



**PEMBUATAN COMPANY PROFILE
PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. CABANG II SURABAYA**



KERJA PRAKTIK

**Program Studi
DIV Komputer Multimedia**

UNIVERSITAS
Dinamika

**Oleh:
BARA KUSUMA WIBAWA
09.51016.0045**

**FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA
2016**

LAPORAN KERJA PRAKTIK
PEMBUATAN COMPANY PROFILE
PT. TEMPO SCAN PACIFIK TBK. CABANG II SURABAYA

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan tugas akhir



Disusun Oleh:

Nama : BARA KUSUMA WIBAWA
NIM : 09510160045
Program : DIV (Diploma Empat)
Jurusan : Komputer Multimedia

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA
INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA STIKOM SURABAYA

2016

LEMBAR MOTTO



UNIVERSITAS
Dinamika

“Pantang Menyerah Adalah Kunci Sukses Utama Dalam Hidup”

LEMBAR PERSEMBAHAN



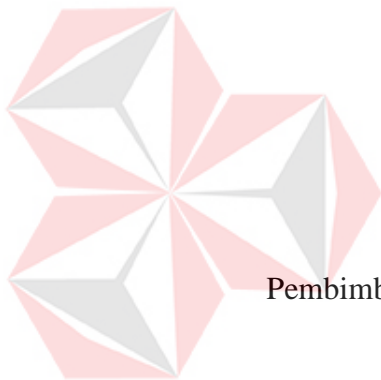
UNIVERSITAS
Dinamika

“Kupersembahkan kepada Ayah dan Ibu yang selalu memberikan semangat”

LEMBAR PENGESAHAN

PEMBUATAN COMPANY PROFILE PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. CABANG II SURABAYA

Laporan Kerja Praktik oleh
Bara Kusuma Wibawa
NIM: 09.51016.0045
Telah diperiksa, diuji dan disetujui



Surabaya, 29 Juli 2016

Disetujui:

Pembimbing

Penyelia

Karsam, MA., Ph.D
NIDN 0705076802

Wahyudi Sigit Pramono
NIP: 066

Mengetahui:

Kepala 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 hasil karya saya, bukan plagiat baik sebagian ataupun keseluruhan. Karya atau pendapat orang lain yang ada dalam Laporan Kerja Praktik ini adalah semata 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, 29 Juli 2016



UNIVERSITAS
Dinamika

Bara Kusuma Wibawa

**SURAT PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya, saya:

Nama : Bara Kusuma Wibawa
NIM : 09.51016.0045
Program Studi : DIV Komputer Multimedia
Jurusan/Fakultas : GAME ANIMASI (MULTIMEDIA)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya ***Hak Bebas Royalty Non Eksklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)*** atas karya ilmiah yang berjudul:

**Pembuatan Company Profile PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk Cabang II
Surabaya**

Untuk disimpan, dialihmediakan, dikelola dalam bentuk pangkalan data (database), untuk didistribusikan atau dipublikasikan untuk kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

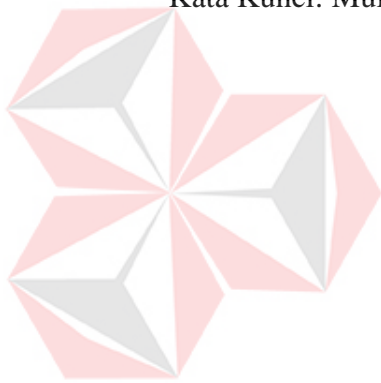
Surabaya, 29 Juli 2016

Bara Kusuma Wibawa
NIM : 09.51016.0045

ABSTRAK

Dengan majunya perkembangan teknologi maka penyampaian informasi secara visual yang menarik pun sangatlah penting sehingga menambah daya tarik calon klient 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 dimengerti serta mudah untuk di ingat mengenai profil perusahaan tersebut. Multimedia Interaktif yang dibuat menggunakan metodologi pengembangan, logo, background, dan gambar, maka aplikasi ini dapat digunakan ulang oleh perusahaan-perusahaan lainnya.

Kata Kunci: Multimedia, Company Profile, Interaktif.



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat yang telah diberikan kepada penulis selama penyusunan Laporan Kerja Praktik dengan judul “Pembuatan Company Profile PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya” sehingga laporan ini dapat diselesaikan dengan baik.

Pengerjaan Laporan Kerja Praktik ini pun tidak terlepas dari semua pihak yang telah mendukung dan memberikan bantuan-bantuan kepada penulis baik itu secara langsung ataupun tidak langsung. Karenanya, penulis mengucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Orang Tua, Saudara, dan Keluarga yang tidak berhenti mendoakan dan memberikan support selama dilaksanakannya kerja praktik hingga sampai selesainya penulisan Laporan Kerja Praktik ini.
2. Karsam, MA., Ph.D selaku Kepala Program Studi DIV Komputer Multimedia sekaligus dosen pembimbing Kerja Praktik ini.
3. Bapak Wahyudi Sigit Pramono selaku Pimpinan PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya.
4. Teman-teman baru yang penulis temui selama kerja praktik.
5. Teman-teman yang selalu ada untuk memberikan semangat.
6. Dan lain sebagainya yang telah ikut membantu dan mendukung yang mungkin tidak dapat disebutkan satu persatu.

