tagihan pelanggan

2.6.3 Jabatan : Senior Sales Supervisor

Tugas dan Tanggung Jawab :

- a. Mencapai Target Sales yang telah ditetapkan oleh management
- b. Menentukan wilayah kerja serta target per Salesman
- c. Memelihara hubungan baik dengan pelanggan
- d. Mengontrol dan mengevaluasi hasil kerja Salesman

2.6.4 Jabatan : Supervisor Gudang

Tugas dan Tanggung Jawab :

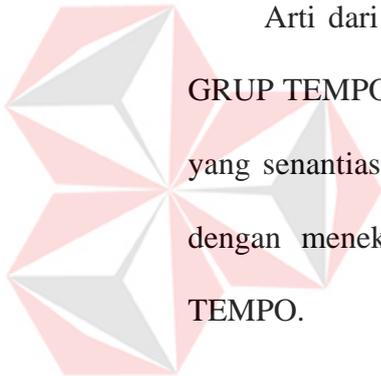
- a. Mengontrol arus keluar/masuk barang sesuai dengan dokumen resmi perusahaan.
- b. Mengatur posisi barang dengan tertib dan teratur, sehingga pengiriman barang dapat berjalan lancar.
- c. Menentukan rayon pengiriman , sehingga pengiriman barang dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.
- d. Mengadakan *stock opname* barang secara rutin tiap bulan.

2.7 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo perusahaan

Arti dari logo tersebut merupakan logo perusahaan yang tergabung dalam GRUP TEMPO yang bertumbuh ke atas melambangkan kekuatan GRUP TEMPO yang senantiasa mengembangkan kegiatan dan semangat usaha terus bertumbuh dengan menekankan integrasi seluruh anggota perusahaan ke dalam GRUP TEMPO.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

TINJAUAN PUSTAKA

3.1 Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif dapat di artikan proses multimedia yang dapat berinteraksi dengan *user* (pengguna), dimana *user* dapat berpindah dari sebuah menu ke menu lainnya tanpa harus menunggu jalannya animasi pada halaman tersebut selesai.

3.1.1 Mulimedia

Perkembangan teknologi semakin pesat, kemudahan akan informasi semakin di-butuhkan, salah satunya penyampaian informasi yang paling efektif dengan menggunakan multimedia. Multimedia menggunakan beberapa media berbeda untuk menyampaikan informasi antara lain : teks, audio grafis, animasi, video, dan interface. Multimedia biasanya digunakan untuk sebagai informasi dalam berbagai format digital dan seni visual untuk menjelaskan suatu karya menggunakan media lebih dari satu.

Definisi lain dari multimedia yaitu dengan menempatkan dalam konteks, seperti yang di lakukan Hofstetter (2001), multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan *link* dan *tool* yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi (Suyanto dari Hofsteer, 2003:21). Kelebihan inilah yang menyebabkan tampilan multimedia lebih dinamis dan menyenangkan bagi user

3.1.2 Interaktif

Interaktif adalah sebuah halaman-halaman yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya dengan adanya penjelasan-pejelasan tertentu atau yang telah ditetapkan. Interaktif juga dapat di artikan sebagai hubungan antara satu dengan yang lainnya. Interaktif sederajat dengan tingkatan kemampuan sebagai komunikasi yang memproses dimana masing-masing pesan di hubungkan dengan pesan sebelumnya. (Sheizagz Rafeilli : 1998) salah satu pengarang yang mengatakan bahwa interaktif merupakan suatu ungkapan tingkat yang dalam rangkaian komunikasi yang diurutkan menukar transmisi.

3.2 Company Profile

Company profile merupakan penjelasan mengenai perusahaan termasuk produknya secara verbal maupun grafik yang mengangkat *corporate value* serta *product value* serta keunggulan perusahaan dibandingkan pesaing berdasarkan kedua value diatas. *Corporate value* atau nilai-nilai perusahaan tercermin dalam beberapa hal berikut :

3.2.1 Sejarah Berdirinya Usaha

Sejarah berdirinya usaha menggambarkan kepada pihak-pihak lain yang berhubungan dengan perusahaan ataupun konsumen mengenai dasar atau landasan usaha ini berdiri apakah cukup kuat secara pengalaman dan keutuhan individu yang terlibat di dalamnya.

