



**RANCANG BANGUN COMPANY PROFILE BERBASIS WEBSITE PADA
MILLENNIA MAKEUP ARTIST SURABAYA – SIDOARJO**

KERJA PRAKTIK



18.41010.00049

UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

**RANCANG BANGUN COMPANY PROFILE BERBASIS WEBSITE PADA
MILLENNIA MAKEUP ARTIST SURABAYA – SIDOARJO**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan

Program Sarjana

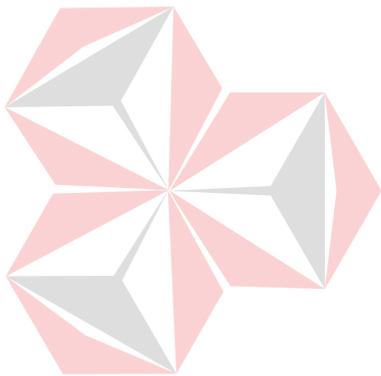
Disusun Oleh :

Nama : Kusumaningayu Indriani

NIM : 18410100049

Program : S1 (Strata Satu)

Jurusan : Sistem Informasi



UNIVERSITAS
Dinamika

FAKULTAS TEKNOLOGI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS DINAMIKA

2021

“

Tak kan ada sesuatu yang berlebihan di dunia ini jika kita mengukurnya dengan porsi rasa syukur yang diberikan sang pencipta.



UNIVERSITAS
Dinamika
pray all the time

Jangan lupa untuk selalu meminta restu dan doa kepada kedua orangtua

”

LEMBAR PENGESAHAN
RANCANG BANGUN COMPANY PROFILE BERBASIS WEBSITE PADA
MILLENIA MAKEUP ARTIST SURABAYA – SIDOARJO

Laporan Kerja Praktik Oleh

Kusumaningayu Indriani

NIM : 18410100049

Telah diperiksa, diuji dan disetujui

Surabaya, 7 Juli 2021

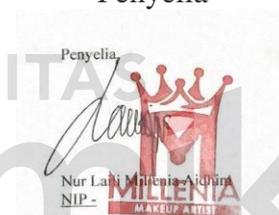
Disetujui :

Pembimbing



Digitally signed by Anjik
Sukmaaji
Date: 2021.07.10 20:36:36
+07'00'
Adobe Acrobat Reader version:
2021.005.20048

Penyelia



Penyelia
Nur Laili Millenia Aidhim
NIP -
MILLENIA
MAKEUP ARTIST

Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0731057301

Nur Laili Millenia Aidhim

Mengetahui,

Ketua Program Studi S1 Sistem Informasi

A digital signature in blue ink.

Digitally signed by Anjik Sukmaaji
Date: 2021.07.10 20:36:49 +07'00'
Adobe Acrobat Reader version:
2021.005.20048

Dr. Anjik Sukmaaji, S.Kom., M.Eng.

NIDN. 0731057301

**SURAT PERNYATAAN
PERSETUJUAN PUBLIKASI DAN KEASLIAN KARYA ILMIAH**

Sebagai mahasiswa Universitas Dinamika, saya:

Nama : Kusumaningayu Indriani
NIM : 18410100049
Program Studi : SI Sistem Informasi
Fakultas : Fakultas Teknologi dan Informatika
Jenis Karya : Laporan Kerja Praktik
Judul Karya : **RANCANG BANGUN COMPANY PROFILE BERBASIS**

**WEBSITE PADA MILLENIA MAKEUP ARTIST SURABAYA –
SIDOARJO**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa:

1. Demi pengembangan Ilmu Pengetahuan, Teknologi dan Seni, saya menyetujui memberikan kepada Universitas Dinamika Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalti Free Right*) atas seluruh isi/ sebagian karya ilmiah saya tersebut di atas untuk disimpan, dialihmediakan dan dikelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) untuk selanjutnya didistribusikan atau dipublikasikan demi kepentingan akademis dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis atau pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta
2. Karya tersebut di atas adalah karya asli saya, bukan plagiat baik sebagian maupun keseluruhan. Kutipan, karya atau pendapat orang lain yang ada dalam karya ilmiah ini adalah semata hanya rujukan yang dicantumkan dalam Daftar Pustaka saya
3. Apabila dikemudian hari ditemukan dan terbukti terdapat tindakan plagiat pada karya ilmiah ini, maka saya bersedia untuk menerima pencabutan terhadap gelar kesarjanaan yang telah diberikan kepada saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 07 Juli 2021

Yang menyatakan




Kusumaningayu Indriani

NIM. 18.41010.0049

ABSTRAK

Millenia MUA adalah salah satu make-up artist di Sidoarjo - Surabaya yang telah dikenal sejak tahun 2017 yang didirikan oleh Nur Laili Millenia Aidhim. Kelebihan Millenia MUA memiliki ciri khas make-up yang soft dan dapat mengikuti kemauan pelanggan yang memakai jasanya. Persaingan dalam dunia tata rias dapat dikatakan cukup ketat, karena terus bermunculan kompetitor baru di setiap tahunnya, sehingga dibutuhkan ciri khas dalam tatanan riasan dan busana yang menarik yang mampu menonjolkan ciri khas Millenia agar Millenia MUA dapat terus bersaing dengan kompetitornya. Media yang digunakan yaitu internet dan di dukung oleh Website untuk menunjukkan hasil pemasaran yang bersaing, dan media pendukung seperti brosur, dan merchandise.

Kata kunci : Perancangan *Company Profile* Millenia Makeup Artist



UNIVERSITAS
Dinamika

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada ALLAH SWT yang telah memberikan berupa kesehatan , kesempatan kepada penulis sehingga maampu menyelesaikan Laporan Kerja Praktik ini. Laporan ini berjudul Rancang Bangun Pembuatan Company Profile Berbasis Website. Kerja praktek ini telah penulis laksanakan dengan baik di tempat Millenia Makeup Artist yang berlokasi di Graha Kwangsan, Sedati-Sidoarjo

Tujuan utama dari Kerja Praktik ini adalah untuk memantapkan teori dan praktek yang telah dipelajari di kampus dan dapat diselesaikan dengan serta diaplikasikan di lapangan.

Dalam proses pembuatan laporan ini tak lupa saya menghaturkan sujud kepada orang tua saya yang telah banyak memberikan dorongan semangat dari awal hingga selesainya laporan ini. Juga dengan segala hormat saya ucapkan banyak terima kasih pada bapak dan ibu dosen di Universitas Dinamika

Ucapan terima kasih ini juga saya ucapkan kepada :

- 1. Bapak DR. Anjik Sukmaaji. S.Kom., M.Eng**
- 2. Dr. M.J. Dewiyani Sunarto**
- 3. Ibu Nur Laili Millenia Aidhim**

Orang tua dan teman-teman yang senantiasa mendukung penulis baik secara moril maupun materil. Saya menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan dengan segala kekurangannya. Untuk itu penulis mengharapkan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan dari laporan kerja praktek ini. Akhir kata penulis berharap, semoga laporan ini dapat bermanfaat bagi rekan-rekan demi menambah pengetahuan tentang Praktek Kerja Lapangan.

Sidoarjo , 07 Juli 2021

Kusumaningayu Indriani

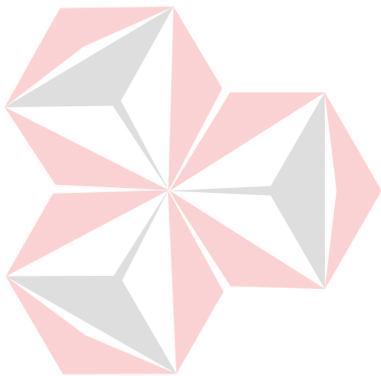
DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR GAMBAR	v
DAFTAR LAMPIRAN.....	vi
BAB I PENDAHULUAN	7
1.1 Latar Belakang	7
1.2 Rumusan Masalah	8
1.2 Batasan Masalah.....	8
1.3 Tujuan.....	8
1.4 Manfaat.....	8
1.5 Sistematika Laporan	9
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN.....	10
2.1. Sejarah Millenia Makeup Artist.....	10
2.2. Misi Millenia Makeup Artist.....	11
2.3. Tujuan Millenia Makeup Artist.....	11
2.4. Struktur Organisasi.....	11
2.5. <i>Job Description</i>	12
BAB III LANDASAN TEORI.....	15
3.1 Company Profile	15
1.1.2 Fungsi Company Profile	15
2.1.2 Isi Company Profile	15
3.2 SDLC.....	16
3.3 Marketing	16
3.4 Online Marketing	17

3.5 Digital Marketing	DAFTAR ISI	17
BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN		18
4.1 Planning.....		18
4.2 Hasil Wawancara.....		18
4.3 Analisis.....		19
4.4 Solusi TI		20
4.5 Evaluasi dan Pembahasan		21
1.1.2 Evaluasi.....		21
2.1.2 Pembahasan.....		21
4.6 Desain.....		22
4.7 Implementasi		29
BAB V PENUTUP.....		34
5.1 Kesimpulan.....		34
5.2 Saran.....		34
DAFTAR PUSTAKA		35
LAMPIRAN.....		36



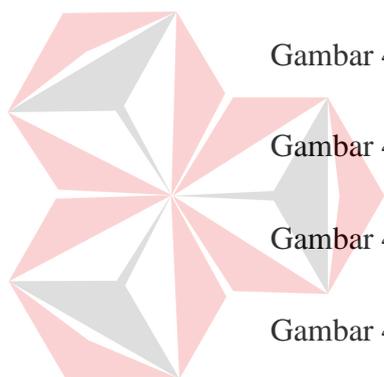
DAFTAR ISI



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR GAMBAR

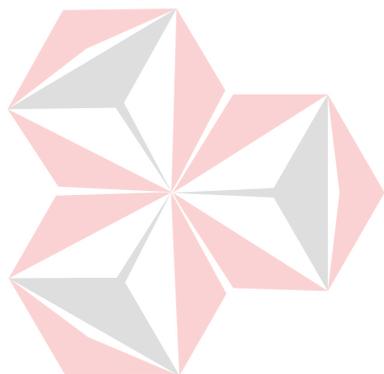
Gambar 4.1 Flowchart Proses Bisnis	20
Gambar 4.2 Sitemap	22
Gambar 4.3 Rancangan interface Halaman Home	23
Gambar 4.4 Rancangan interface Halaman Tentang Kami	24
Gambar 4.5 Rancangan interface Halaman Layanan Pricelist	25
Gambar 4.6 Tampilan halaman Syarat dan Ketentuan	26
Gambar 4.7 Rancangan interface Halaman Gallery	27
Gambar 4.8 Rancangan interface Halaman Kontak Kami	28
Gambar 4.9 Tampilan halaman Utama	29
Gambar 4.10 Tampilan halaman Tentang Kami	30
Gambar 4.11 Tampilan halaman Layanan Pricelist	30
Gambar 4.12 Tampilan halaman Syarat dan Ketentuan	31
Gambar 4.13 Tampilan halaman Gallery	32
Gambar 4.14 Tampilan halaman Kontak Kami	32