Demikianlah Laporan Kerja Praktik telah disusun. Jika terdapat beberapa kesalahan dalam hal penulisan atau pada penyusunan Laporan Kerja Praktik ini,

penulis akan sangat terbuka untuk kritik dan saran demi Laporan Kerja Praktik ini dapat menjadi lebih baik. Harapan yang terpanjat, semoga Laporan Kerja Praktik ini bisa menjadi pembelajaran bersama dan bermanfaat untuk yang membaca, khususnya kepada teman-teman Program Studi DIV Komputer Multimedia STIKOM Surabaya, terima kasih.

Surabaya, 29 Juli 2016

Penulis



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR ISI

	Halaman
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Batasan Masalah	3
1.4 Tujuan Penelitian	3
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Metode Penelitian	4
1.7 Kontribusi.....	5
1.8 Sistematika Penulisan Laporan.....	5
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	7
2.1 Sejarah Perusahaan.....	7
2.2 Profil Perusahaan.....	8
2.3 Visi Dan Misi.....	8
2.4 Struktur Organisasi	9
2.5 Job Description.....	9
2.6 Logo Perusahaan	11
BAB III LANDASAN TEORI	12
3.1 Multimedia Interaktif.....	12
3.1.1 Multimedia.....	12
3.1.2 Interaktif.....	13
3.2 Company Profile.....	13
3.2.1 Sejarah Berdirinya Usaha	14
3.2.2 Visi Dan Misi Usaha	14

3.2.3 Struktur Organisasi.....	14
3.3 Image.....	17
3.4 Warna.....	17
BAB IV METODOLOGI PENELITIAN	19
4.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja	19
4.2 Pencarian Data	20
4.2.1 Sumber Data	20
4.2.2 Observasi Dan Komplikasi Data.....	20
4.2.3 Studi Pustaka	20
4.2.4 Wawancara.....	20
4.2.5 Dokumentasi	21
4.2.6 Studi Literatur.....	22
4.2.7 Konsep	22
4.2.8 Company Profile	23
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	25
5.1 Konsep.....	25
5.2 Warna.....	25
5.3 Font.....	25
5.4 Proses Produksi.....	26
5.5 Disain Layout	28
BAB VI PENUTUP	38
6.1. Kesimpulan	38
6.2. Saran.....	39
DAFTAR PUSTAKA	40
BIODATA PENULIS	41
LAMPIRAN	42

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Struktur Organisasi.....	9
Gambar 2.2 Logo Perusahaan	11
Gambar 4.1 Foto Hasil Produksi.....	21
Gambar 4.2 Foto Aktifitas Karyawan	22
Gambar 4.3 Konsep Desain Layout	23
Gambar 4.4 Bagan Pengembangan system SDLC	24
Gambar 5.1 Halaman intro Adobe Flash CS5.....	26
Gambar 5.2 Halaman menu pada Adobe Flash CS5.....	27
Gambar 5.3 Halaman awal pada Adobe CS5	27
Gambar 5.4 Halaman Home Company Profile	28
Gambar 5.5 Halaman Produk.....	29
Gambar 5.6 Halaman Home Pages Hemaviton.....	29
Gambar 5.7 Halaman Home Pages Vidoran.....	30
Gambar 5.8 Halaman Home Pages Bodrex.....	30
Gambar 5.9 Halaman Home Pages Merina.....	31
Gambar 5.10 Halaman Home Pages MyBaby.....	31
Gambar 5.11 Halaman Home Pages Neo Rheumacyl.....	32
Gambar 5.12 Halaman Link Galery Perusahaan.....	32
Gambar 5.13 Halaman Galery Produk.....	33
Gambar 5.14 Halaman Galery Kegiatan Sosial.....	33
Gambar 5.15 Halaman Foto Struktur Organisasi.....	34
Gambar 5.16 Halaman Sejarah Perusahaan.....	34
Gambar 5.17 Halaman Visi dan Misi	35
Gambar 5.18 Halaman Contact Perusahaan.....	35
Gambar 5.19 Halaman Maps Lokasi Perusahaan.....	36
Gambar 5.20 Halaman Web Resmi Perusahaan.....	36

DAFTAR LAMPIRAN

ACUAN KERJA.....	FORM KP-5.1
GARIS BESAR RENCANA KERJA MINGGUAN	FORM KP-5.2
LOG HARIAN PERUBAHAN ACUAN KERJA	FORM KP-6
KEHADIRAN KERJA PRAKTIK	FORM KP-7
FORM KARTU BIMBINGAN.....	FORM KP-8
FORM SALES ORDER.....	FORM S.O



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dewasa ini perkembangan dunia teknologi semakin baik dari waktu ke waktu. Hal ini dapat dilihat dari makin banyaknya media informasi seperti televisi, majalah, internet, dan lain sebagainya. Disamping itu perkembangan dari universitas maupun institut yang memiliki program studi yang berhubungan dengan seni maupun industri kreatif juga turut memberi peranan yang cukup besar. Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya adalah salah satu perguruan tinggi yang sukses mencetak mahasiswa dengan kompetensi yang baik untuk dapat mengembangkan dunia seni dan industri kreatif.

Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya memiliki program studi DIV Komputer Multimedia yang mana prodi ini sangat erat kaitannya dengan dunia teknologi dan industri kreatif. Untuk mempersiapkan dan mengenalkan dunia industri dan kerja yang sebenarnya, serta untuk mencetak sumber daya manusia yang memiliki kompetensi tinggi sehingga memiliki daya saing yang tinggi, maka dibutuhkan mata kuliah yang mampu memfasilitasi hal tersebut. Mata kuliah tersebut adalah Kerja Praktik atau KP. Mata kuliah ini mewajibkan mahasiswa untuk magang pada sebuah perusahaan yang bergerak di bidang industri kreatif. Harapannya adalah nanti ketika sudah lulus dan akan bekerja mahasiswa sudah mengetahui atmosfer pekerjaan yang sebenarnya. Sehingga penulis

semakin mudah beradaptasi dengan kondisi lingkungan pekerjaan yang tentu berbeda dengan perkuliahan.

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-lainnya 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 menyajikan keakuratan informasi dan kemudahan yang pada akhirnya akan meningkatkan minat dan kepercayaan para klien.

Penyusun memilih tempat kerja Pratik di PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II yang berada di kota Surabaya yang berada di Jalan Gemblongan. PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya merupakan salah satu perusahaan yang bergabung dalam Tempo Grup 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 Tbk. Cabang II Surabaya juga berkembang melalui divisi-nya yang terdiri dari divisi farmasi, divisi pemasaran.

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

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

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dapat dirumuskan masalah dalam kerja praktik ini yaitu “bagaimana membuat suatu company profile dengan Interaktif pada PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya?”

1.3 Batasan Masalah

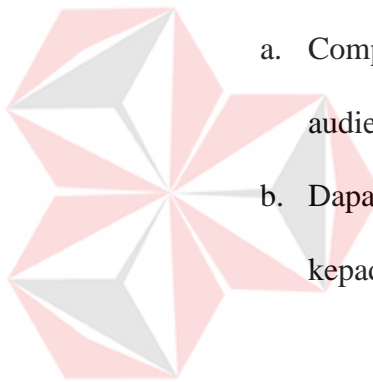
Berdasarkan rumusan masalah di atas, agar tidak menyimpang dari pembahasan, maka batasan masalah yang akan dikerjakan dalam Kerja Praktik ini yaitu tahap-tahap pembuatan company profile secara interaktif pada PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya, serta pemberian informasi tentang perusahaan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam Kerja Praktik ini adalah untuk mengetahui dan mempraktikkan prosedur pembuatan company profile secara interaktif pada PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya, serta mempromosikan kepada audien tentang PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya. Khususnya produk-produk yang dihasilkan oleh PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi penulis
 - a. Untuk mengimplementasikan ilmu yang diperoleh selama belajar di Program Studi DIV Komputer Multimedia Stikom Surabaya.
 - b. Mampu membuat company profile secara interaktif yang lebih baik dan sesuai.
 - c. Menerapkan dan memaksimalkan ilmu yang diperoleh diperkuliahan dalam dunia kerja.
2. Bagi perusahaan
 - a. Company profile dapat mempermudah dalam mempromosikan informasi pada audien tentang perusahaan .
 - b. Dapat memberikan ide-ide kreatif dalam mempromosikan produk-produk kepada audien



1.6 Metode Penelitian

Konsep yang diterapkan dalam pembuatan company profile secara interaktif ini yaitu dengan memahami keinginan perusahaan yang nantinya bertujuan untuk meperoleh minat serta simpatik audien untuk menyaksikan company profile , yang nantinya dapat ditampilkan dengan baik dan jelas saat audien menerima informasi yang disaksikan.

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. Cabang II Surabaya.

1.8 Sistematika Penulisan Laporan

Laporan kerja praktik ini terdiri dari beberapa bab dimana masing-masing bab terdiri dari berbagai sub-sub bab yang bertujuan untuk 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 masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tempat dan waktu pelaksanaan, tujuan, manfaat, metodologi, kontribusi, dan sistematika laporan.

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

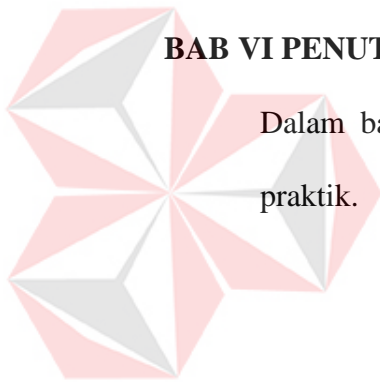
Dalam bab ini menjelaskan metode-metode kerja selama melaksanakan kerja praktik dan proses pengerjaan company profile. Dimana nantinya metode-metode ini dapat digunakan dalam proses pembuatan company profile selama kerja praktik di tempat.