3.2.2 Visi & Misi Usaha

Visi merupakan cita-cita yang ingin di capai oleh usaha kita dalam jangka panjang atau dengan kata lain perusahaan dalam periode tertentu ingin menjadi

perusahaan seperti di-inginkan. Misi merupakan cara-cara yang digunakan usaha dalam mencapai visi usaha. Misi dapat berupa pernyataan kalimat atau kata yang mengingatkan pihak perusahaan dapat bekerja menjalankan sesuai misi dalam mencapai tujuan perusahaan.

3.2.3 Struktur Organisasi

Struktur organisasi berisi susunan/hirarki tanggung jawab pekerjaan dalam perusahaan berikut nama individu pada masing-masing pekerjaan kegunaan struktur organisasi dalam *company profile* adalah agar konsumen atau pihak-pihak lain yang bekerjasama dengan perusahaan dapat mengetahui *person in charge* yang langsung berhubungan dengan mereka dalam pekerjaan ataupun masalah.

Product Value atau nilai-nilai *produk/servis* yang di hasilkan oleh perusahaan dapat dicerminkan oleh factor-faktor marketing mix khususnya 7P yaitu *Product, Price, Promotion, Placement, People, Process, dan Physical Evidence*. Penjelasan dari masing- masing marketing mix adalah sebagai berikut :

1. *Product*

Strategi mengenai bagaimana poduk usaha kita dapat menarik hati konsumen untuk membelinya. Produk usaha kita dapat dibedakan berdasarkan mutu/kualitas,ukuran, desain, kemasan, dan kegunaan lebih dibandingkan pesaing.

2. *Price*

Strategi mengenai bagaimana produk kita lebih menarik konsumen dari segi harga dibandingkan pesaing. Umumnya konsumen lebih tertarik kepada produk dengan harga lebih murah. Selainnya itu dari segi harga, kita dapat

membedakan produk kita berdasarkan harga satuan dan harga grosir, syarat pembayaran, diskon/potongan harga, serta *system buy 1 get 1 free*.

3. *Promotion*

Strategi mengenai bagaimana produk kita dapat dikenal oleh konsumen melalui beberapa cara :

- a. Advertising (iklan)
- b. Sales promotion
- c. Personal selling
- d. Public relation

4. *Placement*

Merupakan cara untuk mendistribusikan produk kita untuk sampai ke tangan konsumen. Sistem distribusi yang di lakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui pedagang perantara seperti pedagang besar atau pedagang kecil.

5. *People*

Merupakan kriteria sumber daya manusia secara umum yang dapat meningkatkan penjualan produk ke konsumen secara langsung maupun tidak langsung.

6. *Process*

Proses yang di tampilkan kepada konsumen agar konsumen tertarik untuk membeli. Proses yang dapat ditampilkan seperti proses produksi yang baik ataupun proses pelayanan terhadap konsumen.

7. *Physical Evidence*

Penampilan fisik serta keadaan dari fasilitas pendukung atau sarana dalam menjual produk yang dapat dilihat langsung oleh konsumen. Seperti tempat yang menarik dan bersih untuk rumah makan. Berdasarkan marketing mix diatas, perusahaan dapat mengidentifikasi dirinya dengan pesaing/kompetitor untuk kemudian menentukan dari faktor-faktor manakah dari ketujuh marketing mix tersebut, perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesain. Setelah perusahaan berhasil mengidentifikasi posisinya maka angkatlah kelebihan tersebut sebagai “*selling point*” dalam *company profile* khususnya dari segi produk/servis.

3.3 *Image*

Image merupakan terjemahan dalam bahasa inggris yang berarti gambar. *Image* merupakan suatu gambaran ilustrasi yang dapat berupa foto, tulisan, grafik dan lain-lain. Untuk memproduksi suatu *image* dapat di lakukan dengan menggunakan media alat bantu seperti komputer maupun kamera.

3.4 *Warna*

Warna merupakan pelengkap gambar serta mewakili suasana kejiwaan pelukisnya dalam berkomunikasi. Warna juga merupakan unsur yang sangat tajam untuk menyentuh kepekaan penglihatan sehingga mampu merangsang munculnya rasa haru, sedih, gembira, *mood*, atau semangat dan lain-lain.