UNIVERSITAS
Dinamika

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Balasan Perusahaan.....	36
Lampiran 2. Form KP-5 Acuan Kerja.....	37
Lampiran 3. Form KP-5 Garis Besar Rencana Kerja Mingguan.....	38
Lampiran 4. Form KP-6 Log Perubahan.....	39
Lampiran 5. Form KP-7 Kehadiran Kerja Praktik.....	40
Lampiran 6. Kartu Bimbingan Kerja Praktik.....	41
Lampiran Biodata Mahasiswa.....	42



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Teknologi informasi pada saat ini menjadi bagian yang sangat penting di dalam kehidupan manusia. Hal tersebut didasarkan pada perkembangan zaman menuju arah yang lebih modern dan dinamis. Dengan demikian, maka segala sesuatu hal dituntut untuk dilakukan lebih cepat untuk bisa mengimbangi dari perkembangan zaman pada saat ini. Selain itu, keakuratan sangat mutlak diperlukan guna untuk mencapai hasil yang diinginkan.

Jasa Makeup Artist merupakan jasa yang berperan untuk mengubah penampilan klien menggunakan bahan dan peralatan kosmetik. Seorang Makeup Artist harus menguasai berbagai teknik merias, seperti shading, contouring, blending, tightline, dan lainnya. Teknik merias diperlukan agar bisa memenuhi ekspektasi klien. Pekerjaan ini juga membutuhkan cita rasa dan kepekaan untuk memilih gaya yang akan menjadi tren. Seorang Makeup Artist profesional biasanya punya ciri khas dalam goresan yang dilukiskan di wajah klien, sehingga riasan yang ditampilkan berkarakter.

Millenia Makeup Artist ini merupakan sebuah jasa Makeup Artist yang bergerak di bidang pelayanan tata rias wajah dalam moment dan acara tertentu. usaha ini bersaing untuk memberikan hasil yang memuaskan untuk para pelanggan.

Persaingan pasar global telah mendorong Millenia Makeup Artist untuk tetap berkomitmen dalam memberikan pelayanan kepada klien dalam hal tata rias wajah dengan karakter yang diinginkan klien. Hanya saja metode pemasaran yang dilakukan masih dengan cara menyebarkan brosur maupun informasi dari mulut ke mulut yang menyebabkan metode pemasaran yang digunakan tidak berkembang dengan pesat.

Dengan adanya teknologi informasi, segala proses yang biasa dilakukan manusia dapat menjadi lebih mudah dan lebih cepat. Adapun salah satu manfaat

yang dapat dirasakan dari perkembangan teknologi ini yaitu dari cara penyampaian informasi kepada masyarakat dimanapun mereka berada, tentunya dengan bantuan jaringan internet. Dari penjelasan uraian di atas, penyampaian dan penyebaran informasi dapat dilakukan dengan cara menampilkan informasi tersebut kedalam sebuah *website*. Dengan

begitu masyarakat hanya perlu mengakses *website* untuk mendapatkan informasi tentang apa yang ingin diketahui.

Dengan permasalahan yang ada maka Millenia Makeup Artist berencana untuk membuat suatu aplikasi berbasis *web* yang nantinya akan digunakan sebagai sarana pemasaran untuk memperkenalkan jasa yang akan ditawarkan. *Web* akan sangat membantu untuk para calon klien yang akan menggunakan jasa Millenia Makeup Artist. *Web* berjenis *Company Profile* yang akan dibangun oleh Millenia Makeup Artist. *Company Profile* merupakan *web* yang memberikan informasi tentang *profil* serta layanan jasa yang akan ditawarkan .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang ada, yaitu bagaimana cara merancang bangun model pemasaran pelayanan jasa Makeup Artist berbasis *Web* dalam bentuk *Company Profile* yang dinamis.

1.2 Batasan Masalah

Agar penyusunan kerja praktek ini tidak keluar dari pokok permasalahan yang dirumuskan, maka ruang lingkup pembahasan dibatasi pada :

1. Bagaimana cara mengembangkan sistem *Company Profile* pada Millenia MUA

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan dan Batasan masalah diatas, maka tujuan dalam pembuatan *company profile* ini adalah menampilkan profil perusahaan dan jasa yang ditawarkan dari Millenia MUA.

1.4 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dalam pembuatan *company profile* ini adalah sebagai berikut :

- a. Bagi Mahasiswa

Manfaat bagi mahasiswa dengan adanya pembuatan *company profile* ini adalah dapat memahami sistem kerja yang ada diperusahaan dan dapat menerapkan dan mengembangkan ilmu yang sudah dipelajari selama perkuliahan dengan kerja praktek ini serta dapat menambahkan pengetahuan

untuk mempersiapkan diri dengan baik dan praktis, untuk menghadapi dunia pekerjaan.

b. Bagi Perusahaan

Manfaat yang didapatkan bagi perusahaan maupun umkm ini adalah untuk mempermudah pelanggan-pelanggan dari Millenia Makeup Artist dalam mencari informasi.

c. Bagi Akademik

Manfaat yang didapat bagi akademik sebagai perguruan tinggi adalah sebagai bahan masukan untuk mengevaluasi sampai sejauh mana kurikulum yang telah diterapkan dengan kebutuhan tenaga kerja di dalam bidangnya.

1.5 Sistematika Laporan

BAB I: PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan tentang latar belakang dari “Millenia Makeup Artist”

BAB II: GAMBARAN UMUM INSTANSI

Bab ini membahas mengenai sejarah perusahaan, tujuan perusahaan, struktur organisasi, serta deskripsi tugas dari masing-masing bagian yang bersangkutan.

BAB III: LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan tentang teori-teori yang berhubungan dengan kerja praktik yang dilakukan dan menjadi acuan dalam penyelesaian masalah yang dihadapi.

BAB IV: DESKRIPSI PEKERJAAN

Bab ini menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam pembuatan sistem yang akan digunakan untuk menyelesaikan masalah.

BAB V: PENUTUP

Bab ini membahas tentang kesimpulan dari seluruh isi laporan dan saran yang bisa diberikan terkait dengan pengembangan sistem di masa mendatang.

BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1. Sejarah Millenia Makeup Artist

Menurut Millenia (2017), tata rias wajah atau yang biasa dikenal dengan sebutan makeup sekarang ini telah menjadi bagian dari rutinitas kehidupan masyarakat modern khususnya bagi kaum wanita. Penggunaan tata rias wajah sendiri sudah berkembang menjadi suatu kebutuhan untuk mempercantik diri, menunjukkan jati diri dan kepribadian, serta untuk mengikuti perkembangan mode terutama di dunia entertainment dimana berkumpulnya para profesional make-up artist. perlu diketahui, bahwa penggunaan tata rias wajah bukan hanya dapat dilakukan oleh seorang professional makeup artist (MUA) saja. Wanita biasa pun dapat menggunakan tata rias wajah guna menunjukkan kepedulian terhadap penampilannya, dalam memenuhi aktivitas kehidupannya sehari-hari layaknya seorang professional makeup artist (MUA).

Namun penggunaan tata rias wajah ini pun memiliki tahapan tertentu yang tidak boleh disepelekan. Penggunaan tata rias wajah dengan memperhatikan tahapan yang benar akan membantu mendapatkan hasil kecantikan yang optimal, tanpa merusak kulit wajah penggunanya, karena itu sangatlah penting untuk menggunakan produk dan peralatan kosmetik yang sesuai dengan jenis kulit dan dengan memperhatikan bentuk wajahnya. Penggunaan tata rias wajah dengan tidak memperhatikan jenis kulit dan bentuk wajah ini akan berdampak negatif bagi kesehatan kulit, seperti munculnya jerawat, kulit mengelupas, bahkan timbulnya komedo. Saat ini khususnya di Indonesia sudah 12 banyak berkembang jasa yang ditawarkan oleh para professional makeup artist untuk memenuhi kebutuhan setiap wanita akan ketergantungannya terhadap tata rias wajah. Tata rias wajah yang mereka tawarkan bervariasi mulai dari penggunaan tata rias wajah untuk keperluan dunia entertainment, pernikahan, acara pesta, pesta kostum, seni, bahkan tata rias wajah untuk sehari-hari.

Ketergantungan yang sangat tinggi terhadap pemakaian tata rias wajah datang khususnya dari wanita dewasa muda. Mereka sudah mulai mengikuti mode, ingin tampil

cantik dan mulai ingin menunjukkan jati diri serta kepribadiannya, serta mereka pun beranggapan untuk selalu memiliki produk peralatan kosmetik luar negeri yang ternama dibandingkan produk dalam negeri. Berbagai cara mengenai penggunaan tata rias wajah pun sudah banyak mereka lakukan. Baik dengan mengikuti kursus yang memakan biaya yang relative ekonomis hingga yang paling mahal, bahkan dengan menggunakan produk kosmetik ternama luar negeri terbaik dan termahal.

Melalui hasil riset yang telah didapatkan oleh Millenia MUA, munculah ide untuk menciptakan suatu jasa untuk membantu para wanita yang ingin mendapatkan hasil tata rias yang langsung dilakukan oleh ahlinya. Sehingga untuk para wanita tidak lagi kesusahan dan kesulitan dalam melakukan tatanan rias untuk acara-acara tertentu.