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.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Pada Bab II, penulis akan menjelaskan data-data yang berkaitan dengan profil perusahaan beserta keterangan-keterangan terperinci tentang seluk beluk perusahaan.

2.1 Sejarah Instansi

PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya 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. Cabang II Surabaya dibentuk melalui proses restrukturisasi pada tahun 1991 dan semula bernama PT Scanchemie yang pada tahun 1970 memulai kegiatan produksi farmasi dalam skala besar. Seriring dengan perjalanan waktu, Perseroan melalui entitas anaknya memproduksi produk kosmetika dalam produk konsumen sejak tahun 1977.

Perusahaan ini telah menghasilkan beberapa produk yang terkenal di pasaran, seperti Vidoran Syrup, NEO rhumacyl Anti Inflammation, vitonal-ASI, bodrex, Bodrexin Tablet, bodrex Flu dan Batuk, Domedon, Mitno 4, Glicab dan beberapa produk lainnya dalam perkembangannya, PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya 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 meningkatkan laba perusahaan, PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya berencana untuk mengembangkan produk suplemen yang

merupakan kategori baru yang belum banyak dilirik oleh *competitor*. 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 II Surabaya

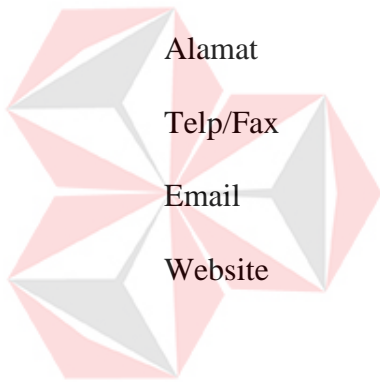
Bidang : Distributor Farmasi

Alamat : Jl.Gemblongan No. 73, Surabaya

Telp/Fax : (031)535334-35, 535336-37

Email : Pttbm0sub2@thetempogroup.com

Website : www.thetempogroup.net



UNIVERSITAS
Dinamika

2.3 Visi dan Misi

1. Visi

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

2. Misi

PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya menjadi perusahaan distribusi terkemuka dengan spesialisasi pada berbagai jalur distribusi didukung oleh rantai suplai yang handal dan pengelolaan keuangan yang sehat.

Gambar 2.1 Struktur organisasi perusahaan
PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya



2.5.1 Jabatan: Branch Manager

1. Merencanakan, mengkoordinasi, melaksanakan, mengontrol dan mengevaluasi seluruh aktivitas operasional cabang, dilaksanakan sesuai ketentuan yang telah ditetapkan oleh Management untuk mencapai sasaran perusahaan.
2. Pengendalian biaya Operating Expenses di cabang secara tepat dan benar sesuai budget yang telah disetujui management.
3. Menjaga suasana kerja di cabang sehingga proses kerja menjadi efektif dan efisien.

2.5.2 Jabatan: Branch Office Supervisor

Tugas dan Tanggung Jawab:

1. Mengontrol arus masuk/keluar uang kas perusahaan.
2. Mencapai target tagihan pelanggan

2.5.3 Jabatan: Senior Sales Supervisor

Tugas dan Tanggung Jawab:

1. Mencapai Target Sales yang telah ditetapkan oleh management.
2. Menentukan wilayah kerja serta target per salesman.
3. Memelihara hubungan baik dengan pelanggan.
4. Mengontrol dan mengevaluasi hasil kerja Salesman.

2.5.4 Jabatan: Supervisor Gudang

Tugas dan Tanggung Jawab:

1. Mengontrol arus keluar/masuk barang sesuai dengan dokumen resmi perusahaan.
2. Mengatur posisi barang dengan tertib dan teratur, sehingga pengiriman barang dapat berjalan lancar.
3. Menentukan rayon pengiriman, sehingga pengiriman barang dapat dilakukan dengan cepat dan tepat.
4. Mengadakan stock opname barang secara rutin tiap bulan.

2.6 Logo Perusahaan



Gambar 2.2 Logo perusahaan

(Sumber: PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya)

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.

BAB III

LANDASAN TEORI

Dalam Bab III, Landasan Teori, penulis akan menerangkan tentang penjelasan-penjelasan mendetail beserta sumber-sumber teoritis yang berkaitan dengan Pembuatan company profile dengan media interaktif.

