

**PENGEMBANGAN DAN PEMANFAATAN *WEBSITE* DAN
BUKU PROFIL PERUSAHAAN SEBAGAI SARANA MEDIA
INFORMASI DAN PENUNJANG PROMOSI PT. MENSANA
ANEKA SATWA**





**IMMANUEL GESIMA REZEKY SIAHAAN
5235100221**

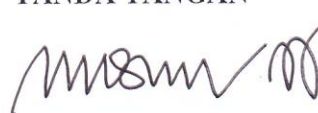


**Skripsi ini Ditulis untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
dalam Memperoleh Gelar Sarjana**

**PENDIDIKAN TEKNIK INFORMATIKA DAN KOMPUTER
JURUSAN TEKNIK ELEKTRO
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2015**

HALAMAN PENGESAHAN

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
Drs. Bachren Zaini, M.Pd (Dosen Pembimbing I)		18-1-16
Prasetyo Wibowo Y, M.Eng (Dosen Pembimbing II)		18-1-16

PENGESAHAN PANITIA UJIAN SKRIPSI

NAMA DOSEN	TANDA TANGAN	TANGGAL
Drs. Wisnu Djatmiko, M.T (Ketua Penguji)		14-1-16
Bambang P Adhi, S.Pd., M.Kom (Anggota Penguji)		7-1-16
Widodo, M.Kom (Anggota Penguji)		7-1-16

Tanggal Lulus : 7 Desember 2015

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis skripsi saya ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 27 Oktober 2015

Yang membuat pernyataan,

Immanuel Gesima Rezeky S

**PENGEMBANGAN DAN PEMANFAATAN *WEBSITE* DAN BUKU
PROFIL PERUSAHAAN SEBAGAI SARANA MEDIA INFORMASI DAN
PENUNJANG PROMOSI PT. MENSANA ANEKA SATWA**

IMMANUEL GESIMA REZEKY SIAHAAN

ABSTRAK

Sebuah perusahaan yang baik haruslah memiliki sebuah media promosi yang baik sebagai salah satu media untuk meningkatkan citra positif yang pasti dapat mempengaruhi omset perusahaan. Semakin baik dan efektif media yang dimiliki, maka semakin baik pula citra perusahaan dimata para calon pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk merancang dan mengembangkan sebuah media promosi berupa profil perusahaan dan menguji kelayakannya dalam memecahkan permasalahan yang berkenaan dengan upaya peningkatan promosi. Produk yang dirancang dan dikembangkan diharapkan mampu membantu menjadi satu media promosi yang membantu meningkatkan penjualan produk dan membangun citra positif perusahaan dimata umum. Penelitian dilakukan di PT. Mensana Aneka Satwa pada bulan mei-juli 2015. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Penelitian dan Pengembangan (*Research and Development* atau R&D) dengan paradigma perancangan metode studi kasus desain dan model pengembangan Prototipe. Secara keseluruhan terdapat 3 tahap utama pada proses penelitian dan pengembangan ini, yakni (1) penelitian awal; (2) pengembangan dan perancangan produk; dan (3) pengujian serta revisi produk sampai menjadi produk akhir yang valid dan bisa dipergunakan secara massal. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hasil pengujian menunjukkan bahwa *website* profil perusahaan merupakan media profil perusahaan yang paling efektif dibanding buku profil perusahaan.

Kata kunci: pengembangan, pemanfaatan, profil perusahaan, web, buku

**UTILIZATION AND DEVELOPMENT *WEBSITE* AND PRINTED
COMPANY PROFILE DESIGN AS AN INFORMATION AND
PROMOTION MEDIA METHODS OF
PT. MENSANA ANEKA SATWA**

IMMANUEL GESIMA REZEKY SIAHAAN

ABSTRACT

A great company must have a good promotion media as one of their methods to create a good brand in order to gain good sales turnover. The more effective in media promotion, the more they can build a good reputation and awareness of the brand in customer's view point. The purpose of these research is to create and develop a company profile as a promotion media and its feasibility in solving the promotion problem. The expectation of this product must be able to increase the sales and the brand awareness with this promotion media methods. This research was held in PT. Mensana Aneka Satwa on May to July 2015. The methods of this research used the combination of Research and Development methods (R&D) with graphic design paradigm and prototype development. The whole process of the Research and Development methods have 3 main phase : (1) Initial Research, (2) Design and the development of product; and (3) Product testing and revision till the valid result and can be used by companies. Based on this research, the result shows that a company profile *website* can became the most effective methods rather than printed company profile.

Keywords : Utilization, Development, Company Profile, *Website*, Book

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan berkat dan anugerahNya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Segala kemuliaan saya persembahkan hanya bagi Tuhan.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, skripsi yang berjudul “Pengembangan dan Pemanfaatan *Website* dan Buku Profil Perusahaan Sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promosi PT. Mensana Aneka Satwa” ini tidak akan dapat selesai dengan baik. Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan beribu terima kasih atas bimbingan dan pengarahan yang diberikan kepada penulis selama menyusun skripsi ini. Oleh karena itu, izinkanlah penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Drs. Bachren Zaini, M.Pd selaku dosen pembimbing I dan Bapak Prasetyo Wibowo Y, M.Eng selaku Dosen Pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu serta tenaga untuk membimbing, memotivasi, mengarahkan serta memberi nasehat yang berharga kepada penulis sampai terselesaikannya skripsi ini
2. Ibu Dr. Yuliatri Sastrawijaya, M.Pd selaku Kaprodi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer atas bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama penyelesaian penulisan skripsi ini.
3. Bapak Hamidillah Ajie, S.Si.,M.T atas bimbingan dan arahannya dari awal perkuliahan sampai penyelesaian masa perkuliahan.
4. Seluruh dosen di Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta yang telah banyak memberikan bimbingan dan pengarahan kepada penulis selama menempuh perkuliahan dan dalam penulisan skripsi ini.
5. Keluarga Bapak Dani Ong dan Ibu Widari Maryanto selaku pemilik PT. Mensana Aneka Satwa yang telah membantu penulis mendapat data yang dibutuhkan dan memberi banyak masukan untuk penyelesaian produk sebagai bahan penelitian skripsi ini
6. Saudara Krisna Permadi dan Saudari Bertillia Ellen, selaku penguji pakar untuk kedua media ini.