2.2. Misi Millenia Makeup Artist

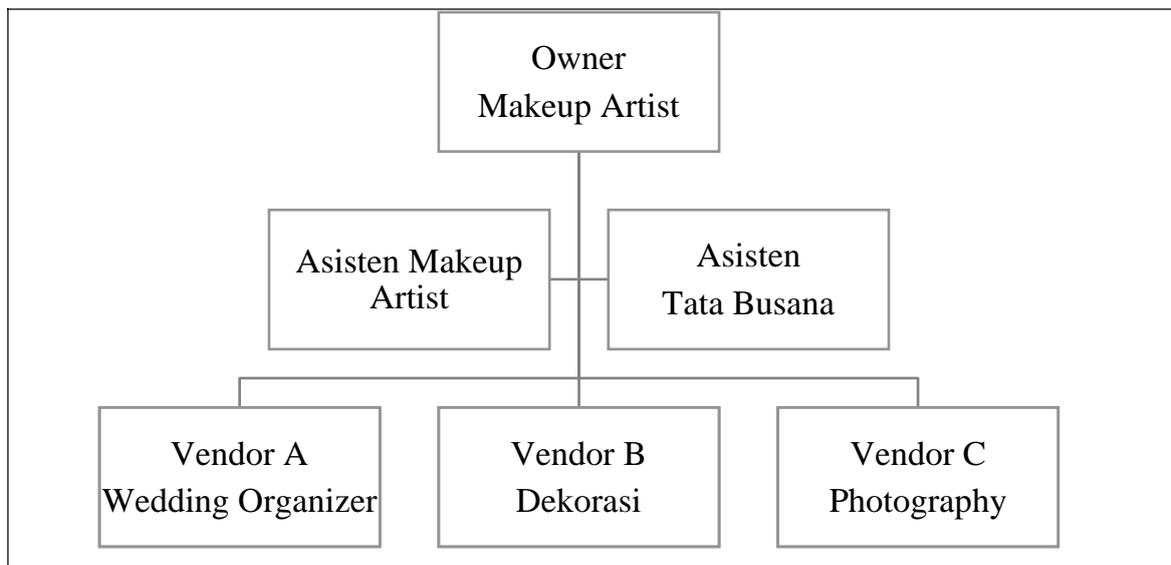
Meningkatkan skill makeup untuk klien yang sedang belajar didalam sanggar dan juga selalu membuat pelayanan yang sebaik dan senyaman mungkin untuk menjadikan hasil riasan yang diinginkan client

2.3. Tujuan Millenia Makeup Artist

Adapun tujuan dari Millenia Makeup Artist ini Mewujudkan pernikahan impian setiap calon pengantin dengan hasil makeup yang berkualitas serta mengenakan busana pengantin terbaik sehingga memberikan tingkat kepuasan terhadap calon mempelai di hari bahagia, serta menjadi MakeUp Artist pilihan nomer 1 di Surabaya dan seluruh Indonesia

2.4. Struktur Organisasi

Adapun struktur yang dimiliki oleh Millenia Makeup Artist sebagai berikut



Gambar 2.1 Struktur Organisasi

2.5. *Job Description*

Berikut ini merupakan *Job Description* yang ada pada Millenia MUA Sidoarjo - Surabaya:

1. Owner Millenia Makeup Artist
 - a. Melakukan perubahan klient dengan tatanan riasanan ciri khas Millenia MUA atau sesuai permintaan klient.
 - b. Menyamarkan bagian wajah yang kurang sempurna, dan menonjolkan bagian wajah tertentu sesuai dengan instruksi pelanggan.
 - c. Pemilihan warna, corak, tekstur kosmetik yang optimal sesuai dengan jenis penampilan
 - d. Melakukan tatanan busana dan rambut sekaligus hijab bagi yang berkerudung.
 - e. Koreksi dan perbaikan visual dari kontur wajah melalui riasan yang dipilih dan diterapkan dengan benar

2. Asisten Makeup Artist Millenia MUA

- a. Membawa koper, menyiapkan alat makeup, membersihkan & merapikan alat makeup, dll.
- b. Membantu MUA pada saat merias wajah client.
- c. Memperhatikan ketelitian pada riasan
- d. Memberikan semangat pada klient tentang hal-hal riasan ataupun makeup yang diperkukan untuk sehari-hari

3. Asisten Tata Busana Millenia MUA

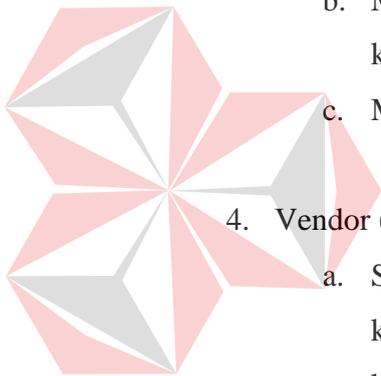
- a. Membantu klient agar mendapatkan suatu ciri atas pribadi klint.
- b. Membantu memberikan saran adanya baju yang akan dikenakan klient sehingga mampu menonjolkan karakter pribadi.
- c. Membantu memberi fasilitas dan membantu gerak klient

4. Vendor (A) Wedding Organizer

- a. Sebagai perencana, yaitu memberi usulan dan masukan tentang konsep acara, biaya, venue, vendor-vendor seperti dekorasi, katering, foto dan video, multi-media, MC, dan lainnya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan calon pengantin.
- b. Sebagai koordinator, yaitu mengkoordinasi seluruh pihak yang terlibat di pesta pernikahan, mulai dari calon mempelai, keluarga, para vendor dan pengisi acara, termasuk pengaturan jadwal *technical meeting*, dan gladi bersih.
- c. Membuat *rundown* acara secara keseluruhan dan membentuk tim professional untuk mengatur jalannya pesta pernikahan mulai dari persiapan, gladi bersih, sampai acara selesai.

5. Vendor (B) Dekorasi

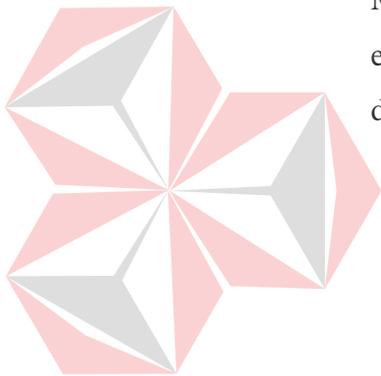
- a. Mengatur dan menata ruangan atau tempat kegiatan.



- b. Menyiapkan dekorasi ruang dan panggung yang digunakan untuk acara sesuai yang diinginkan klient
- c. Menyesuaikan warna tatanan dekorasi sehingga menyatu dengan riasan dan busana yang dikenakan klient

6. Vendor (C) Photography

- a. Menyiapkan alat dokumentasi sesuai dengan kebutuhan
- b. Mendokumentasikan setiap peristiwa yang dianggap perlu
- c. Mengedit hasil liputan sehingga diperoleh hasil yang bagus dan tidak mengecewakan
- d. Memberikan hasil dokumentasi kepada pihak yang membutuhkan. Memberikan ekspresi ceria kepada klient agar klient ikut merasakan ekspresi yang diberikan sehingga menghasilkan jepretan dan dokumentasi yang sempurna.



UNIVERSITAS
Dinamika

BAB III

LANDASAN TEORI

3.1 Company Profile

Company profile adalah produk tulisan praktisi 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 (Kriyantono, 2009).

Menurut Agustrijanto (2001) *Company profile* atau profil perusahaan yaitu gambaran umum mengenai diri suatu perusahaan yang hendak melakukan serangkaian promosi terpadu melalui sebuah buku atau media lain.

1.1.2 Fungsi Company Profile

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

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

2.1.2 Isi Company Profile

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

- a. Sejarah perusahaan, mencakup antara lain pendiri perusahaan, jajaran direksi, asal muasal dan proses perkembangan.
- b. Alamat, jika ada cabang disertakan karena semakin banyak cabang perusahaan di beberapa wilayah menunjukkan jalur distribusi yang
- c. merata. Pada akhirnya mencerminkan kebersamaan dan prestise perusahaan.
- d. Visi, misi strategi perusahaan, termasuk komitmen perusahaan untuk meraih kemajuan. Ini menunjukkan bahwa operasional perusahaan dilakukan tidak sembarangan, tetapi melalui perencanaan yang matang dan berkesinambungan.

- e. 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.
- f. 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.
- g. Deskripsi tentang produk-produk dan jasa utama yang ditawarkan program pengembangan dimasa mendatang

3.2 SDLC

Menurut Rosa dan Shalahudin (2015:26) menyimpulkan bahwa : SDLC atau *software development life cycle* atau sering disebut *system development life cycle* adalah proses mengembangkan atau mengubah suatu sistem Perangkat lunak dengan menggunakan model-model dan metodologi yang digunakan orang untuk mengembangkan sistem perangkat lunak sebelumnya.

3.3 Marketing

Menurut Grönroos (2009, p351) Marketing adalah tentang manajemen pelanggan. Pemasaran harus menjalin relasi antara perusahaan dengan pelanggan dalam setiap hari sehingga terdapat nilai tambah di setiap prosesnya. Jika hal ini dilakukan dengan sukses, sebagai imbalannya perusahaan harus mampu menangkap peluang yang akan dihasilkan yaitu hubungan dengan pelanggan. Manajemen pelanggan adalah tentang membuat pelanggan membeli serta memastikan bahwa mereka puas dengan apa yang mereka bayar dan itu sudah cukup besar sehingga mereka menyimpannya dan akhirnya berkembang menjadi pelanggan yang setia. Dengan kata lain, menjanjikan apa yang produk dapat lakukan bagi pelanggan dalam menciptakan hasil dari kegunaan 10 produk haruslah berhasil, dan lebih jauh lagi, harapan yang diciptakan pada janji-janji harus dipenuhi.

Menurut Madura (2001, p13), marketing adalah cara bagaimana produk (jasa) dikembangkan, diberi harga, didistribusikan, dan dipromosikan kepada pelanggan.

Menurut Mohammed, el al.(2003, p3), marketing adalah suatu proses. Sebuah proses dalam melakukan aktivitas dengan metode yang berkelanjutan. Pada umumnya menggunakan berbagai macam cara atau kegiatan operasi.

3.4 Online Marketing

Menurut Chen-Ling, & Lie, dalam jurnal *Journal of American Academy of Business* (2006, p296), marketing adalah Proses memasarkan produk dan layanan kepada pelanggan dengan menggunakan media *web*. Promosi, Iklan,. Pengguna internet marketing dapat dengan mudah mengakses informasi dimana saja dengan komputer yang terhubung ke internet.