3.1 Multimedia Interaktif

Multimedia interaktif dapat diartikan 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 Multimedia

Perkembangan teknologi semakin pesat, kemudahan akan informasi semakin dibutuhkan, 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 sbagai 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 konsteks, seperti yang dilakukan 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, interaksi, berkreasi dan komunikasi (Hofteer dalam Suyanto, 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-penjelasan tertentu atau yang telah ditetapkan. Interaktif juga dapat diartikan sebagai hubungan antara satu dengan yang lainnya. Interaktif sederhana dengan tingkatan kemampuan sebagai komunikasi yang memproses dimana masing-masing pesan dihubungkan dengan pesan sebelumnya. Sheizagz Refeilli (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 di atas. *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 dan Misi

Visi merupakan cita-cita yang ingin dicapai oleh usaha kita dalam jangka panjang atau dengan kata lain, perusahaan dalam periode tertentu ingin menjadi perusahaan yang seperti dikehendaki. 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 bekerja sama dengan perusahaan dapat mengetahui person in charge yang langsung berhubungan dengan mereka dalam pekerjaan ataupun masalah.

Product Value atau nilai-nilai produk/servis yang dihasilkan oleh perusahaan dapat dicerminkan oleh faktor-faktor marketing mix khususnya 7P yaitu *Product*, *price*,

promotion, placement, people, proses, dan physical evidence. Penjelasan dari masing-masing *marketing mix* adalah sebagai berikut :

1. *Product*

Strategi mengenai bagaimana produk 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 dilakukan dapat secara langsung ke konsumen atau melalui 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. *Proses*

Proses yang ditampilkan 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 mengidentifikasikan dirinya dengan pesaing/kompetitor untuk kemudian menentukan dari faktor-faktor manakah dari ketujuh marketing mix tersebut, perusahaan memiliki keunggulan dibandingkan pesaing. Setelah perusahaan berhasil mengidentifikasi posisinya maka angkatlah kelebihan tersebut sebagai “selling point” dalam company profile khususnya dari segi produk/jasa.

3.3 Image

Image merupakan terjemahan dalam bahasa inggris yang berarti gambar. Image merupakan suatu gambaran ilustrasi yang berupa foto, tulisan, grafik dan lain-lain. Untuk memproduksi suatu image dapat dilakukan dengan membuat 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 warna, dalam tulisan “*creating Color Scheme*” membuat daftar mengenai kemampuan masing-masing warna memberikan respon 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 jujuran, pengecut, pengkhianatan.
Ungu	: Spiritualis, misteri, keagungan, perubah bentuk, galak, arogan
Orange	: Energi, keseimbangan, kehangatan.
Cokelat	: Bumi, Keseimbangan, kehangatan.

- Abu-abu : Intelek. Futuristic, modis, kesenduan, merusak.
- Putih : Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, steril.
- Hitam : Kekuatan, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan, keanggunan.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB IV

METODOLOGI PENELITIAN

4.1 Prosedur Pelaksanaan Kerja Praktik

Prosedur dalam pelaksanaan kerja praktik adalah sesuai dengan prosedur pelaksanaan kerja praktik yang ditetapkan oleh Stikom Surabaya yaitu dengan beberapa tahapan penting yang harus dilakukan dalam 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. Tahap analisa ruang lingkup permasalahan, ruang lingkup dan sasaran yang akan dikembangkan, identifikasi area permasalahan yang lebih terinci, evaluasi, perumusan dan penyusunan untuk menunjang perancangan disain.
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

Dalam proses pembuatan dan mendisain karya company profile PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. ini dibutuhkan metode agar dapat merealisasikan ide awal sesuai dengan yang diharapkan dalam implementasinya. Company profile yang baik perlu dilakukan sebuah perencanaan terlebih dahulu secara seksama agar mendapatkan hasil yang maksimal.

1. Sumber Data

Sebagian besar data yang digunakan merupakan data sekunder. Data sekunder merupakan data yang 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. Cabang II Surabaya, penulis pertama-pertama 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 data mempelajari landasan teori yang berkaitan dengan company profile dengan 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 II Surabaya bagian kepala cabang selaku pemberi info tentang company profile, data produk yang dihasilkan pada perusahaan tersebut dalam pemasaran produk tersebut, data yang sudah diperoleh kemudian diolah

untuk rencana pembuatan company profile menggunakan Adobe Flash CS3 dan Adobe Photoshop CS5.

5. Dokumentasi

Dalam pengumpulan data untuk menunjang pembuatan Company Profile. Penulis melakukan dokumentasi diberbagai aktifitas karyawan pada perusahaan dalam bentuk visual dengan tujuan untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam penelitian, 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 II Surabaya yang terdapat pada Gambar 4.2, dan produk yang dihasilkan perusahaan tersebut yang terdapat pada gambar 4.1.



Gambar 4.1 Barang hasil Produksi PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.

(Sumber: PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya)



Gambar 4.2 Aktivitas Karyawan PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk.