7. Pdt. M. Siahaan dan Tetty Marpaung, selaku kedua orang tua penulis yang selalu setia mengasihi, mendoakan, mendukung, memberikan segala yang terbaik bagi penulis bahkan membantu penulis dalam pencarian data untuk responden kuesioner untuk penulisan skripsi ini.
8. Christ Fernando Siahaan, Jessica Adella A Siahaan dan Ruth Stephany Siahaan, selaku abang dan adik-adik penulis yang selalu mendukung, mendoakan dan juga terlibat membantu penulis dalam pencarian data untuk responden kuesioner skripsi ini.
9. Teman-teman di PTIK UNJ 2010 yang turut membantu dalam penyelesaian skripsi ini, terkhusus untuk beberapa teman yang setia menolong dan mendorong penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
10. P3MI Anugerah Jakarta, Link Timothy (Link Toytoy), Guru-guru Sekolah Minggu GMI Anugerah Jakarta, yang selalu setia mendukung dan mendoakan penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
11. Bapak Ricardo Marpaung, M.Pd dan keluarga selaku paman dari penulis, serta Rita Marpaung, Tiur Marpaung dan Mei Marpaung selaku tante dari penulis yang selalu mendukung penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
12. Sahabat dan teman-teman yang juga selalu mendukung penulis didalam penyelesaian skripsi ini.
13. Seluruh pihak yang telah turut serta membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis memohon maaf atas segala kesalahan yang mungkin ada dalam skripsi ini dan berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak serta dapat dikembangkan menjadi lebih baik lagi dikemudian hari.

Jakarta, 27 Oktober 2015

Penulis

Immanuel Gesima R Siahaan

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN PENGESAHAN	II
HALAMAN PERNYATAAN	III
ABSTRAK	IV
ABSTRACT.....	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI.....	VIII
DAFTAR TABEL.....	XI
DAFTAR GAMBAR	XII
DAFTAR LAMPIRAN	XV
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2. IDENTIFIKASI MASALAH.....	3
1.3. PEMBatasan MASALAH.....	4
1.4. PERUMUSAN MASALAH.....	4
1.5. TUJUAN PENELITIAN.....	5
1.6. KEGUNAAN PENELITIAN.....	5
BAB II KAJIAN TEORI	7
2.1. KERANGKA TEORITIK.....	7

2.1.1.	Company Profile	7
2.1.1.	Desain Komunikasi Visual	9
2.1.3.	Pengertian Buku.....	31
2.1.4.	Booklet/ Buku Profil Perusahaan.....	33
2.1.5.	Website.....	35
2.1.6.	Website Company Profile	39
2.1.7.	Pengembangan Sistem Dengan Metode Prototyping.....	42
2.1.8.	Komunikasi.....	44
2.1.9.	Promosi	46
2.2.	KERANGKA BERPIKIR.....	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1.	TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN	52
3.2.	METODE PENELITIAN	52
3.2.1.	Metode Studi Kasus Bidang Desain	53
3.2.2.	Metode Pengembangan Prototipe atau Prototyping.....	55
3.3.	RANCANGAN PENELITIAN	56
3.3.1.	Mengidentifikasi Masalah.....	56
3.3.2.	Analisis kebutuhan.....	57
3.3.3.	Strategi Perancangan dan Pengembangan.....	60
3.4.	INSTRUMEN PENELITIAN	68
3.4.1.	Instrumen Penelitian Buku Profil Perusahaan	68
3.4.2.	Instrumen Penelitian Website Profil Perusahaan.....	70
3.4.3.	Instrumen Uji Perbandingan Efektivitas	75
3.5.	PROSEDUR PENELITIAN	76

3.5.1.	Prosedur Penelitian Buku Profil Perusahaan	76
3.5.2.	Prosedur Penelitian Website Profil Perusahaan	77
3.6.	TEKNIK ANALISIS DATA.....	79
BAB IV		81
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		81
4.1.	HASIL PENELITIAN	81
4.1.1.	Hasil Analisis Kebutuhan	81
4.1.2.	Hasil Tampilan Buku Profil Perusahaan	83
4.1.3.	Hasil Pengujian	90
4.1.4.	Hasil Tampilan Website Profil Perusahaan	95
4.1.5.	Hasil Pengujian	99
4.1.6.	Hasil Pengujian Perbandingan Efektivitas	107
4.2.	PEMBAHASAN.....	108
BAB V.....		113
KESIMPULAN DAN SARAN.....		113
5.1.	KESIMPULAN	113
5.2.	SARAN.....	114
DAFTAR PUSTAKA		115
LAMPIRAN		118

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Respons Psikologis yang Mampu Ditimbulkan Warna	17
Tabel 3.1. Tabel Kisi-kisi Pengujian Validitas	68
Tabel 3.2. Contoh Instrumen Pengujian Desain Buku Profil Perusahaan	69
Tabel 3.3. Tabel Kisi-kisi Kuesioner usability	69
Tabel 3.4. Skenario Uji Fungsional oleh General User	71
Tabel 3.5. Skenari Uji Fungsional oleh Administrator	73
Tabel 3.6. Kisi-kisi Instrumen Uji Validitas Pakar	74
Tabel 3.7. Kisi-kisi Kuesioner usability	74
Tabel 3.8. Kisi-kisi kuesioner perbandingan	75
Tabel 4.1. Kisi-kisi Kuesioner Usability.....	94
Tabel 4.2. Hasil Uji Fungsional oleh General User	99
Tabel 4.3. Hasil Uji Fungsional oleh Administrator	101
Tabel 4.4. Kisi-kisi Kuesioner Usability.....	106

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Lingkaran Warna Brewster	14
Gambar 2.2. Sifat Warna.....	15
Gambar 2.3. Kontras Warna Komplementer	15
Gambar 2.4. Kontras Split Komplementer	16
Gambar 2.5. Kontras Triad Komplementer	16
Gambar 2.6. Kontras Tetrad Komplementer.....	16
Gambar 2.7. Contoh Gambar Yang Menggunakan Keseimbangan Simetris	18
Gambar 2.8. Contoh Gambar Yang Menggunakan Keseimbangan asimetris	18
Gambar 2.9. Iklan Open Design Concept	19
Gambar 2.10. Iklan Perusahaan sepeda motor Harley-Davidson	19
Gambar 2.11. Contoh Poster yang menggunakan prinsip penekanan kontras.....	20
Gambar 2.12. Contoh Poster yang menggunakan prinsip penekanan isolasi	20
Gambar 2.13. Contoh Poster yang menggunakan prinsip penekanan penempatan objek	21
Gambar 2.14. Iklan mobil mini	22
Gambar 2.15. Iklan yang menggunakan prinsip kesatuan grid.....	22
Gambar 2.16. Iklan yang menggunakan prinsip kesatuan dengan kesejajaran.....	23
Gambar 2.17. Iklan yang menggunakan prinsip kesatuan dengan aliran	23
Gambar 2.18. Garamond	25
Gambar 2.19. Arial.....	25