Menurut El-Gohary (2010, p216), Pemasaran Elektronik (E-Marketing) dapat dipandang sebagai sebuah filosofi baru dan praktek bisnis moderen yang terlibat dengan pemasaran barang, jasa, informasi dan ide melalui internet dan elektronik lainnya.

Menurut Mohammed, et al. (2003,p4), internet marketing adalah sebuah proses untuk membangun dan memelihara hubungan dengan pelanggan melalui kegiatan secara online sebagai sarana untuk pertukaran pendapat, produk, dan jasa sehingga dapat mencapai tujuan bersama kedua kelompok.

3.5 Digital Marketing

Digital Marketing membantu sebuah perusahaan dalam mempromosikan dan memasarkan produk mau- pun jasa yang mereka punya. Digital Marketing juga dapat membuat atau membuka pasar-pasar baru yang sebelumnya tertutup karena adanya keterbatasan waktu, cara komunikasi, maupun jarak.

- h. Menurut Heidrick dan Struggless (2016:1) “perkembangan dari digital Marketing melalui *web*, telepon genggam, dan perangkat games, menawarkan akses baru periklanan yang tidak digembor – gemborkan dan sangat berpengaruh”. Jadi mengapa para marketer di seluruh Asia tidak mengalihkan penggunaan budget dari marketing tradisional seperti TV, radio, dan media cetak ke arah media teknologi baru dan media yang lebih interaktif.

BAB IV

DESKRIPSI PEKERJAAN

4.1 Planning

Penulis ditempatkan kerja praktik di UMKM Millenia Makeup Artist pada bagian marketing yang berlokasi di Sidoarjo, Jawa Timur. Tugas yang didapatkan yaitu membuat *Company profile* pada Millenia Makeup Artist, langkah pertama yang diambil yaitu melakukan pengenalan terhadap perusahaan dan melakukan empat tahapan identifikasi permasalahan yang terdiri dari wawancara, analisis, solusi TI, dan implementasi atau pembahasan. Tahapan selanjutnya melakukan wawancara pada proses bisnis kepada Ibu Millenia Nur ditempat, tahap kedua melakukan analisis pada hasil wawancara dengan tujuan peninjauan dan pemahaman proses bisnis yang telah dilakukan pada Millenia Makeup Artist segala proses yang berhubungan dengan langkah-langkah yang diambil untuk mempromosikan Umkm tersebut, langkah selanjutnya penulis memberikan sebuah solusi untuk melakukan hasil yang telah didapatkan dan langkah terakhir yaitu sebuah implementasi yang akan dilakukan setelah mendapatkan hasil akhir dari sebuah analisis yang didapatkan.

4.2 Hasil Wawancara

Sebelum melakukan analisis pada umkm Millenia Makeup Artist penulis melakukan wawancara, wawancara tersebut dilakukan untuk mengetahui bagaimana cara mendapatkan hasil data untuk memenuhi kebutuhan system yang akan dibuat. Berdasarkan hasil wawancara yang telah diajukan dan terkumpulnya hasil data dari wawancara dapat disajikan sebagai berikut :

1.	Bagaimana alur dari sebuah proses bisnis yang telah berlangsung ?	Ketika ada sebuah pameran yang bertema sama dengan umkm yakni tatarias pengantin. umkm akan menitipkan sebuah brosur kepada team penjaga pameran yang tengah berlangsung sehingga client yang berminat akan mendatangi ruko lokasi Millenia MUA.
----	---	--

2.	Brosur yang dirangkai apakah sudah mencantumkan harga dan paket yang telah disediakan?	Brosur yang dibagikan hanya terdapat beberapa informasi saja, terutama lokasi studio dan beberapa foto hasil dari riasan yang telah dipercayai client.
3.	Langkah selanjutnya untuk pembuatan company profile ini, apa saja yang ingin dicantumkan didalam <i>website</i> ?	Meliputi Umkm Millenia MUA, meliputi paket wedding yang disediakan, lokasi dan akun yang dapat dihubungi.
4.	Tema seperti apa yang diinginkan untuk <i>website</i> yang akan dikerjakan?	Tema dapat dilihat dengan anggun dengan sentuhan sebuah warna yang mendasari identik perempuan. Namun masih terkesan modern.
5.	Apakah team dari konten creator Millenia MUA dapat mengoperasikan dan mendasari sebuah computer?	Bisa untuk mengatur jadwal, dan hanya sedikit bimbingan.

4.3 Analisis

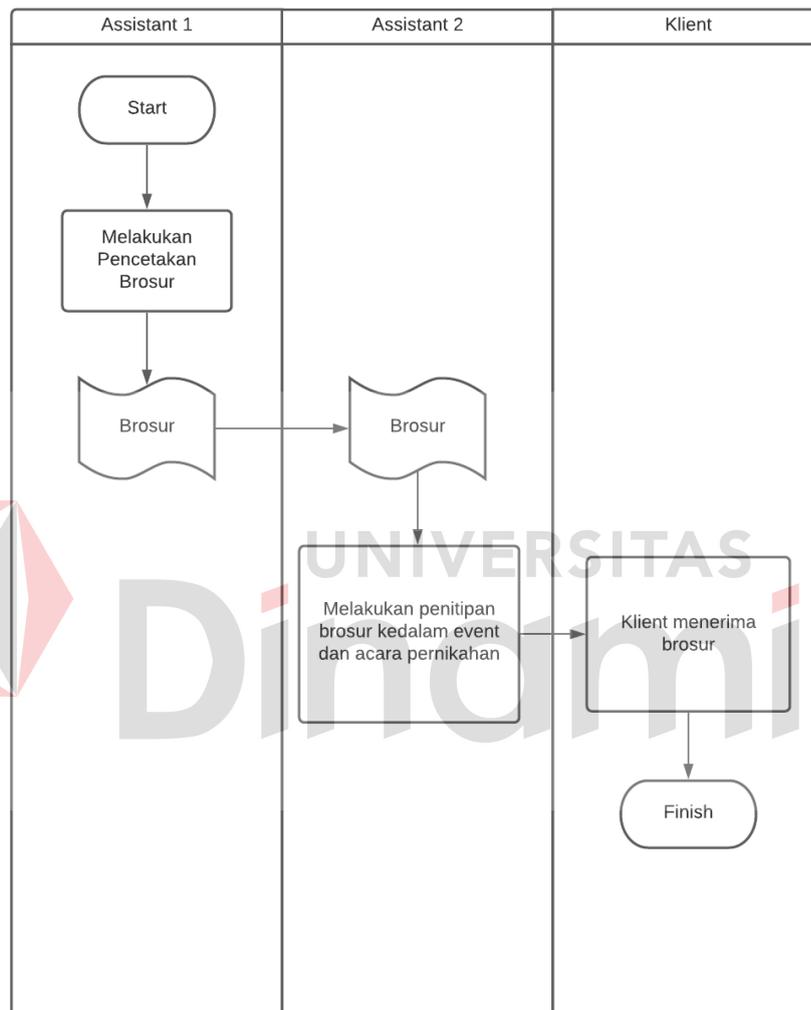
Setelah melakukan wawancara dilapangan berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan didapatkan bahwa perusahaan masih menggunakan media cetak atau berupa brosur untuk mengenalkan jasa mereka, dikarenakan informasi yang diberikan brosur tidak terlalu lengkap, dan perusahaan Millenia Makeup Artist juga belum mempunyai media yang mendukung untuk memperkenalkan umkm tersebut kepada masyarakat

Adapun alur proses penyampaian kepada klient sampai dengan pembokingan tanggal yang resmi, proses ini dilakukan dengan cara memberikan brosur dengan Langkah-langkah sebagai berikut :

1. Assistant Mua melakukan pancetakan brosur.
2. Kemudian Assistant melakukan pembagian brosur di setiap event dan di setiap acara pernikahan.

3. Klient menerima brosur disetiap acara.
4. Klient menerima brosur.

Dibawah ini merupakan Langkah-langkah proses penyampaian brosur kepada klient dalam bentuk flowchart



Gambar 4.1 Flowchart Proses Bisnis

4.4 Solusi TI

Memberikan solusi TI dan menentukan konsep yang akan digunakan untuk membuat *Company profile* dapat diambil dari hasil melakukan observasi dan wawancara mendalam pada perusahaan tersebut. maka dari itu konsep yang digunakan adalah berhubungan dengan teknologi yaitu. Dengan konsep modern dan

nuansa identik menunjukkan sisi kelembutan perempuan ini sangat cocok untuk Millenia Makeup Artist sebagai media promosi umkm berbasis teknologi.

Dengan memberikan solusi untuk menambahkan tema modern bertujuan untuk berani bersampingan dengan pesaing lainnya yang belum memiliki kriteria tersendiri dari umkm yang di didirikan dan juga masih terkesan mewah meskipun dengan tampilan elegan yang diberikan dari tampilan *web* Millenia Makeup Artist.

4.5 Evaluasi dan Pembahasan

1.1.2 Evaluasi

Berdasarkan pengamatan yang telah penulis lakukan didapatkan bahwa brosur masih memiliki kekurangan dalam memberikan informasi layanan jasa yang ditawarkan Millenia Makeup Artist, sehingga klient harus mendatangi studio untuk mengetahui paket layanan jasa yang ditawarkan.

2.1.2 Pembahasan

Sebelum membuat *website*, hal pertama yang akan dikerjakan adalah melakukan pembuatan layout untuk ditampilkan pada halaman *web*. Berdasarkan hasil wawancara tentang proses bisnis Millenia Makeup Artist, dapat diketahui bahwa sampai saat ini untuk media pemasaran kepada klient masih menggunakan penyebaran brosur.

Dari proses bisnis di atas telah diketahui permasalahan yang ada yaitu media pemasaran yang tidak berjalan dengan efisien dan juga memerlukan pengeluaran yang tinggi untuk mencetak sebuah brosur yang akan di sebarakan.

Berdasarkan permasalahan yang terjadi dibutuhkan sebuah *Company profile* pada Millenia Makeup Artist. Dengan adanya *web* ini setiap klient akan mengetahui detail informasi umkm dengan cepat dan efisien tanpa harus mendatangi lokasi studio secara langsung.