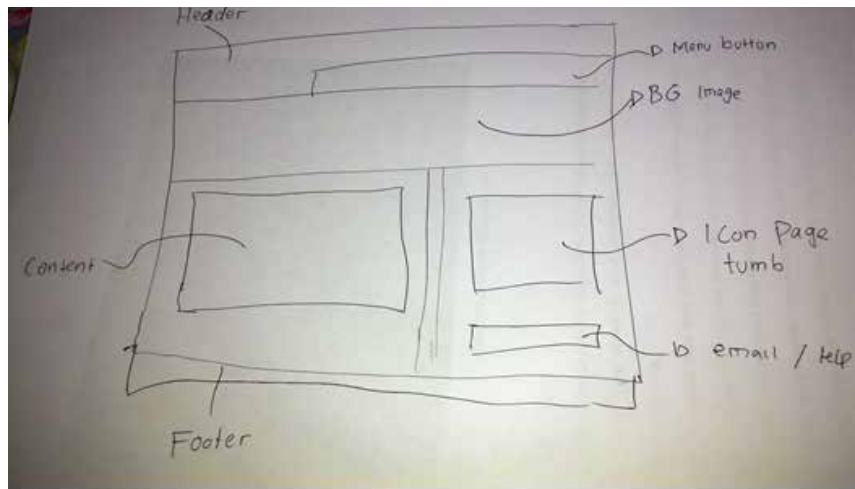
(Sumber: PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya)

6. Studi Literatur

Mengkaji tentang mengaplikasikan tentang produk-produk PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya kedalam media visual berupa company profile berbasis multimedia dengan cara interaktif dengan cara mengumpulkan data-data tentang produk perusahaan tersebut lalu diimplementasikan ke dalam Adobe Flash CS5 dan Adobe Photoshop CS5.

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

(Sumber: Olahan Penulis)

8. Company Profile

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

Untuk itu metode yang tepat dalam pembuatan company profile adalah menggunakan metode SDLC (System Development Life Cycle) yang diterapkan dalam suatu basis system 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

(Sumber: Olahan Penulis)

BAB V

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1 Konsep

Konsep yang digunakan 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 pencairan

5.2 Warna

Warna yang digunakan pada layout company profile adalah warna biru, abu-abu dan putih, warna biru pada tulisan header selaras dengan *image background* dan tulisan dengan warna abu-abu di-*header* memberikan dampak modern pada layout. Maka warna pada konten menggunakan warna standar (hitam) agar terlihat selaras dalam disain layout ini.

5.3 Font

Font yang digunakan adalah font dasar yaitu Times New Roman. Dikarenakan mudah untuk dibaca serta 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 5

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.1 adalah tampilan awal memulai menggunakan Adobe Flash CS5 untuk masuk ke pembuatan Company profile.

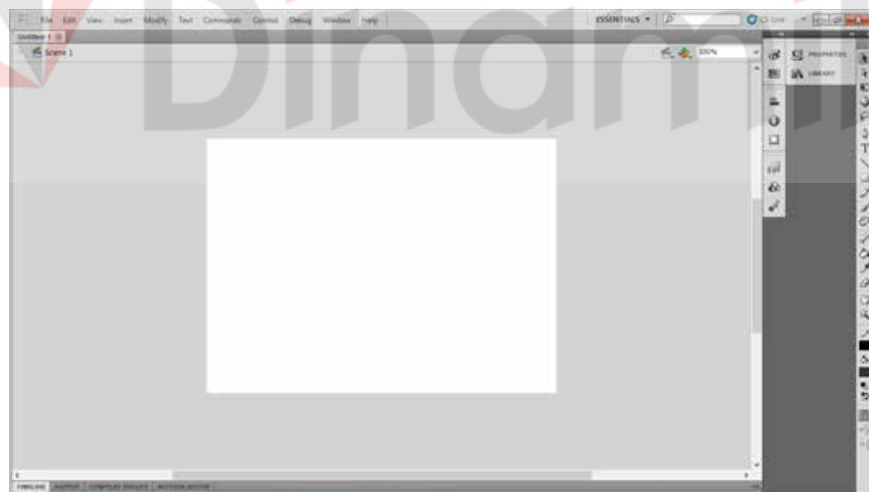
Pada gambar 5.2 menunjukan tampilan menu-menu untuk memulai pembuatan layout Company Profile dengan menggunakan versi ActionSript 2.0.

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



Gambar 5.2 Halaman menu pada Adobe flash Cs 5

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 5.3 Halaman awal pada Adobe flash Cs 5

(Sumber: Olahan Penulis)

5.5 Desain Layout



Gambar 5.4 Halaman Home pada Company Profile

(Sumber: Olahan Penulis)