Gambar 2.20. Harrington	26
Gambar 2.21. Logo Perusahaan Sony	26
Gambar 2.22. Contoh Ilustrasi	27
Gambar 2.23. Contoh Fotografi	27
Gambar 2.24. Tahapan dalam proses prototipe	44
Gambar 2.25. Proses Komunikasi Secara Umum	45
Gambar 2.26. Bagan Kerangka Berpikir	50
Gambar 3.1. Flowchart strategi Pembuatan Media DKV	63
Gambar 3.2. Rancangan Tampilan <i>Website</i>	66
Gambar 3.3. Prosedur Penelitian Buku	77
Gambar 3.4. Prosedur Penelitian <i>Website</i>	78
Gambar 3.5. Rumus Presentasi Kelayakan	79
Gambar 3.6. Garis Kontinum	80
Gambar 4.1. Hasil Rekapitulasi Kuesioner Awal	82
Gambar 4.2. Tampilan cover buku profil perusahaan	84
Gambar 4.3. Tampilan halaman latar belakang	84
Gambar 4.4. Tampilan halaman visi dan misi	85
Gambar 4.5. Tampilan halaman manajemen mensana	85
Gambar 4.6. Tampilan halaman keunggulan produksi	86
Gambar 4.7. Tampilan halaman jaringan distribusi	86
Gambar 4.8. Tampilan halaman produk kami	87
Gambar 4.9. Tampilan halaman produk	87
Gambar 4.10. Tampilan halaman kendali mutu	88
Gambar 4.11. Tampilan halaman menyongsong masa depan	89

Gambar 4.12. Tampilan Cover belakang	89
Gambar 4.13. Hasil Pengujian Pakar Desain	90
Gambar 4.14. Presentasi Respon Pengguna.....	95
Gambar 4.15. Tampilan halaman beranda web	96
Gambar 4.16. Tampilan halaman beranda web (2)	96
Gambar 4.17. Tampilan halaman beranda web (3)	97
Gambar 4.18. Tampilan halaman Tentang.....	97
Gambar 4.19. Tampilan halaman produk web (1)	98
Gambar 4.20. Tampilan halaman produk web (2)	98
Gambar 4.21. Tampilan halaman produk web (3)	99
Gambar 4.22. Hasil Pengujian Pakar <i>Website</i>	103
Gambar 4.23. Presentasi Respon Pengguna.....	107

DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian PT. Mensana Aneka Satwa	119
Lampiran 2. Surat Keterangan PT. Mensana Aneka Satwa	120
Lampiran 3. Instrumen Wawancara PT. Mensana Aneka Satwa.....	121
Lampiran 4. Kuesioner Awal.....	122
Lampiran 5. Kuesioner Uji Fungsional <i>Website</i> Profile Perusahaan.....	125
Lampiran 6. Kuesioner Uji Validitas <i>Website</i> Profile Perusahaan	128
Lampiran 7. Kuesioner Uji Validitas Buku Profil Perusahaan	131
Lampiran 8. Kuesioner Uji Efektivitas Buku Profil Perusahaan	136
Lampiran 9. Kuesioner Uji Efektivitas <i>Website</i> Profil Perusahaan	137
Lampiran 10. Kuesioner Uji Perbandingan Buku dan <i>Website</i> Profil Perusahaan	138
Lampiran 11. Hasil Wawancara PT. Mensana Aneka Satwa	139
Lampiran 12. Hasil Kuesioner Awal.....	142
Lampiran 13. Hasil Uji Fungsional <i>Website</i> Profil Perusahaan.....	144
Lampiran 14. Hasil Uji Validitas Pakar <i>Website</i> Profil Perusahaan.....	146
Lampiran 15. Hasil Uji Validitas Pakar Buku Profil Perusahaan	149
Lampiran 16. Hasil Uji Efektivitas Buku Profil Perusahaan	154
Lampiran 17. Hasil Uji Efektivitas <i>Website</i> Profil Perusahaan	155
Lampiran 18. Hasil Uji Perbandingan Buku dan <i>Website</i> Profil Perusahaan	156
Lampiran 19. Dokumentasi Produk Hasil Penelitian.....	157
Lampiran 20. Daftar Riwayat Hidup.....	170

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Semakin hari bisnis peternakan di Indonesia semakin berkembang pesat. Banyak orang yang menganggap bahwa bisnis peternakan adalah salah satu bisnis yang menjanjikan. Peralatan ternak dan obat-obatan hewan merupakan salah satu faktor penting untuk sebuah peternakan hewan. Karena itu saat ini banyak orang-orang yang juga mulai melirik bidang bisnis penyedia peralatan ternak dan obat-obatan untuk hewan ternak. Pada zaman dulu mungkin hanya segelintir orang yang memiliki bisnis peralatan ternak dan obat-obatan untuk ternak tersebut. Bahkan para pelaku bisnis ini tidak perlu bersaing dengan keras untuk meraih perhatian pasar. Karena biasanya mereka sudah punya segmen pasar sendiri. Selain itu persaingan juga belum begitu mereka rasakan, dikarenakan hanya sedikit orang yang membuka bisnis peralatan ternak dan obat-obatan hewan ini. Bagi mereka, pemasaran dengan sistem dari mulut ke mulut dan dari pintu ke pintu dirasa cukup untuk mempromosikan perusahaan dan barang produksi mereka.

Tetapi di zaman yang sudah maju seperti saat ini, sebuah perusahaan harus memiliki sebuah media yang dapat menjadi alat untuk memperkenalkan perusahaan dan mempromosikan produknya. Media itu adalah sebuah profil perusahaan. Profil perusahaan dapat berupa sebuah *website* profil, selebaran, video profil, dan buku profil perusahaan. Profil perusahaan merupakan salah satu media yang wajib dimiliki sebuah perusahaan. Profil perusahaan merupakan salah

satu faktor pendukung dalam pemasaran produk sebuah perusahaan. Profil perusahaan ini dapat menjadi media untuk membantu mendekati segmen pasar baru yang penting dalam pertumbuhan sebuah perusahaan. Selain itu, sebuah profil perusahaan itu juga dapat menjadi cermin sebuah perusahaan dimata publik. Perusahaan yang memiliki profil perusahaan yang menarik dapat menggambarkan bahwa perusahaan itu adalah sebuah perusahaan besar dan kompeten. Dengan citra baik yang dihasilkan dari profil perusahaan tersebut dapat membawa dampak positif terhadap peningkatan omset penjualan produk yang dihasilkan perusahaan.

Menurut data yang diperoleh dari salah seorang perwakilan PT. Mensana Aneka Satwa, yaitu Ibu Steffi Ong, dalam kurun waktu 4 (empat) tahun belakangan ini PT. Mensana Aneka Satwa memiliki penurunan omset yang cukup signifikan. PT. Mensana Aneka Satwa mengalami penurunan omset sampai mencapai 1 miliar rupiah pertahunnya. Hal ini disebabkan karena semakin banyaknya perusahaan serupa yang hadir dan mengambil sebagian dari konsumen mereka. Selain itu, faktor teknik promosi merupakan salah satu penyebab penurunan omset itu. Selama ini PT. Mensana Aneka Satwa hanya mengandalkan media promosi berupa selebaran dan iklan di media cetak. Tentu saja cara promosi dengan menggunakan selebaran dan iklan di media cetak ini sangat tidak efektif. Karena orang hanya dapat mengetahui sedikit informasi mengenai produk yang mereka miliki. Hal ini tentu tidak akan dapat membantu banyak dalam meningkatkan kembali omset penjualan mereka dan mengembalikan konsumen mereka.