Didapatkan gambaran apa saja yang akan ditampilkan pada halaman *website* Millenia Makeup Artist seperti halaman beranda yang berisi tentang informasi perusahaan, halaman tentang kami yang berisi informasi visi dan misi serta team yang akan bertugas, halaman layanan pricelist wedding berisi

informasi tentang paket dan harga yang include dengan segala macam jenis layanan tata rias, halaman syarat dan ketentuan yang berisi tentang syarat yang harus di lakukan dan ketentuan yang sudah disepakati bersama, halaman gallery berisi tentang foto foto klient, halaman kontak kami berisi tentang informasi lokasi dan kontak dari admin perusahaan.

Dari hasil pembahasan yang dilakukan, penulis dapat menggambarkan site map yang akan digunakan untuk tampilan pada *web* sebagai berikut :

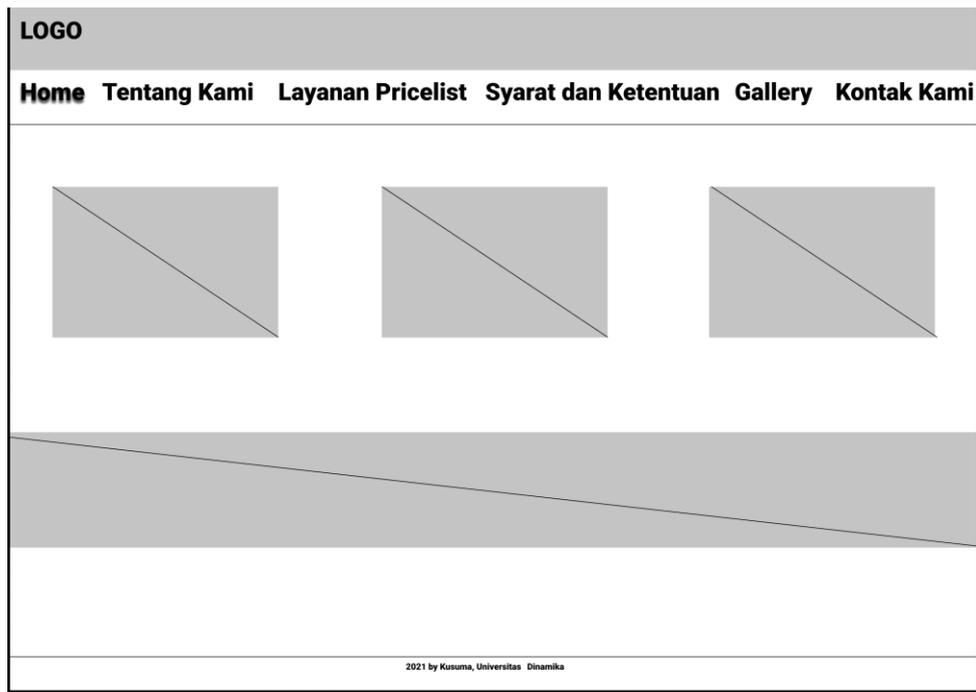


Gambar 4.2 Sitemap

4.6 Desain

Dari hasil pembahasan dan rancangan sitemap yang telah disetujui, maka langkah selanjutnya membuat desain interface yang memudahkan komunikasi antara pembaca halaman *website* dengan perusahaan. Berikut adalah rancangan desain interface yang terdapat pada setiap halaman yang telah diklarifikasikan:

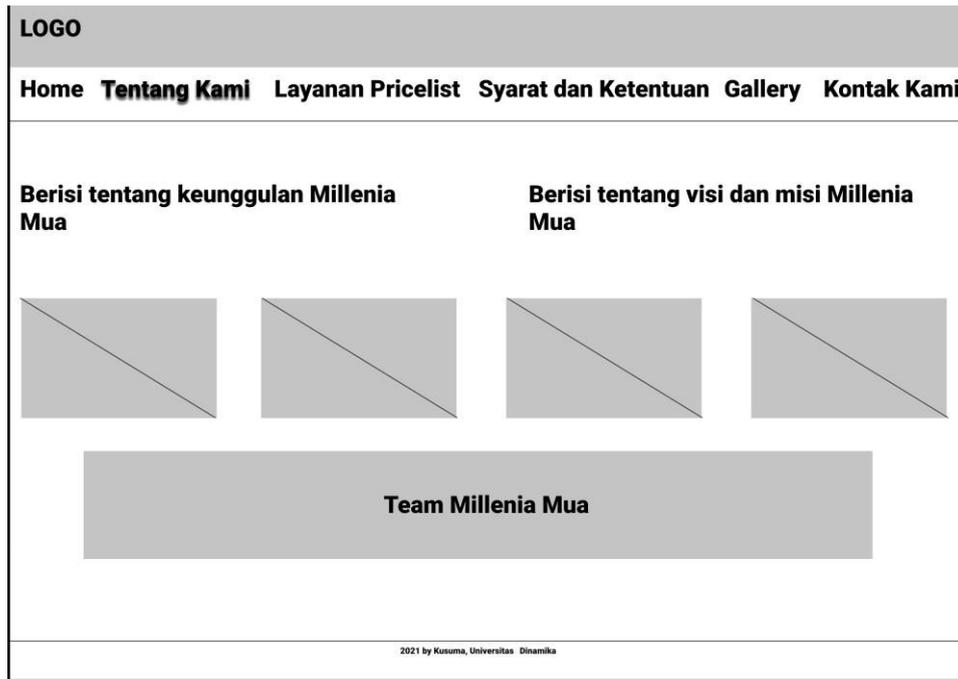
1. Rancangan desain interface Halaman Home (Gambar 4.3)
2. Rancangan desain interface Halaman Tentang Kami (Gambar 4.4)
3. Rancangan desain interface Halaman Layanan Pricelist (Gambar 4.5)
4. Rancangan desain interface Halaman SK (Gambar 4.6)
5. Rancangan desain interface Halaman Gallery (Gambar 4.7)
6. Rancangan desain interface Halaman Kontak Kami (Gambar 4.8)



Gambar 4.3 Rancangan interface halaman home

Halaman Home pada gambar 4.3 berisi menu sebagai berikut :

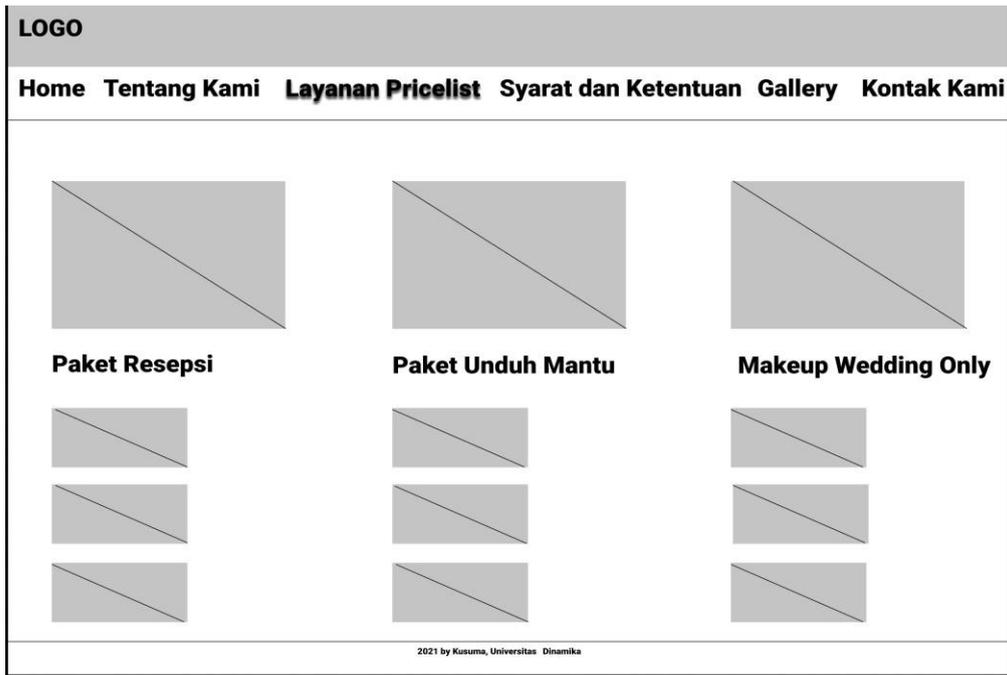
1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu home berisi tentang kalimat-kalimat anggun yang terdapat pada foto.
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah *website*. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.



Gambar 4.4 Rancangan interface halaman Tentang Kami

Halaman Tentang kami pada gambar 4.4 berisi menu sebagai berikut :

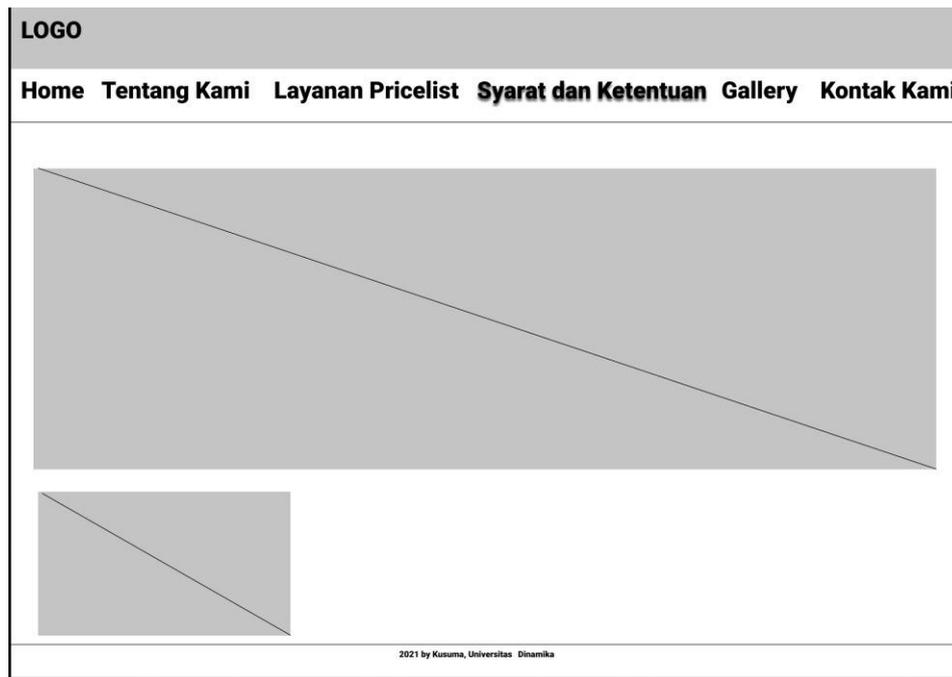
1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu Tentang kami berisi tentang informasi profil Millenia Makeup Artist yang terdiri dari pengenalan team Millenia dan keunggulan serta layanan
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah *website*. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.