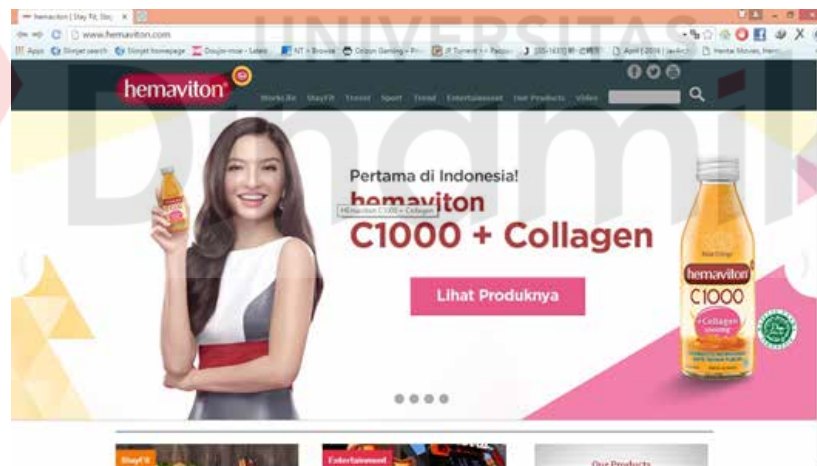
Pada Gambar 5.4 menunjukkan tampilan halaman awal pada company profile perusahaan PT TEMPO SCAN PASIFIC Tbk. Cabang II Surabaya dengan ringkasan latar belakang perusahaan tersebut bergerak.

Pada Gambar 5.5 menunjukkan pada company profile tersebut mengenalkan macam-macam jenis produk yang dipasarkan pada perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. yaitu Hemaviton, Vidoran, Bodrex, Marina, MyBaby, dan Neo Rheumacyl



Gambar 5.5 Halaman Produk perusahaan tersebut

(Sumber: Olahan Penulis)



Gambar 5.6 Halaman Home Pages tentang Produk Hemaviton

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.6 menampilkan halaman home page Hemaviton yang memberikan informasi tentang produk Hemaviton. Apabila meng-klik Gambar Hemaviton pada halaman menu produk maka akan menuju halaman tersebut.



Gambar 5.7 Halaman Home Pages tentang Produk Vidoran

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.7 menampilkan halaman situs resmi Vidoran yang menjelaskan tentang produk vidoran jika meng-klik gambar logo Vidoran yang berada di produk menu.



Gambar 5.8 Halaman Situs Resmi tentang Produk Bodrex

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.8 menampilkan halaman situs resmi Bodrex yang menjelaskan tentang produk Bodrex jika meng-klik gambar logo Bodrex yang berada di produk menu.



Gambar 5.9 Halaman Home Pages tentang Produk Marina

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.9 menampilkan halaman situs resmi Marina yang menjelaskan tentang produk Marina jika meng-klik gambar logo Marina yang berada di produk menu.



Gambar 5.10 Halaman Home Pages tentang Produk MyBaby

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.10 menampilkan halaman situs resmi MyBaby yang menjelaskan tentang produk MyBaby jika meng-klik gambar logo MyBaby yang berada di produk menu.



Gambar 5.11 Halaman Home Pages tentang Produk Neo Rheumacyl

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada gambar 5.11 menampilkan halaman situs resmi Neo Rheumacyl yang menjelaskan tentang produk Neo Rheumacyl jika meng-klik gambar logo Neo Rheumacyl yang berada di produk menu.



Gambar 5.12 Halaman Link Galery Perusahaan

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.12 menampilkan halaman Galery dimana di halaman ini terdapat kumpulan foto-foto yang ada hubungannya dengan perusahaan. Yang dapat diakses dengan meng-klik logo Galery pada menu produk.



Gambar 5.13 Halaman Galery Produk

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.13 menampilkan halaman Galery Produk dimana ada foto Katalog Produk yang diproduksi oleh perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk.



Gambar 5.14 Halaman Galery Kegiatan Sosial

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.14 Menjelaskan Foto Kegiatan Rutin Tahunan oleh PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Kegiatan Sosial di hari suci bulan puasa.



Gambar 5.15 Halaman Foto Struktur Organisasi

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.15 menjelaskan Foto struktur organisasi yang ada di PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Cabang II Surabaya dan tombol terakhir di Galery untuk Kembali ke menu Utama (Main Menu).



Gambar 5.16 Halaman Sejarah Perusahaan pada Company profile

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.16 menjelaskan tentang sejarah berdirinya perusahaan tersebut, dengan menjelaskan asal-usul awal berdirinya PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Cabang II Surabaya menjadi unggul dalam pemasaran produk di Jawa Timur.



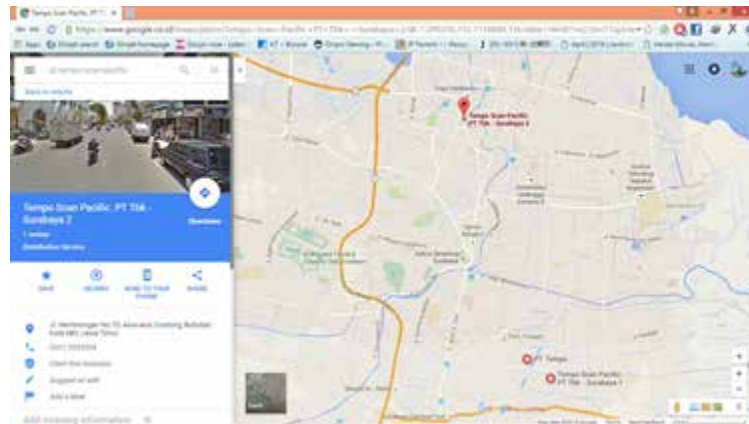
Gambar 5.17 Halaman Visi dan Misi Perusahaan
(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.17 menjelaskan tentang visi dan misi perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk. Cabang II Surabaya.