Karena itu, untuk meningkatkan omset penjualan mereka kembali dan menarik konsumen lama maupun konsumen baru PT. Mensana Aneka Satwa merasa perlu

memiliki sebuah media promosi profil perusahaan yang efektif. Dengan begitu, perusahaan dapat memperkenalkan dan meningkatkan citra positif perusahaannya serta menjadi salah satu media penunjang promosi ini yang diharapkan dapat meningkatkan omset penjualan perusahaan.

PT. Mensana Aneka Satwa ini berdiri pada tahun 1986. Perusahaan yang berdiri pertama sekali di Jakarta ini telah memiliki beberapa cabang di beberapa provinsi di Indonesia. Meskipun tergolong perusahaan yang sudah cukup besar dan lama di bidang bisnis ini, tetapi hal itu tidak menjadi jaminan bahwa perusahaan ini akan selalu berada di zona aman pemasaran produk mereka.

Diharapkan melalui salah satu media profil perusahaan yang telah diuji efektif ini, PT. Mensana Aneka Satwa dapat menjadi sebuah perusahaan yang dapat terus eksis dipasar bisnis peralatan dan obat-obatan hewan ini. Dengan semakin besarnya nama perusahaan ini, maka akan semakin banyak pula hasil produksi mereka yang dikenal masyarakat, dan tentu saja hal ini mungkin dapat meningkatkan omset pendapatan dari perusahaan ini.

Dari uraian latar belakang permasalahan diatas, maka digagaslah sebuah tema skripsi dengan judul “Pengembangan dan Pemanfaatan *Website* dan Buku Profil Perusahaan sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promosi PT. Mensana Aneka Satwa”.

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dikemukakan, maka identifikasi masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Buku dan *website* profil perusahaan merupakan salah satu syarat yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan.
2. Persaingan dibidang bisnis penyedia peralatan dan obat-obatan hewan yang semakin meningkat.
3. Omset pendapatan yang menurun akibat banyaknya konsumen yang berpindah ke perusahaan penyedia peralatan dan obat-obatan hewan yang baru
4. Perlunya sarana media informasi penunjang promosi yang efektif untuk menunjang kegiatan pemasaran
5. Belum adanya sebuah media Profil Perusahaan yang efektif yang dapat memuat informasi, meningkatkan citra perusahaan dan produk yang mereka hasilkan.

1.3. Pembatasan Masalah

Oleh karena luasnya permasalahan yang diteliti, maka penelitian ini dibatasi hanya pada pengembangan media informasi penunjang promosi PT. Mensana Aneka Satwa yang efektif. Dalam hal ini media promosi yang dikembangkan adalah *website* dan buku Profil Perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa.

1.4. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah

1. Bagaimana pengembangan *website* dan buku profil perusahaan sebagai media promosi PT. Mensana Aneka Satwa dalam mempromosikan dan

menaikkan citra perusahaan serta produk yang dapat memungkinkan peningkatan omset penjualan?

2. Media profil perusahaan manakah yang lebih efektif sebagai media informasi yang juga dapat menunjang promosi dan menaikkan citra perusahaan serta produknya dengan baik?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk membuat media profil perusahaan yang efektif sebagai sarana informasi dan penunjang promosi dalam upaya mengenalkan perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa.
2. Untuk membuat media profil perusahaan yang efektif sebagai sarana informasi dan penunjang promosi dalam upaya mengenalkan produk-produk perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa.
3. Untuk membuat media profil perusahaan yang efektif sebagai sarana informasi dan penunjang promosi dalam upaya meningkatkan omset perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa.

1.6. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1. Dapat memberikan pengetahuan lebih dalam merancang media komunikasi visual yang tepat untuk media pengenalan dan promosi sebuah perusahaan.

2. Penelitian ini dapat memberikan informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa sehingga PT. Mensana Aneka Satwa dapat semakin dikenal masyarakat luas.
3. Penelitian ini dapat memberikan masukan agar nantinya media promosi yang dibuat oleh perusahaan ini dapat lebih ditingkatkan sehingga perusahaan ini dapat terus berkembang karena daya tarik konsumen semakin membaik dan omset dapat mencapai target yang diharapkan.

BAB II

KAJIAN TEORI

2.1. Kerangka Teoritik

2.1.1. Company Profile

Company profile atau biasa disebut profil perusahaan adalah ringkasan deskripsi informasi perusahaan (corporate), mencakup sejarah perusahaan (corporate history), jumlah dan kualitas SDM, finansial, investasi dan permodalan suatu perusahaan, sumber daya, struktur organisasi serta manajemen perusahaan secara general, tentang kinerja perusahaan, reputasi perusahaan (corporate reputation) atas perdagangan barang dan/ atau layanan jasa yang ditawarkan.

(websurabaya.com/company-profile-menunjukkan-bonafiditas-perusahaan.html/

diakses pada tanggal 02 Juli 2015)

Kegunaan dan manfaat dari company profile sangat banyak salah satunya yaitu sebagai alat marketing untuk memperoleh klien, dan disetiap manfaat dan kegunaannya nanti dipengaruhi oleh bentuk desain dan kelengkapan data.

(<http://www.baliwebs.com/id/company-profile.html/> diakses pada tanggal 16

desember 2015). Selain itu, tujuan utama dalam pembuatan company profile (profil perusahaan) adalah mendekati lingkup segmen pasar baru yang penting dalam pertumbuhan bisnis suatu perusahaan. Hal ini dapat diarahkan kepada investor potensial jika Anda mencari pendanaan, pelanggan baru, untuk memperluas bisnis anda atau mencari sumber daya baru dalam hal ini SDA

maupun SDM yang berkualitas yang dapat membantu pertumbuhan dan perluasan perusahaan.

Company Profile atau Profil Perusahaan adalah salah satu media relasi publik yang bertujuan memperkenalkan sebuah Perusahaan atau Organisasi. Produk Relasi Publik ini meliputi gambaran secara umum Tentang Perusahaan atau Organisasi, dimana Perusahaan atau Organisasi dapat memilih hal-hal penting apa saja yang akan disampaikan kepada publik. Sehingga Company Profile atau Profil Perusahaan dapat diartikan sebagai gambaran umum sebuah perusahaan yang data – datanya menginformasikan, mencitrakan dan menjelaskan mengenai perusahaan dan produknya.

Company profile atau profil perusahaan memang satu hal yang penting untuk dimiliki sebuah perusahaan. Berikut ini adalah beberapa nilai tambah sebuah company profile, antara lain:

- a. Memberi kesempatan bagi calon customer untuk mengetahui informasi tentang sebuah perusahaan dan membuka peluang untuk berinteraksi dengan divisi sales, marketing atau pemilik perusahaan secara efisien. Dengan memanfaatkan metode penyajian yang tepat, baik desain maupun teknik penulisannya, sebuah perusahaan dapat membuat profil perusahaan yang memiliki kekuatan memengaruhi calon customer untuk mengenal lebih dalam sebelum melakukan transaksi-transaksi.
- b. Membantu calon customer untuk menemukan informasi yang mereka butuhkan secara terstruktur dengan mudah, seperti alamat perusahaan, produk yang dihasilkan dan sebagainya.