Secara visual warna memiliki kekuatan yang mampu mempengaruhi citra orang yang melihatnya Molly E. Holzschlag. Seorang pakar tentang warna,dalam tulisannya”*Creating Color Scheme*” membuat daftar mengenai kemampuan

masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya sebagai berikut :

Merah : Kesatuan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresifitas, bahaya.

Biru : Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.

Hijau : Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembaruan.

Kuning : Optimis, harapan, filosofi, ketidak jujur, pengecut, pengkhianatan.

Ungu : Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.

Orange : Energi, keseimbangan, kehangatan.

Cokelat : Bumi, dapat dipercaya, nyaman.

Abu-abu : Intelekt, futuristik, modis, kesenduan, merusak.

Putih : Kemurnian/ suci, bersih, kecermatan, steril

Hitam : Kekuatan, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, keanggunan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

METODE PENELITIAN

4.1 Prosedur pelaksanaan kerja praktek

Prosedur dalam pelaksanaan kerja praktek adalah sesuai dengan prosedur pelaksanaan kerja praktek yang ditetapkan oleh STIKOM Surabaya yaitu dengan beberapa tahapan – tahapan penting yang harus dilaluidalam Pembuatan produk multimedia, pada pembuatan produk sendiri terdapat beberapa tahapan, antara lain:

1. Pendahuluan, identifikasi permasalahan yang ada, evaluasi, *alternative*, solusi dan prioritas pengembangan.
2. Taap analisa ruag lingkup permasalahan, ruang lingkup dan sasaran yang akan dikembangkan, identifikasi area permasalahan yang lebih terinci, evaluasi, perumusan dan penyusunan untuk menunjang perancangan desain.
3. Tahap analisa kebutuhan pengguna, mendefinisikan kebutuhan fungsional dan non-fungsional untuk menunjang informasi yang akurat.
4. Tahap spesifikasi media, dilakukan untuk melakukan spesifikasi fungsional, konfigurasi hardware atau software yang support dengan komputer klien.
5. Revisi produk, melakukan perbaikan dan pemantauan untuk menghasilkan produk sesuai target.
6. Pembuatan laporan, semua dokumentasi dalam pembuatan produk multimedia tersebut, sebagai hasil dari proyek disusun dalam sebuah laporan.

4.2 Pencarian Data

Untuk dapat membuat dan merancang karya *company profile* PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. ini dibutuhkan metode agar dapat menuangkan ide awal sesuai dengan yang diharapkan dalam implementasinya. *company profile* yang baik perlu dilakukan sebuah perencanaan terlebih dahulu secara matang agar hasil yang didapat bisa maksimal.

1. Sumber Data

Sebagian besar data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data.

2. Observasi dan Komplikasi Data

Di dalam menyelesaikan pembuatan *company profile* PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Surabaya, penulis awali dengan mengumpulkan data baik data dari luar perusahaan maupun data yang langsung disediakan dari pihak perusahaan sendiri berupa data gambar, keterangan/tulisan, serta foto dokumentasi perusahaan tersebut.

3. Studi Pustaka

Dilakukan dengan cara mengumpulkan dan mempelajari landasan teori yang berkaitan dengan *company profile* menggunakan Adobe Flash CS 3 dan Cs 5.

4. Wawancara

Melakukan konsultasi maupun tanya jawab secara interaktif kepada pihak PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya bagian kepala cabang selaku pemberi info tentang *company profile*, data produk yang dihasilkan pada

perusahaan tersebut dalam pemarkaran produk tersebut, data yang sudah diperoleh kemudian diolah untuk rencana pembuatan *company profile* menggunakan Adobe Flash CS3 dan Adobe Photoshop CS3.

5. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data untuk menunjang pembuatan Company Profile. Penulis melakukan dokumentasi berbagai kegiatan aktivitas karyawan pada perusahaan tersebut dalam bentuk visual bertujuan untuk memaksimalkan penelitian dan memperjelas observasi dan wawancara. Dokumentasi dilakukan untuk mendukung company profile yang dibuat dokumentasi yang dilakukan meliputi aktivitas kerja karyawan perusahaan PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya yang terdapat pada Gambar 4.1, dan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut yang terdapat pada Gambar 4.2.