Gambar 4.5 Rancangan interface halaman Layanan Pricelist

Halaman Layanan Pricelist pada gambar 4.5 berisi menu sebagai berikut :

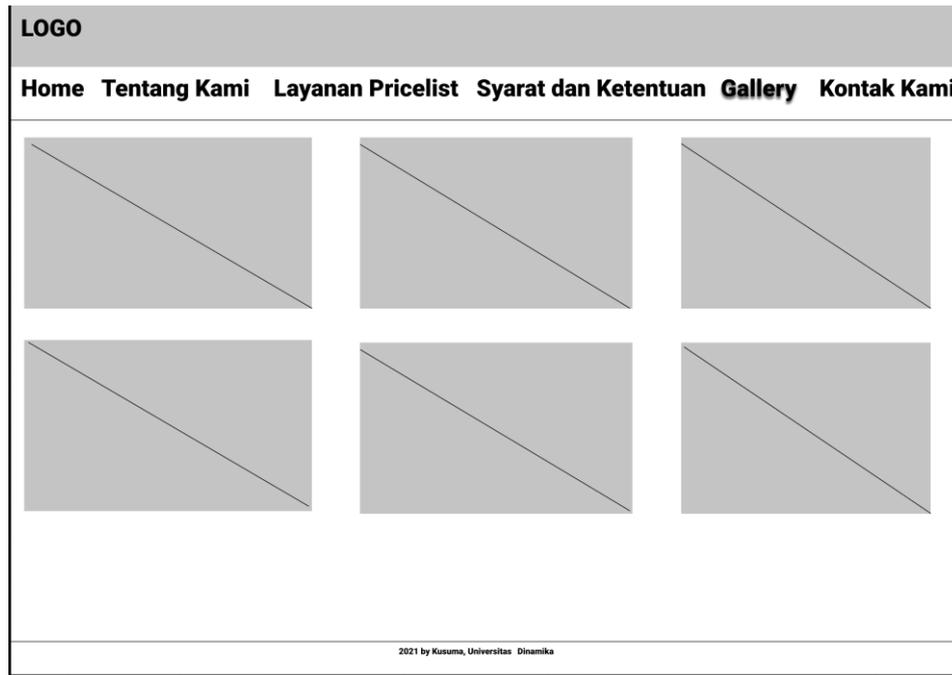
1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu Layanan Pricelist berisikan informasi tentang paket wedding yang ditawarkan oleh pihak Millenia yang terdiri dari beberapa paket.
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah *website*. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.



Gambar 4.6 Rancangan interface halaman SK

Halaman Syarat dan Ketentuan pada gambar 4.6 berisi menu sebagai berikut :

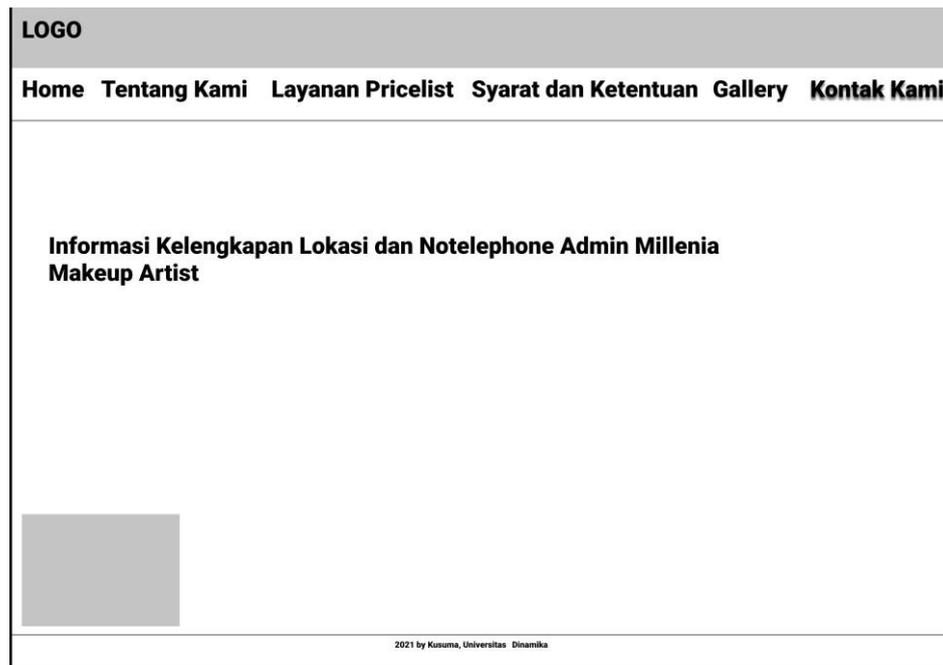
1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu halaman Syarat dan Ketentuan berisikan tentang syarat yang harus di setujui dari kedua belah pihak, dan ketentuan yang harus dilaksanakan. Yang terdiri dari beberapa SK.
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah *website*. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.



Gambar 4.7 Rancangan interface halaman Gallery

Halaman Gallery pada gambar 4.7 berisi menu sebagai berikut :

1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu Gallery berisikan tentang dokumentasi yang di ambil dari beberapa pameran, serta event yang langsung di abadikan oleh fotografer dari pihak Millenia.
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah website. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.



Gambar 4.8 Rancangan interface halaman Kontak Kami

Halaman Kontak Kami pada gambar 4.8 berisi menu sebagai berikut :

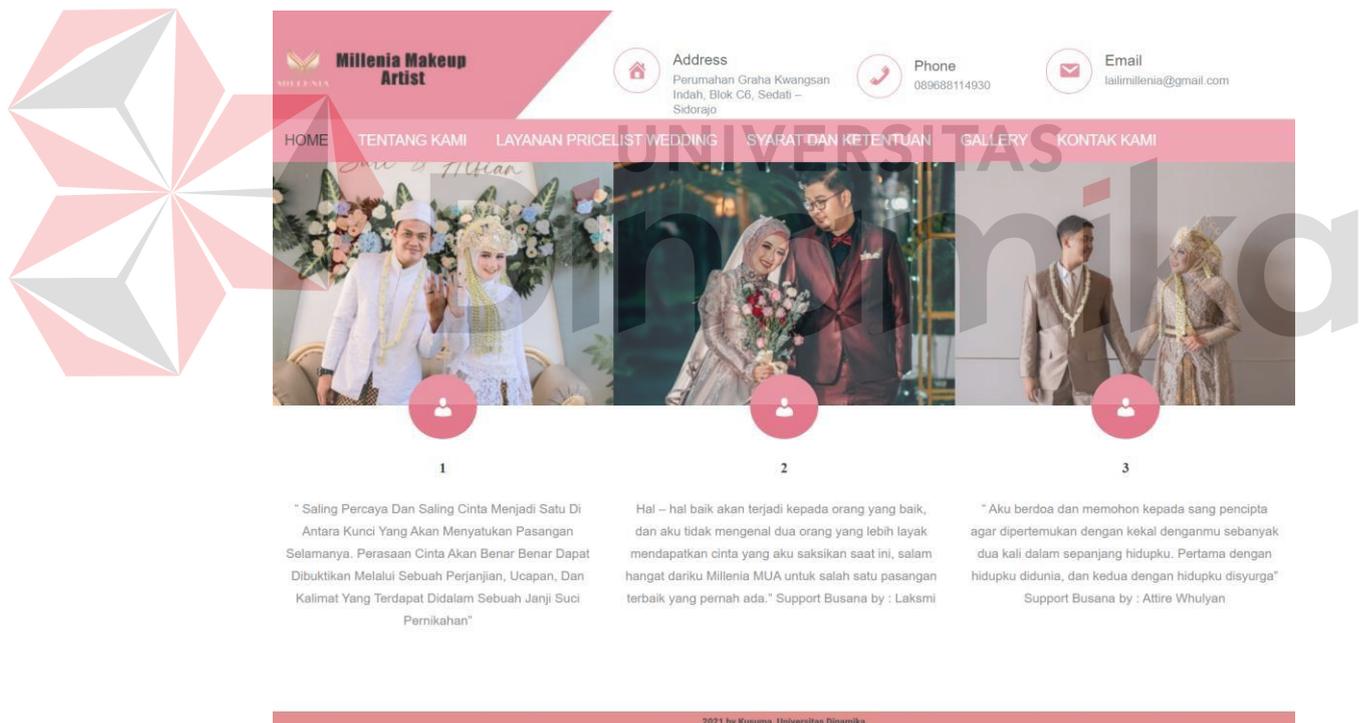
1. Menu navigasi berfungsi untuk menemukan halaman-halaman lain dalam *website*. Dalam menu ini terdapat home, tentang kami, layanan pricelist, syarat dan ketentuan, gallery, dan kontak kami.
2. Menu Kontak Kami berisikan tentang informasi lokasi studio, nomor yang dapat dihubungi, serta social media yang digunakan Millenia.
3. Menu Footer pada bagian paling dasar atau bawah dari sebuah website. Fungsi utamanya adalah sebagai kaki dan berisikan tentang hak cipta pembuatan *website*.