- c. Memberi kesempatan bagi pemilik perusahaan untuk menyajikan “presentasi singkat” yang menggarisbawahi apa saja layanan atau produk yang ditawarkan kepada calon customer, rencana perusahaan kedepan, visi misi dan hal-hal lainnya yang menumbuhkan kepercayaan dan reputasi dari sisi calon customer. (Jubilee Enterprise, 2015:31-32)

2.1.1. Desain Komunikasi Visual

Desain Komunikasi Visual merupakan penggabungan dari kata Desain, Komunikasi, dan Visual yang masing-masing katanya memiliki arti dan makna tersendiri.

Pengertian dari masing-masing kata tersebut, yaitu: Desain adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas. Komunikasi adalah ilmu yang bertujuan menyampaikan maupun sarana untuk menyampaikan pesan. Visual adalah sesuatu yang dapat dilihat. (Adi Kusrianto, 2009:12)

Desain Komunikasi Visual adalah suatu disiplin ilmu yang bertujuan mempelajari konsep-konsep komunikasi serta ungkapan kreatif melalui berbagai media untuk menyampaikan pesan dan gagasan secara visual dengan mengelola elemen-elemen grafis yang berupa bentuk dan gambar, tatanan huruf, serta komposisi warna serta *layout* (tata letak atau perwajahan). Dengan demikian, gagasan bisa diterima oleh orang atau kelompok yang menjadi sasaran penerima pesan. (Adi Kusrianto, 2009:2)

Desain Komunikasi Visual bertujuan untuk mengkomunikasikan maksud dari suatu hasil rancangan yang bersifat kasat mata (visual) kepada masyarakat

luas. Maka dari itu seorang desainer harus dapat memahami dan menginterpretasikan permintaan dari seseorang agar nantinya desain tersebut dapat komunikatif sehingga dapat menggerakkan seseorang untuk membeli suatu produk atau jasa, menghadiri sebuah acara, dan lain sebagainya.

Cabang dari ilmu Desain Komunikasi Visual meliputi ilustrasi, fotografi, tipografi, 3 dimensi, multimedia, AVI/Elektronik Media, Computer Graphic, animasi, periklanan, percetakan/penerbitan, desain identitas, dan lain-lain. (Adi Kusrianto, 2009:13)

2.1.1.1. Unsur – unsur Desain

Untuk membuat suatu karya yang baik, harus diperhatikan beberapa unsur dasar dalam membuat sebuah desain, diantaranya adalah:

A. Garis (*Line*)

Garis merupakan salah satu unsur desain yang menghubungkan antara satu titik poin dengan titik poin yang lain. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 32) Bentuk garis dapat berupa gambar lurus atau garis lengkung. Garis dalam desain komunikasi visual berperan untuk pemberian aksent, sebagai pembatas dan kolom yang berguna untuk memperjelas dan mempermudah pembaca. Terdapat berbagai macam bentuk garis dimana setiap garis memiliki arti dan kesan yang berbeda, sebagai berikut: (Artini Kusmiati R-Sri Pudjiastuti-Pamudji Suptandar, 1999: 3)

1. Garis Lurus

Garis lurus merupakan garis yang digunakan sebagai penunjukan yang disertai kualitas tertentu, misalnya kekuatan, stabilitas, aspirasi, ketenangan, dan lain-lain.

2. Garis Vertikal (Tegak Lurus)

Garis vertikal (tegak lurus) merupakan garis yang memberikan kesan keseimbangan, stabil, elegan, kekuatan yang bergerak ke atas dan memberikan kesan ketinggian yang nyata.

3. Garis Horizontal (Tegak Mendatar)

Garis horizontal (tegak mendatar) merupakan garis yang memberikan kesan ketenangan.

4. Garis Diagonal (*Oblique*)

Garis diagonal (*oblique*) merupakan garis yang memberikan kesan aman, gerakan, semangat, gelora, serta perlawanan. Oleh karena itu, garis jenis ini biasa digunakan untuk memberikan tekanan atau emphasis.

5. Garis Lengkung

Garis lengkung merupakan garis yang menimbulkan kesan pada perasaan, yaitu kuat, lemah, sensitif, dan ekspresif.

B. Bentuk (*Shape*)

Bentuk merupakan segala sesuatu yang memiliki diameter, tinggi, dan lebar. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 33) Bentuk-bentuk dasar yang umumnya sudah dikenal seperti bentuk kotak, segitiga, lingkaran, lonjong, dan lainnya.

C. Tekstur (*Texture*)

Tekstur merupakan tampilan permukaan atau corak dari suatu benda yang dapat dinilai dengan cara dilihat atau diraba. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 34) Dalam desain grafis, tekstur digolongkan menjadi tekstur nyata dan tekstur semu. Disebut tekstur nyata bila ada kesamaan hasil raba dan penglihatan.

Misalnya, bila suatu permukaan terlihat kasar dan ketika diraba juga terasa kasar. Sementara itu, pada tekstur semu terdapat perbedaan antara hasil penglihatan dan perabaan. Contohnya adalah apabila terdapat sebuah lukisan yang dari kejauhan terlihat tampak kasar, tetapi ketika diraba ternyata sebaliknya, yaitu terasa halus.

D. Gelap Terang/Kontras

Kontras merupakan warna yang berlawanan antara satu dengan lainnya, terdapat perbedaan baik warna atau titik fokus. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 35) Warna yang kontras dapat diperoleh dari warna yang berseberangan yang terdiri dari warna primer dan warna sekunder. Namun, apabila desain tidak ditampilkan berwarna atau ditampilkan secara hitam putih, maka dapat juga berupa perbedaan antara gelap dan terang. Dalam desain komunikasi visual, gelap terang atau kontras berguna sebagai salah satu cara untuk menonjolkan pesan yang ingin disampaikan kepada pembaca atau dapat juga untuk menimbulkan kesan dramatis. Kontras gelap-terang memiliki kemudahan membaca lebih tinggi jika dibandingkan dengan kontras warna. Komposisi gelap terang ditentukan oleh gradasi warna abu-abu, hitam, dan putih.

E. Ukuran (*Size*)

Ukuran dapat diartikan sebagai perbedaan besar kecilnya suatu objek. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 36) Dengan mempertimbangkan ukuran objek yang akan dibuat pada sebuah desain, maka nantinya dapat menciptakan kontras dan penekanan terhadap objek desain yang dibuat dengan memperhatikan bagian mana yang sangat penting, penting, dan kurang penting. Pemilihan ukuran ini

bertujuan agar semua informasi yang dibuat di dalam sebuah desain dapat terbaca dengan baik oleh pembaca sesuai dengan hierarki, sehingga informasi yang akan disampaikan kepada pembaca dapat tersampaikan dengan baik serta mudah dibaca dan dimengerti.