Gambar 4.1 Barang hasil Produksi PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk



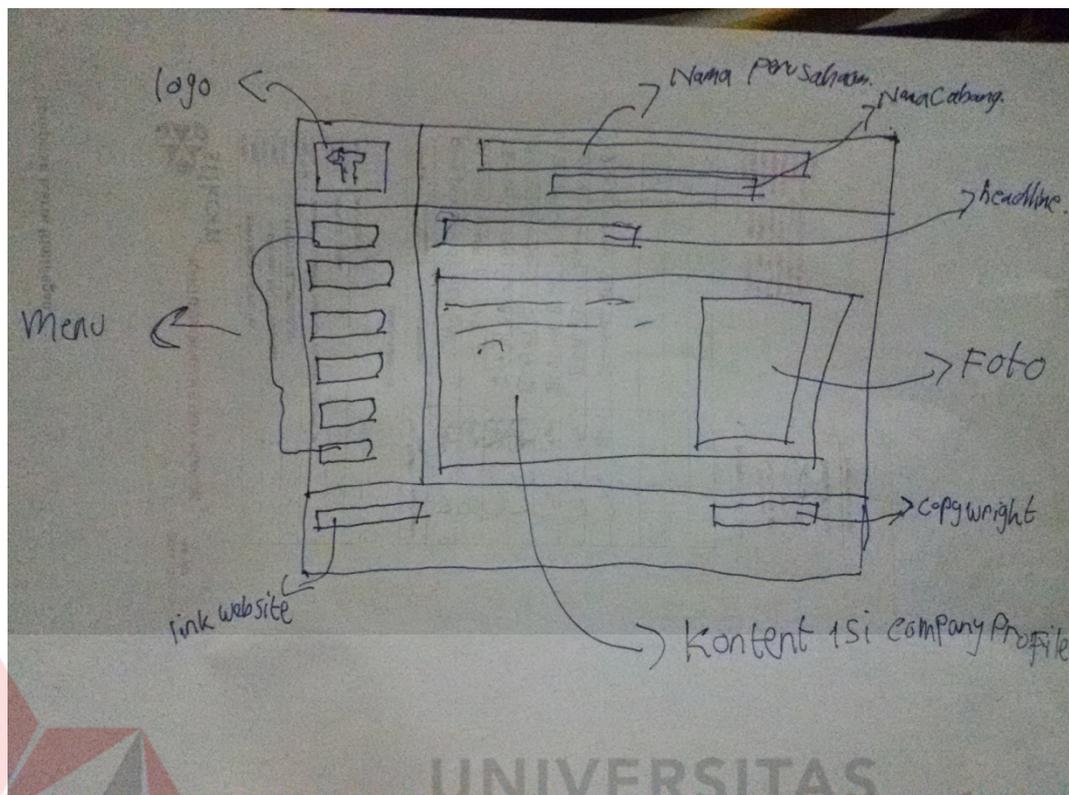
Gambar 4.2 Aktifitas Karyawan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk

6. Studi Literatur

Mengkaji tentang mengaplikasikan tentang produk-produk PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya kedalam bentuk visualisasi *company profile* berbasis multimedia dengan cara interaktif engan cara mengumpulkan data-data tentang produk perusahaan tersebut lalu diimplementasikan ke dalam Adobe Flash CS3 dan Adobe Photoshop CS3.

7. Konsep

Konsep yang dibuat dalam pembuatan layout adalah konsep sederhana dengan tampilan yang dinamis dengan menu-menu sederhana terlihat dari Gambar 4.3 konsep desain layout