Gambar 5.18 Halaman Contact perusahaan
(Sumber: Olahan Penulis)

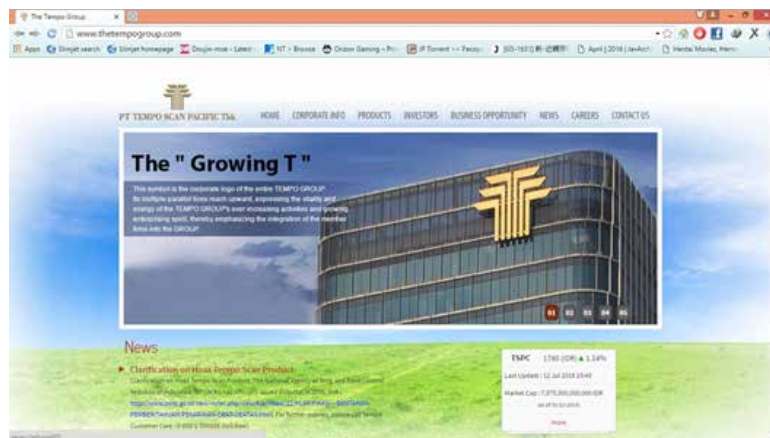
Pada Gambar 5.18 menjelaskan tentang contact perusahaan tersebut, tentang lokasi perusahaan tersebut berada dan nomor telepon yang bias dihubungi serta alamat email yang digunakan untuk mengirim email ke perusahaan tersebut.



Gambar 5.19 Halaman Maps tentang Lokasi perusahaan

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.19 menampilkan Halaman Maps dimana Lokasi PT. TEMPO SCAN PACIFIC Tbk Cabang II Surabaya berada yang dapat diakses dengan meng-klik alamat yang berada di Halaman Contact.



Gambar 5.20 Web tentang perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIK Tbk

(Sumber: Olahan Penulis)

Pada Gambar 5.20 menampilkan halaman website perusahaan PT TEMPO SCAN PACIFIC Tbk yang dapat diakses dengan meng-klik Website yang berada di Halaman Contact.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB VI

PENUTUP

Pada akhirnya, pengerjaan Laporan Kerja Praktik ini dirampungkan dan ditutup dengan pengambilan kesimpulan serta saran-saran yang didapat dari evaluasi pribadi. Kesimpulan dan saran tersebut dicantumkan pada Bab VI ini.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan implementasi di atas, maka penulis dapat menyimpulkan:

1. Penggunaan Company Profile dapat memberikan informasi seputar perusahaan dan juga produk-produk yang ditawarkan.
2. Kerja praktik di PT. TEMPO SCAN PACIFIK Tbk. Cabang II Surabaya ini memberikan pengalaman dan Ilmu yang hanya didapat pada saat kerja praktik yaitu pembuatan Company profile dengan tekni raster.
3. Dengan adanya Company Profile, kita akan mudah memberikan informasi seputar promosi perusahaan secara layak sehingga informasi yang diberikan mudah tersampaikan.

6.2 Saran

Diharapkan dengan pembuatan cd Company Profile ini dapat meningkatkan penjualan perusahaan dan diharapkan kedepan-nya penulis dapat membuat company profile dalam bentuk website.



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR PUSTAKA

Bungin,,B. 2003.*Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Rajagrafindo Persada: Jakarta.

_____. 2007.*Penelitian Kualitatif*. Presada Media Group: Jakarta.

Creswell, J. W. 1998. *Qualitatif Inquiry and Research Design*. Sage Publications, Inc: California.

Hendratman, Hendi.ST.2008. *The Magic of Macromedia Director*. Bandung:Informatika Martini. 2009. *Macromedia Director MX 2009*. Yogyakarta: ANDI.

Suyanto, M. 2003, *Multimedia alat untuk meningkatkan keunggulan bersaing*. Jakarta: Andi

Syarif, Arry Maulana. 2006. *Membuat Animasi dan Movie Interaktif dengan Macromedia Director 8.5*.Madiun:MADCOMS.

Thompson, John & Gottlieb, Sam. *Macromedia Director, Lingo Workshop*: STIKOM Library.

Weigh, Gary Ronsen. 2007. *Special Edition Using Macromedia Director 8*: STIKOM Library.

<http://ardimalaysia.trpod.com/warna.htm>. Diakses tanggal 14 Juli 2016.

<http://forumsantri.com/printthread.php?tid=563>. Diakses tanggal 15 Juli 2016.

<http://sma5bpp.blogspot.com/2011/02/raster.html>. Diakses tanggal 17 Juli 2016.