F. Warna (*Color*)

Warna merupakan unsur penting dalam objek desain, karena warna dapat menampilkan identitas atau citra yang ingin disampaikan. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 37) Warna merupakan salah satu elemen yang dapat menggambarkan citra sebuah produk, menarik perhatian, dan meningkatkan *mood*. Terdapat beberapa teori dari para ahli mengenai warna, diantaranya adalah: . (Adi Kusrianto, 2009:48)

1. Teori Sir Isaac Newton (1642 – 1727)

Dari percobaannya, Newton menyimpulkan bahwa apabila dilakukan pemecahan warna spektrum dari sinar matahari, akan dihasilkan warna merah, jingga, kuning, hijau, biru, dan ungu alias mejikuhibiniu.

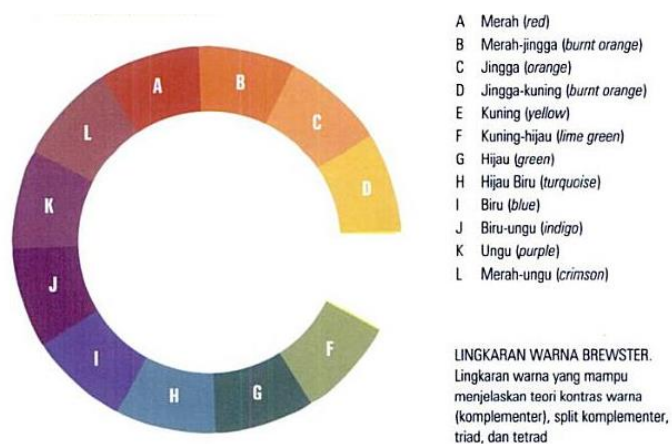
2. Teori Munsell (1858)

Teori Munsell menyatakan bahwa warna pokok terdiri dari merah, kuning, hijau, biru, dan jingga. Sementara warna sekunder terdiri dari warna jingga, hijau muda, hijau tua, biru tua, dan nila.

3. Teori Brewster

Teori Brewster menyatakan bahwa warna pokok (primer) adalah warna yang dapat berdiri sendiri dan bukan merupakan hasil percampuran dengan warna lain. Warna yang berasal dari percampuran antara dua warna pokok disebut warna

sekunder. Warna pokok terdiri dari warna merah, kuning, dan biru. Warna sekunder adalah warna hijau, jingga, dan ungu. Warna yang diperoleh dari percampuran antara warna primer dan warna sekunder disebut warna tertier. Rumus yang diperoleh dari teori Brewster tersebut memampukan Herbert Ives untuk menciptakan lingkaran warna dan teori tersebut kemudian banyak diikuti orang, terutama mereka yang berkecimpung dalam bidang seni rupa. Lingkaran warna Brewster digambarkan seperti pada Gambar 2.1.



Gambar 2.1. Lingkaran warna Brewster (Wirania Swasty, 2010: 7)

Berdasarkan sifatnya, lingkaran warna primer hingga tertier dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok besar, yaitu kelompok warna panas dan warna dingin. Warna panas dimulai dari kuning kehijauan hingga merah, sementara warna dingin dimulai dari warna ungu kemerahan hingga hijau. Warna panas akan menghasilkan sensasi panas dan dekat, sedangkan warna dingin sebaliknya. Suatu karya seni dinilai memiliki komposisi warna harmonis jika warna-warna yang terdapat di dalamnya menghasilkan efek hangat-sedang. (Wirania Swasty, 2010: 10). Sifat warna digambarkan seperti pada Gambar 2.2.



Gambar 2.2. Sifat warna (Wirania Swasty, 2010: 10)

Hubungan antar warna yang baik akan menciptakan kontras yang baik pula, diantaranya adalah: (Ibnu Teguh Wibowo, 2013: 154).

a. Kontras Warna Komplementer

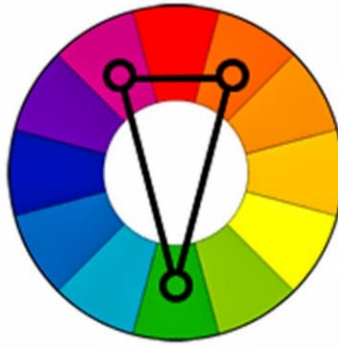
Dua warna yang saling berseberangan dan memiliki sudut 180° pada lingkaran warna. Dua warna dengan posisi kontras warna komplementer akan menghasilkan kontras yang paling kuat. Contohnya adalah merah dengan hijau dan jingga dengan biru, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3. Kontras Warna Komplementer (Wirania Swasty, 2010: 10)

b. Kontras Split Komplementer

Dua warna yang agak berseberangan yaitu yang mendekati sudut 180° pada lingkaran warna. Contohnya adalah jingga dengan hijau kebiruan, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4. Kontras Split Komplementer (Ibnu Teguh Wibowo, 2013: 156)

c. Kontras Triad Komplementer

Tiga warna yang membentuk segitiga sama kaki dan memiliki sudut 60° pada lingkaran warna, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.5.



Gambar 2.5. Kontras Triad Komplementer (Ibnu Teguh Wibowo, 2013: 157)

d. Kontras Tetrad Komplementer (*Double Komplementer*)

Empat warna yang membentuk bangun segi empat dengan sudut 90° pada lingkaran warna, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.6.



Gambar 2.6. Kontras Tetrad Komplementer (Ibnu Teguh Wibowo, 2013: 157)

Menurut Molly E. Holzschlag, seorang pakar tentang warna, dalam tulisannya “*Creating Color Scheme*”, membuat daftar mengenai masing-masing warna ketika memberikan respons secara psikologis kepada pemirsanya seperti yang digambarkan pada Tabel 2.1.: . (Adi Kusrianto, 2009:47)

Tabel 2.1. Respons psikologis yang mampu ditimbulkan warna

Warna	Respons Psikologis yang Mampu Ditimbulkan
Merah	Kekuatan, bertenaga, kehangatan, nafsu, cinta, agresivitas, bahaya.
Biru	Kepercayaan, konservatif, keamanan, teknologi, kebersihan, perintah.
Hijau	Alami, kesehatan, pandangan yang enak, kecemburuan, pembauran.
Kuning	Optimis, harapan, filosofi, ketidakjujuran/kecurangan, pengecut, pengkhianatan.
Ungu	Spiritual, misteri, keagungan, perubahan bentuk, galak, arogan.
Orange	Energi, keseimbangan, kehangatan.
Coklat	Bumi, dapat dipercaya, nyaman, bertahan.
Abu-abu	Intelek, futuristik, modis, kesenduan, merusak.
Putih	Kemurnian/suci, bersih, kecermatan, innocent (tanpa dosa), steril, kematian.
Hitam	Kekuatan, seksualitas, kemewahan, kematian, misteri, ketakutan.