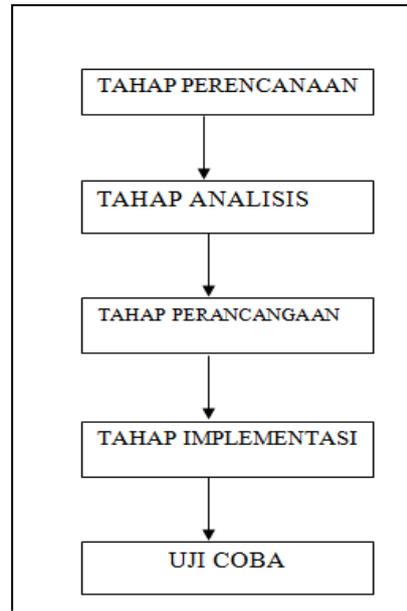


Gambar 4.3 Konsep desain Layout

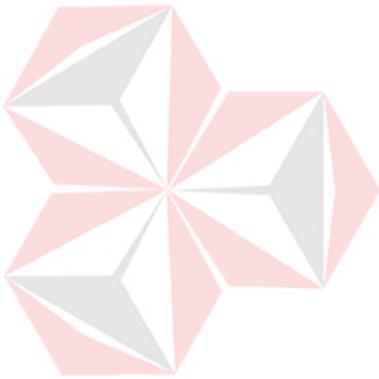
8. Company Profile

Pembuatan *company profile* dengan teknik interaktif sendiri memakan waktu selama 1 bulan, yang digunakan untuk pembuatan layout, konten, proses pengeditan serta *finishing*.

Untuk itu metode yang tepat dalam perancangan *company profile* adalah menggunakan metode SDLC (*System Development Life Cycle*) yang diterapkan dalam suatu basis sistem informasi komputerisasi yang terdiri dari lima fase, yaitu tahap perencanaan, tahap analisis, tahap perancangan, tahap implementasi, dan uji coba. Dari kelima tahap dapat dilihat urutan tahap yang berlaku dalam gambar dibawah ini :



Gambar 4.4 Bagan Pengembangan System SDLC



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Konsep

Konsep yang di gunakan dalam *Company Profile* ini cukup sederhana. Agar mudah dalam penggunaannya dan juga agar isi dalam *company profile* ini dapat dengan mudah tersampaikan. Desain minimalis dengan tidak terlalu memakai banyak halaman. Navigasi juga tidak dibuat rumit agar cepat dalam proses pencarian.

5.2 Warna

Warna yang digunakan pada layout *company profile* adalah warna merah dan putih warna pada merah terdapat pada *header* dan *footer layout* atau tampilan atas bawah pada *layout* agar senada dengan warna logo perusahaan tersebut. Maka penulis memakai warna yang standard agar dapat mendukung keselarasan dari desain ini.

5.3 Font

Font yang digunakan adalah font dasar yaitu *Times New Roman*. Dipilih karena font ini mudah dibaca dan sederhana.

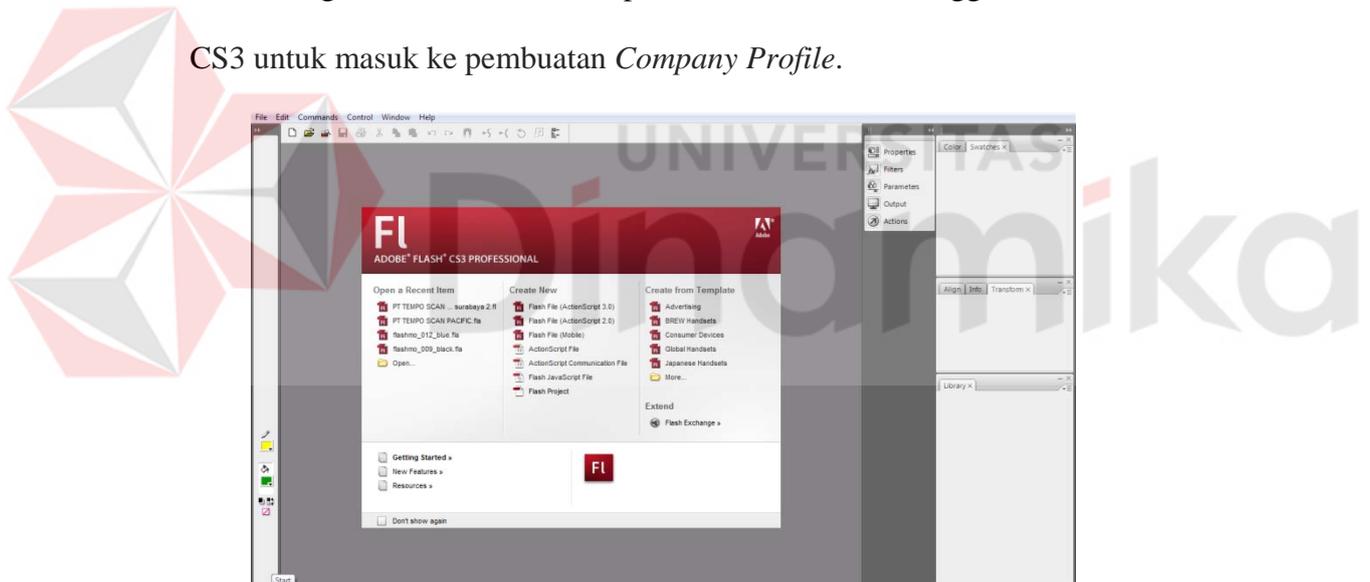
5.4 Proses Produksi

Berikut ini ditampilkan beberapa proses persiapan pembuatan *company profile* gambar sebagai berikut :