4.7 Implementasi

Pada tahap ini akan dijelaskan hasil dari perancangan dan pemrograman *website* dari Millenia Makeup Artist yang merupakan implementasi dari perancangan yang telah dibuat dan telah disetujui. Menu yang terdapat pada *website* terdiri dari :

1. Tampilan halaman utama (Home)
2. Tampilan halaman Tentang Kami
3. Tampilan halaman Layanan Pricelist
4. Tampilan halaman Syarat dan Ketentuan
5. Tampilan halaman Gallery
6. Tampilan halaman Kontak Kami

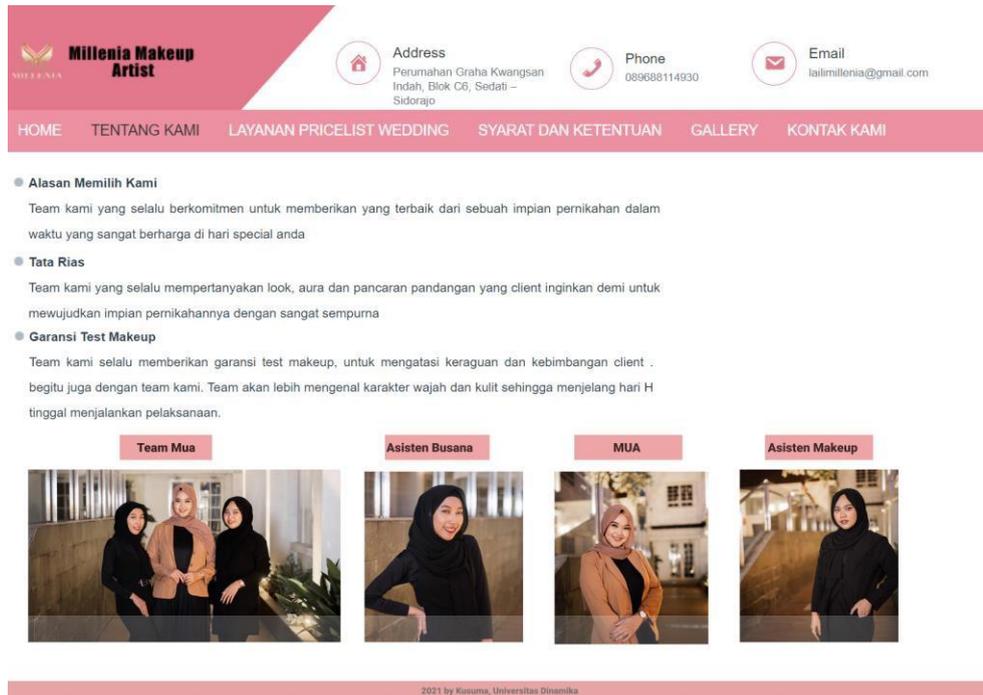
1.1.2 Home



Gambar 4.9 Tampilan halaman Utama

Gambar 4.9 menunjukkan tampilan halaman utama dari *website* yang dibuat. Halaman ini juga sering disebut halaman beranda atau home, setiap kali user mengakses halaman *web*, maka halaman ini yang pertama kali muncul dalam layer.

2.1.2 Tentang Kami



Millenia Makeup Artist

Address
Perumahan Graha Kwangsan Indah, Blok C6, Sedati – Sidorajo

Phone
089688114930

Email
lailimillenia@gmail.com

HOME TENTANG KAMI LAYANAN PRICELIST WEDDING SYARAT DAN KETENTUAN GALLERY KONTAK KAMI

- **Alasan Memilih Kami**
Team kami yang selalu berkomitmen untuk memberikan yang terbaik dari sebuah impian pernikahan dalam waktu yang sangat berharga di hari special anda
- **Tata Rias**
Team kami yang selalu mempertanyakan look, aura dan pancaran pandangan yang client inginkan demi untuk mewujudkan impian pernikahannya dengan sangat sempurna
- **Garansi Test Makeup**
Team kami selalu memberikan garansi test makeup, untuk mengatasi keraguan dan kebingungan client . begitu juga dengan team kami, Team akan lebih mengenal karakter wajah dan kulit sehingga menjelang hari H tinggal menjalankan pelaksanaan.

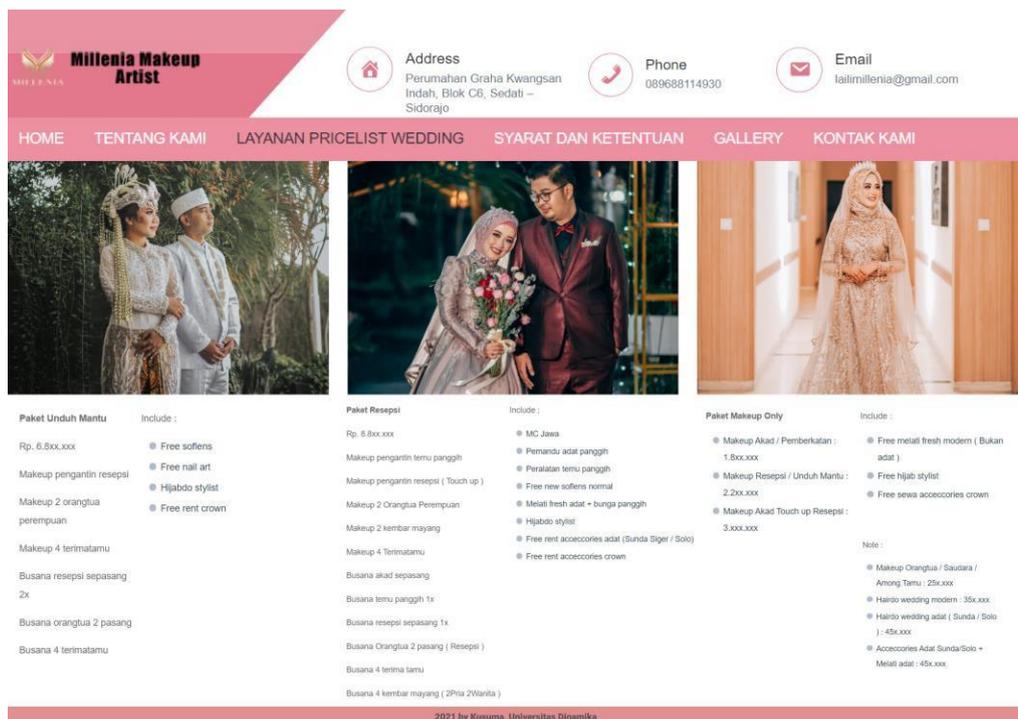
Team MUA Asisten Busana MUA Asisten Makeup

2021 by Kusuma, Universitas Dinamika

Gambar 4.10 Tampilan halaman Tentang Kami

Gambar 4.10 menunjukkan halaman tentang kami yang berisikan keunggulan dan perkenalan team dari Millenia.

3.1.2 Layanan Pricelist



Millenia Makeup Artist

Address
Perumahan Graha Kwangsan Indah, Blok C6, Sedati – Sidorajo

Phone
089688114930

Email
lailimillenia@gmail.com

HOME TENTANG KAMI LAYANAN PRICELIST WEDDING SYARAT DAN KETENTUAN GALLERY KONTAK KAMI

Paket Unduh Mantu
Rp. 6.800.000

Include :

- Free softens
- Free nail art
- Hijabdo stylist
- Free rent crown

Makeup pengantin resepsi

Makeup 2 orangtua perempuan

Makeup 4 terimakasih

Busana resepsi sepasang 2x

Busana orangtua 2 pasang

Busana 4 terimakasih

Paket Resepsi
Rp. 8.800.000

Include :

- MC Jasa
- Pemandu adat panggih
- Peralatan temu panggih
- Free new softens normal
- Metali fresh adat - bunga panggih
- Hijabdo stylist
- Free rent accessories adat (Sunda Siger / Solo)
- Free rent accessories crown

Makeup pengantin temu panggih

Makeup pengantin resepsi (Touch up)

Makeup 2 Orangtua Perempuan

Makeup 2 kembar mayang

Makeup 4 Terimakasih

Busana akad sepasang

Busana temu panggih 1x

Busana resepsi sepasang 1x

Busana Orangtua 2 pasang (Resepsi)

Busana 4 terima tamu

Busana 4 kembar mayang (2Pria 2Wanita)

Paket Makeup Only

Include :

- Makeup Akad / Pemberkatan : 1.800.000
- Makeup Resepsi / Unduh Mantu : 2.200.000
- Makeup Akad Touch up Resepsi : 3.000.000
- Free metali fresh modern (Bukan adat)
- Free hijab stylist
- Free sewa accessories crown

Note :

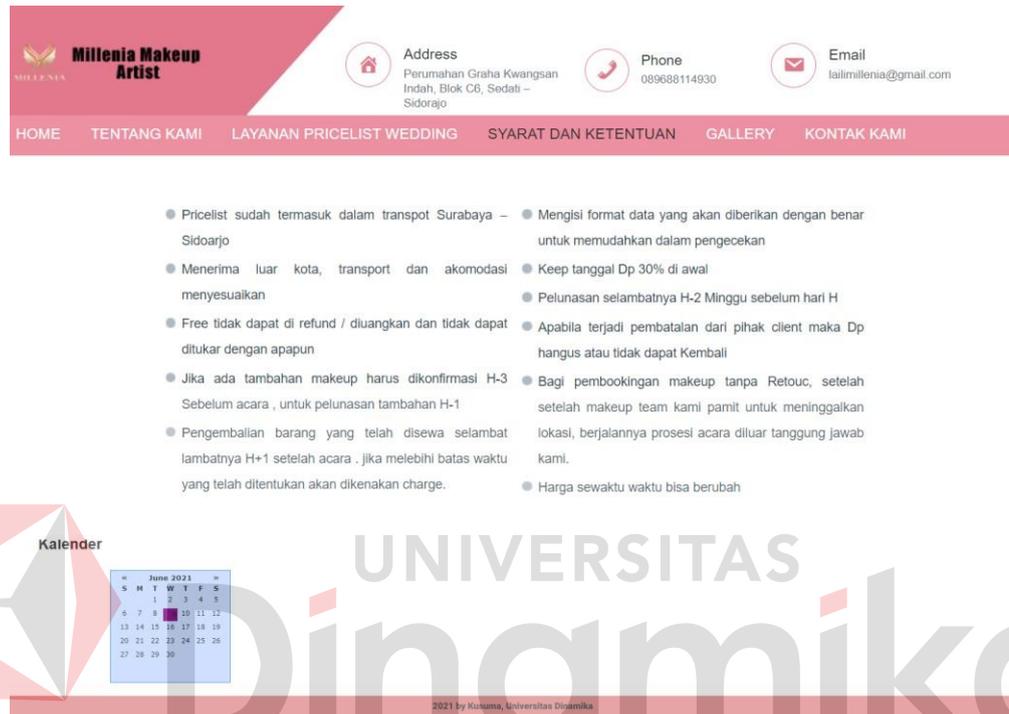
- Makeup Orangtua / Saustara / Among Tamu : 250.000
- Hairdo wedding modern : 300.000
- Hairdo wedding adat (Sunda / Solo) : 450.000
- Accessories Adat Sunda/Solo + Metali adat : 450.000

2021 by Kusuma, Universitas Dinamika

Gambar 4.11 Tampilan halaman Layanan Pricelist

Gambar 4.11 menunjukkan tampilan halaman Layanan Pricelist yang berisikan tentang informasi paket harga wedding yang mempunyai beberapa paket.