2.1.1.2. Prinsip – prinsip Desain

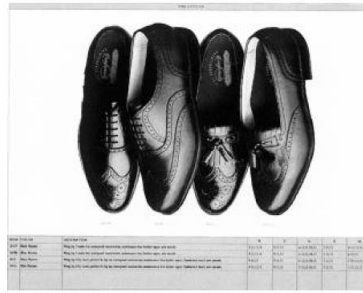
Pesan visual harus kreatif, inovatif, komunikatif, efisien, dan efektif. Maka dari itu, dalam membuat sebuah desain harus diperhatikan beberapa prinsip-prinsip desain, diantaranya:

A. Keseimbangan (*Balance*)

Keseimbangan merupakan pembagian berat yang sama, sebuah desain dikatakan seimbang apabila objek pada bagian kiri dan bagian kanan atau bagian atas dan bagian bawah terkesan sama berat. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 41) Keseimbangan dibagi menjadi dua macam, yaitu:

1. Keseimbangan Simetris/Formal

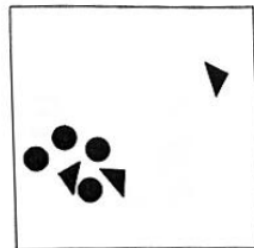
Membagi sama berat masa antara kanan atau kiri, antara atas dan bawah secara simetris atau setara, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.7.



Gambar 2.7. Salah satu contoh gambar yang menggunakan keseimbangan simetris/formal (Priscilia Yunita Wijaya, 2000: 65)

2. Keseimbangan Asimetris/Informal

Penyusunan elemen desain yang tidak sama antara sisi kanan dengan kiri atau atas dengan bawah, namun tetap dirasakan seimbang, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.8.



Gambar 2.8. Salah satu contoh gambar yang menggunakan keseimbangan asimetris/informal (Priscilia Yunita Wijaya, 2000: 66)

B. Irama (*Rhythm*)

Irama merupakan pengulangan gerak atau penyusunan bentuk secara berulang-ulang, dimana dalam desain irama dapat berupa repetisi atau variasi. Repetisi merupakan elemen yang dibuat secara berulang-ulang dan konsisten, sedangkan variasi merupakan perulangan elemen visual disertai perubahan bentuk, ukuran, atau posisi. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 43) Contoh

gambar yang menggunakan prinsip irama repetisi digambarkan pada Gambar 2.9., sedangkan contoh gambar yang menggunakan prinsip irama variasi Gambar 2.10.



Gambar 2.9. Iklan Open Design Concept dengan judul ‘Rich’ menggunakan prinsip ritme yang masuk dalam kelompok repetisi (M. Suyanto, 2004: 66)



Gambar 2.10. Iklan perusahaan sepeda motor Harley-Davidson dengan judul ‘Superheroes’ menggunakan prinsip ritme yang masuk dalam kelompok variasi (M. Suyanto, 2004: 67)

C. Penekanan/Dominasi (*Emphasis*)

Dominasi merupakan salah satu prinsip dasar tatarupa yang harus ada dalam karya seni dan desain, dimana penggunaan penekanan ini bertujuan untuk menonjolkan salah satu unsur sebagai pusat perhatian. (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 43) Informasi yang ingin disampaikan kepada *audiens* harus ditonjolkan secara mencolok melalui elemen yang kuat. Penekanan dapat juga dengan menggunakan ruang kosong yang berguna agar desain tidak terlihat terlalu padat sehingga selain dapat menarik perhatian dapat juga menghilangkan kebosanan dan untuk memecah keberaturan. Terdapat beberapa cara untuk menonjolkan elemen visual dalam karya desain, yaitu: (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 44)

1. Kontras

Penekanan dapat dicapai dengan menggunakan kontras, dimana objek yang dianggap penting dibuat berbeda dengan elemen yang lainnya. Contohnya adalah garis horizontal akan tampak terlihat menonjol di antara banyaknya garis vertikal, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.11.



Gambar 2.11. Contoh poster yang menggunakan prinsip penekanan kontras (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 44)

2. Isolasi Objek

Penekanan dapat dicapai juga dengan isolasi objek dengan cara memisahkan objek dari kumpulan objek yang lainnya, dimana contoh desain yang menggunakan prinsip ini biasanya sering digunakan pada desain iklan produk, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.12.



Gambar 2.12. Contoh poster yang menggunakan prinsip penekanan isolasi Objek (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 45)

3. Penempatan Objek

Objek yang ditempatkan di tengah desain akan menjadi penekanan, dan elemen desain tersebut harus memiliki kekuatan yang kuat agar mampu menarik perhatian *audiens*, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.13.



Gambar 2.13 Contoh poster yang menggunakan prinsip penekanan penempatan Objek (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 45)

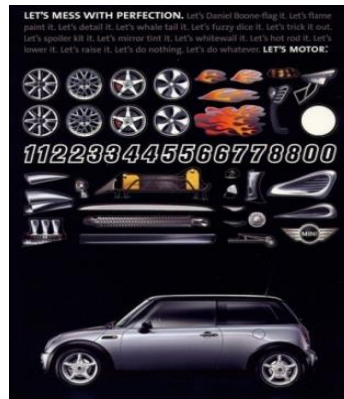
D. Kesatuan (*Unity*)

Kesatuan atau *unity* merupakan salah satu prinsip yang menekankan pada keselarasan dari unsur-unsur yang disusun, baik dalam wujudnya maupun kaitannya dengan ide yang melandasinya.

Beberapa prinsip dalam membuat kesatuan adalah: variasi (M. Suyanto, 2004: 68)

1. Hubungan

Mengulang suatu elemen, misalnya warna, arah, nilai, bentuk, tekstur, atau membangun suatu gaya misalnya gaya linier atau membangun hubungan diantara elemen yang ada, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.14.



Gambar 2.14. Iklan mobil mini yang berjudul “Detail Stickers” menggunakan prinsip kesatuan dengan hubungan variasi (M. Suyanto, 2004: 69)

2. Grid

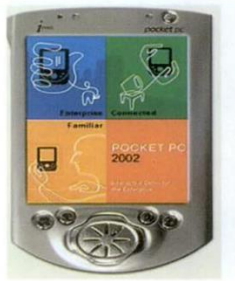
Membagi subbagian format ke dalam bagian horizontal dan vertikal secara tetap, kolom, margin, dan ruang yang membentuk kerangka untuk mengorganisasi ruang, huruf, dan gambar dalam desain, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.15.



Gambar 2.15. Iklan kebun binatang Zoo De Buenos Aires dengan judul “Polar Bear” menggunakan prinsip kesatuan dengan *grid* (M. Suyanto, 2004: 70)

3. Kesejajaran

Hubungan visual yang dibuat antara elemen-elemen, bentuk, dan objek yang mempunyai garis poros yang sama, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.16.



Gambar 2.16. Iklan Microsoft untuk sistem operasi Pocket PC 2002 menggunakan prinsip kesatuan dengan kesejajaran (M. Suyanto, 2004: 70)

4. Aliran

Menggunakan prinsip ritme bergerak dari elemen satu ke elemen lain, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.17.



Gambar 2.17. Iklan Energizer dengan judul “Monster Truck” menggunakan prinsip kesatuan dengan aliran (M. Suyanto, 2004: 71)

2.1.1.3. Elemen-elemen Desain Komunikasi Visual

Untuk dapat membuat suatu desain yang dapat berkomunikasi secara visual, maka dalam pembuatannya harus memperhatikan elemen-elemen dalam desain komunikasi visual.