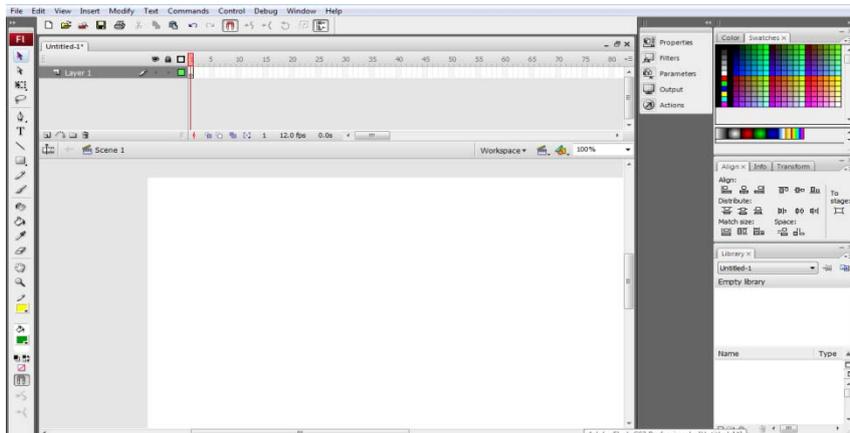
Gambar 5.1 Halaman *intro* Adobe flash Cs 3

Pada gambar 5.1 adalah tampilan awal memulai menggunakan Adobe Flash CS3 untuk masuk ke pembuatan *Company Profile*.



Gambar 5.2 Halaman *menu* pada Adobe flash Cs 3

Pada Gambar 5.2 menunjukkan tampilan menu-menu untuk memulai pembuatan *layout Company Profile* dengan menggunakan versi *ActionScript 2.0*.



Gambar 5.3 Halaman awal pada Adobe flash Cs 3

Pada Gambar 5.3 menunjukkan tampilan awal menggunakan *layer* untuk membuat layout *Company Profile*.

5.5 Desain Layout



Gambar 5.4 Halaman *Home* pada *Company Profile*

Pada Gambar 5.4 menunjukkan tampilan halaman awal pada Company Profile perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya-2 dengan ringkasan latar belakang perusahaan tersebut bergerak.



Gambar 5.5 Halaman *Tentang Perusahaan Company Profile*

Pada Gambar 5.5 menjelaskan tentang latar belakang perusahaan tersebut, dengan menjelaskan perusahaan tersebut bergerak dibidang farmasi, *Consumer Good*, dan mengenalkan hasil produk yang di hasilkan pada perusahaan tersebut untuk di pasarkan.



Gambar 5.6 Halaman *Produk* tentang produk perusahaan tersebut

Pada Gambar 5.6 menunjukkan pada *Company Profile* tersebut mengenalkan macam-macam jenis produk yang dipasarkan pada perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk yaitu, Hemaviton, Vidoran, Bodrex, Marina, MyBay, dan Neo Rheumacyl.



Gambar 5.7 Halaman *link* facebook tentang produk Hemaviton

Pada Gambar 5.7 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk Hemaviton. Apabila meng-klik gambar Hemaviton pada halaman menu *Produk* maka menuju halaman link facebook tentang penjelasan produk tersebut.