4.1.2 Syarat dan Ketentuan



Millenia Makeup Artist

Address: Perumahan Graha Kwangsan Indah, Blok C6, Sedati – Sidoarjo

Phone: 089688114930

Email: laimillenia@gmail.com

HOME TENTANG KAMI LAYANAN PRICELIST WEDDING SYARAT DAN KETENTUAN GALLERY KONTAK KAMI

- Pricelist sudah termasuk dalam trasport Surabaya – Sidoarjo
- Menerima luar kota, transport dan akomodasi menyesuaikan
- Free tidak dapat di refund / diuangkan dan tidak dapat ditukar dengan apapun
- Jika ada tambahan makeup harus dikonfirmasi H-3 Sebelum acara , untuk pelunasan tambahan H-1
- Pengembalian barang yang telah disewa selambat lambatnya H+1 setelah acara . Jika melebihi batas waktu yang telah ditentukan akan dikenakan charge.
- Mengisi format data yang akan diberikan dengan benar untuk memudahkan dalam pengecekan
- Keep tanggal Dp 30% di awal
- Pelunasan selambatnya H-2 Minggu sebelum hari H
- Apabila terjadi pembatalan dari pihak client maka Dp hangus atau tidak dapat Kembali
- Bagi pemesanan makeup tanpa Retouc, setelah setelah makeup team kami pamit untuk meninggalkan lokasi, berjalannya prosesi acara diluar tanggung jawab kami.
- Harga sewaktu waktu bisa berubah

Kalender

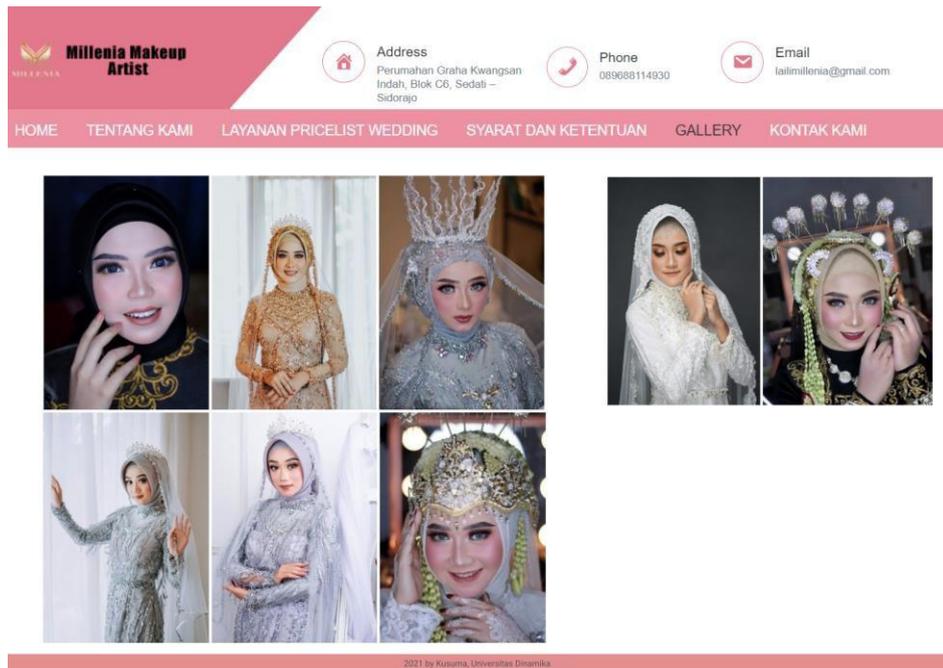
June 2021						
S	M	T	W	T	F	S
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30			

2021 by Kusuma, Universitas Dinamika

Gambar 4.12 Tampilan halaman Syarat dan Ketentuan

Gambar 4.12 menunjukkan tampilan halaman syarat dan ketentuan yang berisikan informasi mengenai suatu syarat yang harus di setujui dari kedua belah pihak dan ketentuan yang harus dilakukan.

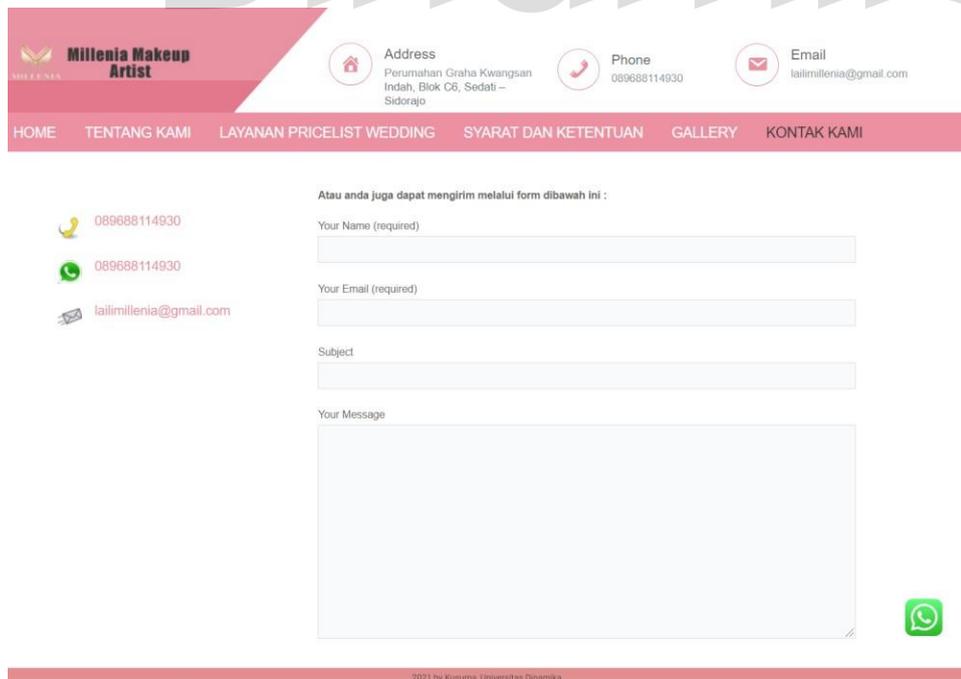
5.1.2 Gallery



Gambar 4.13 Tampilan halaman Gallery

Gambar 4.13 menunjukkan halaman gallery yang berisikan tentang hasil dokumentasi yang diambil dari hasil pameran dan event yang diikuti oleh Millenia yang langsung di abadikan oleh fotografer team Millenia.

6.1.2 Kontak Kami



Gambar 4.14 Tampilan halaman Kontak Kami

Gambar 4.14 menunjukkan halaman Kontak Kami yang berisikan tentang informasi lokasi studio, dan social media yang digunakan oleh Millenia.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Beberapa kesimpulan yang telah di dapat penulis dari perancangan *Company profile*

Millenia Makeup Artist adalah :

1. Untuk menentukan konsep dalam merancang sebuah *Company profile* di perlukan riset mendalam, wawancara, dan analisa lapangan agar konsep yang di gunakan tepat untuk suatu perusahaan tersebut.
2. Dalam pembuatan *Company profile*, penulis perlu memperhatikan desain yang mudah dipahami oleh pembaca
3. Dengan dibuatnya website *Company profile* dapat mengenalkan profil dan citra perusahaan serta mampu menarik minat masyarakat dan perusahaan.
4. *Website Company Profile* mampu meningkatkan tingkat efisiensi dan mempercepat penyampaian informasi kepada masyarakat dan perusahaan.

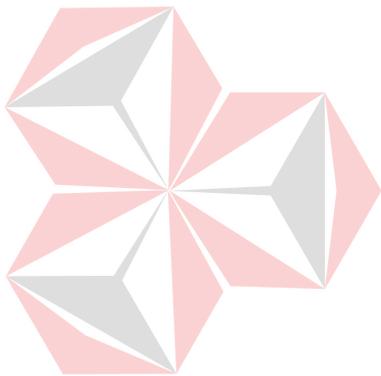
5.2 Saran

Berdasarkan uraian dari bab-bab sebelumnya pada pembuatan Rancang Bangun *Company profile* pada Millenia Makeup Artist, maka saran yang dapat disampaikan untuk pengembangan *website* adalah sebagai berikut :

1. Kerjasama yang sangat dibutuhkan bertujuan untuk saling membantu dan mempermudah dalam setiap pengerjaan desain *Company profile* yang sesuai.
2. Komunikasi terhadap klien dan tim sangat penting, bertujuan untuk tidak terjadinya miss komunikasi antara klien dan tim. Miss komunikasi dapat berakibat fatal dalam desain yang telah dibuat.
3. Website ini dapat dikembangkan dengan menambahkan transaksi untuk melakukan pembokingan jadwal.
4. Website ini bisa digunakan untuk melakukan penyimpanan data dengan cara menambahkan database dan halaman baru untuk administrator.

DAFTAR PUSTAKA

- Kriyantono, R. (2006). Teknik Riset Komunikasi. *Kencana Prenada Media Group*.
- Kriyantono, R. (2014/8/1). Teknik praktis riset komunikasi. *Prenada Media*.
- Kriyantono, R. (2019/2/8). Public Relation Writing Edisi ke-2. *Kencana Prenada Media Group*.
- Madura, J. (2001). *Rajawali Pers*. Jakarta .
- Sukanto, R. A. (2013). Rekayasa Perangkat Lunak Terstruktur dan Berorientasi Objek. *Informatika - Bandung*.
- Trijanto, A. (2001). Seni mengasah kreativitas dan memahami bahasa iklan. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.



UNIVERSITAS
Dinamika