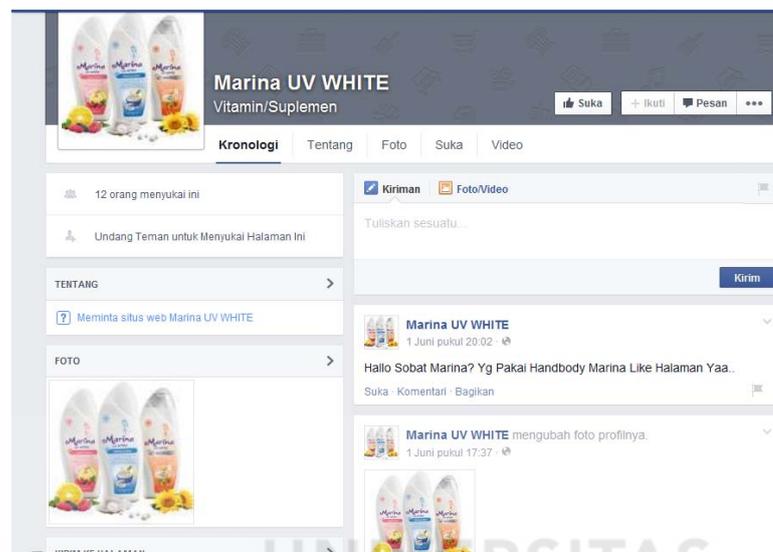
Gambar 5.8 Halaman *link* facebook tentang produk Vidoran

Pada Gambar 5.8 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk Vidoran. Apabila meng-klik gambar Vidoran pada halaman menu *Produk* maka menuju halaman *link* facebook tentang penjelasan produk tersebut.



Gambar 5.9 Halaman *link* facebook tentang produk Bodrex

Pada Gambar 5.9 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk Bodrex. Apabila meng-klik gambar Bodrex pada halaman menu *Produk* maka menuju halaman link facebook tentang penjelasan produk tersebut.



Gambar 5.10 Halaman *link* facebook tentang produk Marina

Pada Gambar 5.10 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk Marina. Apabila meng-klik gambar Marina pada halaman menu *Produk* maka menuju halaman link facebook tentang penjelasan produk tersebut.



Gambar 5.11 Halaman *link* facebook tentang produk MyBaby

Pada Gambar 5.11 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk MyBaby. Apabila meng-klik gambar MyBaby pada halaman menu *Produk* maka menuju halaman link facebook tentang penjelasan produk tersebut.



Gambar 5.12 Halaman *link* facebook tentang produk Neo rheumacyl

Pada Gambar 5.12 menampilkan Halaman Facebook tentang penjelasan tentang produk Neo Rheumacyl. Apabila meng-klik gambar Neo Rheumacyl pada

halaman menu *Produk* maka menuju halaman link facebook tentang penjelasan produk tersebut.



Gambar 5.13 Halaman *Sejarah* Perusahaan pada *Company Profile*

Pada Gambar 5.13 menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan tersebut, dengan menjelaskan asal-usul awal berdirinya perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Cabang Surabaya-2 menjadi unggul dalam pemasaran produk di Jawa Timur..



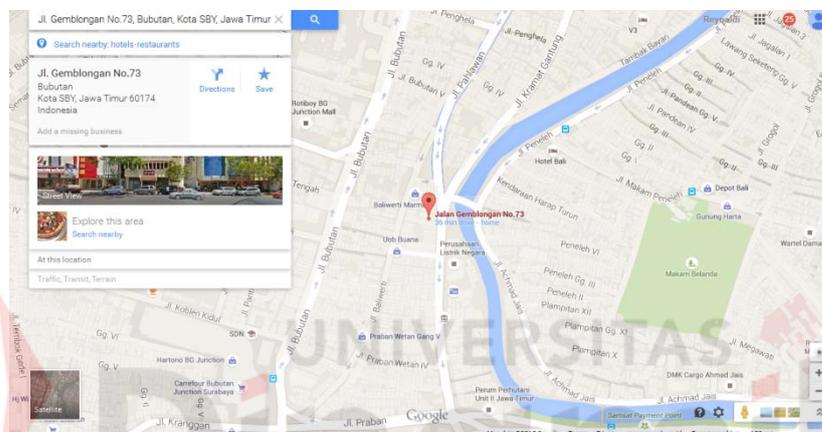
Gambar 5.14 Halaan *Visi-Misi* Perusahaan pada *Company Profile*

Pada Gambar 5.14 menjelaskan tentang visi dan misi perusahaan tersebut, dengan menjelaskan visi perusahaan tersebut menjadi unggul dalam pemasaran produk di Jawa Timur, dan misi perusahaan tersebut menjadi perusahaan distribusi yang terkemuka dengan suplai yang handal.



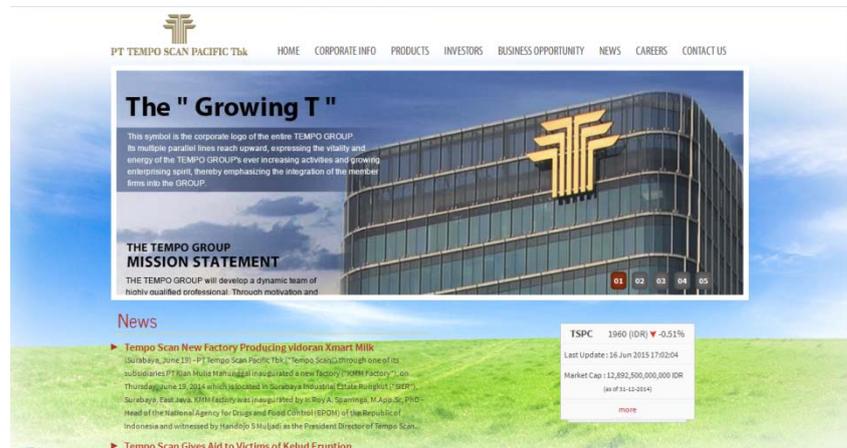
Gambar 5.15 Halaman *Contact* perusahaan pada *Company Profile*

Pada Gambar 5.15 menjelaskan tentang *Contact* perusahaan tersebut, tentang lokasi perusahaan tersebut berada dan nomor telepon yang bisa dihubungi ke perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Cabang Surabaya-2, dan email perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk guna untuk mengirim pesan serta alamat website perusahaan tersebut apabila ingin mengetahui info tentang perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.



Gambar 5.16 Halaman *Maps* tentang lokasi perusahaan

Pada Gambar 5.16 menampilkan Halaman *Maps* tentang penjelasan tentang lokasi perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya. Apabila meng-klik tulisan tentang alamat perusahaan pada halaman menu *Contact* maka menuju halaman link *Google Maps* lokasi perusahaan tersebut berada.



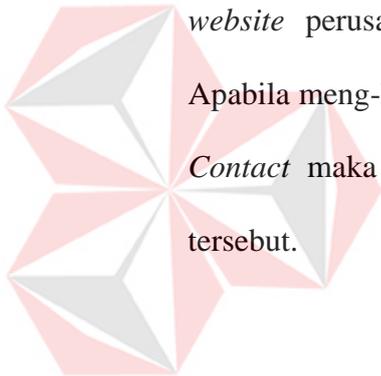
Gambar 5.17 Web tentang perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.

Pada Gambar 5.17 menampilkan Halaman Web tentang penjelasan tentang

website perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya.

Apabila meng-klik tulisan tentang alamat website perusahaan pada halaman menu

Contact maka menuju halaman website official tentang penjelasan perusahaan tersebut.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB VI

PENUTUP

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi diatas, maka penulis dapat menyimpulkan :

1. Pengguna dapat mengetahui informasi seputar perusahaan dan juga produk-produk yang ditawarkan.
2. Kerja praktik di PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang Surabaya ini memberikan pengalaman dan tambahan ilmu tentang pembuatan *company profile* dengan teknik raster.
3. Dengan membuat *company profile*, kita akan mudah untuk mempromosikan perusahaan kepada khalayak luas sehingga informasi dapat mudah tersampaikan dan meningkatkan penjualan produk perusahaan.

6.2 Saran

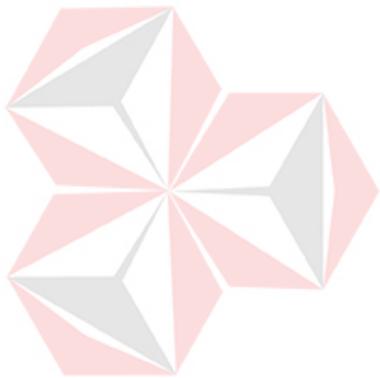
Diharapkan dengan pembuatan cd *company profile* ini dapat meningkatkan penjualan produk perusahaan dan diharapkan kedepannya penulis dapat membuat *company profile* dalam bentuk website.

DAFTAR PUSTAKA

<http://ardimalaysia.trpod.com/warna.htm>

<http://forumsantri.com/printthread.php?tid=563>

<http://sma5bpp.blogspot.com/2011/02/raster.html>



UNIVERSITAS
Dinamika