Elemen-elemen desain komunikasi visual adalah tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan fotografi. (Christine Suharto Cenadi, 1999: 190)

A. Tipografi

Di dalam desain grafis tipografi didefinisikan sebagai suatu proses seni untuk menyusun bahan publikasi menggunakan huruf cetak. (Adi Kusrianto, 2009:190)

Tipografi merupakan unsur pendukung dalam suatu desain, karena tipografi dalam suatu desain bukan hanya rangkaian kata yang memiliki makna dari sebuah objek atau gagasan saja tetapi juga dapat menimbulkan kesan atau citra secara visual.

Lazio Moholy berpendapat bahwa tipografi adalah alat komunikasi. Oleh karena itu, tipografi harus dapat berkomunikasi dalam bentuknya yang paling kuat, jelas (*clarity*), dan terbaca (*legibility*). (Adi Kusrianto, 2009:190)

Para ahli mengelompokkan jenis-jenis desain huruf sesuai dengan cirinya masing-masing. Berikut ini adalah beberapa contohnya: (Lia Anggraini S-Kirana Natalia, 2014: 58)

1. Serif

Jenis huruf Serif memiliki ciri-ciri, yaitu kaki/sirip (Serif) yang berbentuk lancip pada ujungnya, dimana kaki-kaki yang terdapat pada serif tersebut berfungsi untuk memudahkan membaca teks-teks kecil dan teks dengan jarak baris yang sempit. Jenis huruf Serif memiliki ketebalan dan ketipisan yang kontras pada garis-garis hurufnya, sehingga memiliki kemudahan membaca (*readability*) yang cukup tinggi. Jenis huruf Serif dapat menimbulkan kesan klasik, resmi, dan elegan. Jenis huruf Serif sering digunakan untuk surat resmi, surat kabar, buku, dan lain-lain. Contoh jenis huruf Serif adalah Bodoni, Garamond, dan Times New Roman, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.18.

Serif

Gambar 2.18. Garamond merupakan salah satu jenis huruf Serif

2. Sans Serif

Huruf Sans Serif memiliki ciri-ciri diantaranya yaitu pada semua ujung huruf tanpa sirip (Serif), dan hurufnya memiliki ketebalan yang sama. Jenis huruf Sans Serif memiliki kesan kesederhanaan, lugas, “masa kini”, dan futuristik. Jenis huruf ini sangat cocok apabila dipakai untuk desain yang ingin menampilkan citra modern dan sederhana atau simpel. Jenis huruf Sans Serif lebih banyak digunakan pada layar komputer karena lebih mudah untuk dibaca. Beberapa font yang tergolong ke dalam jenis huruf Sans Serif yaitu Trebuchet, Helvetica, Arial, dan lain-lain, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.19.

Sans Serif

Gambar 2.19. Arial merupakan salah satu contoh jenis huruf Sans Serif

3. Script

Jenis huruf Script memiliki tampilan yang menyerupai goresan tangan yang dikerjakan dengan menggunakan pena, kuas, atau pensil tajam dan biasanya miring ke kanan. Beberapa font yang tergolong ke dalam jenis huruf Script yaitu Harrington, Harlow, Papyrus, Handwriting, dan lain-lain, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.20.

Script

Gambar 2.20. Harrington merupakan salah satu contoh jenis huruf Script

B. Simbolisme

Saat ini simbol dapat dijumpai di berbagai macam tempat, seperti pusat perbelanjaan, rumah sakit, dan di tempat-tempat umum lainnya. Simbol berfungsi sebagai sarana informasi yang sangat efektif untuk menjembatani perbedaan bahasa yang digunakan. Bentuk yang lebih kompleks dari simbol adalah logo.

Logo adalah identifikasi dari sebuah perusahaan, karena itu suatu logo mempunyai banyak persyaratan dan harus dapat mencerminkan perusahaan tersebut, (Christine Suharto Cenadi, 1999: 6) seperti yang digambarkan pada Gambar 2.21.



Gambar 2.21. Logo perusahaan SONY (Syahril Iskandar, 2007: 38)

C. Ilustrasi

Ilustrasi adalah suatu bidang dari seni yang berspesialisasi dalam penggunaan gambar yang tidak dihasilkan dari kamera atau fotografi (*nonphotographic image*) untuk visualisasi. Dengan kata lain, ilustrasi yang dimaksudkan di sini adalah gambar yang dihasilkan secara manual. (Syahril Iskandar, 2007: 7)

Ilustrasi berbeda dengan fotografi, karena gambar ilustrasi dapat bersifat lebih hidup jika dibandingkan dengan fotografi. Maka dari itu, saat ini gambar ilustrasi banyak dipakai untuk buku cerita anak-anak karena sifatnya yang imajinatif, seperti yang digambarkan pada Gambar 2.22.



Gambar 2.22. Contoh ilustrasi (Esvandiari Sant – Renny Handayani, 2007: 1)

D. Fotografi

Fotografi sangat efektif untuk mengesankan keberadaan suatu tempat, orang atau produk karena sifatnya yang lebih “*representatif*”. Sebuah foto dapat menunjang desain yang dibuat di samping pesan yang terkandung di dalam desain itu sendiri, (Esvandiari Sant – Renny Handayani, 2007: 7) seperti yang digambarkan pada Gambar 2.23.



Gambar 2.23. Contoh fotografi

2.1.1.4. Layout

Menurut Graham Davis, mantan Art Director Time-Life International menunjukkan sembilan macam kemungkinan tampilan layout halaman yang dimuat dalam bukunya yang berjudul “*Quick Solution To Great Layout*”, diantaranya adalah (Adi Kusrianto, 2009: 289):

A. *Style Conventional*

Style conventional memberikan kesan padat dengan pilihan teks yang berat. *Headlines* diletakkan di atas kiri, sedangkan gambar diletakkan di bawah. *Style* tersebut terkesan sederhana dan formal. Publikasi-publikasi yang bersifat resmi masih sering menggunakan *style* seperti ini.

B. *Style Classic*

Style classic memberikan kesan yang sederhana, dimana teks dibagi menjadi dua kolom di setiap halaman. *Headlines* diletakkan di tengah atas dan gambar/foto diletakkan di tengah halaman, diantara dua kolom teks.

C. *Style Modern*

Style modern menggunakan susunan teks melebar, dimana cukup ada satu kolom pada satu halaman. Oleh karena itu, digunakan *leading* (jarak antar baris) yang lebih lebar. Jarak antar karakter pun dilonggarkan untuk memudahkan pembacaan. *Headlines* diatur dengan *style* berjarak karakter lebar bahkan ekstra lebar jika perlu. Gambar dimuat dalam dua halaman dengan posisi yang berlawanan di bagian tengah pada masing-masing halaman. Sebagai elemen tambahan, diberikan garis tebal sebagai *balancing* bidang di pojok kiri atas dan pojok kanan bawah.

D. *Style Natural*

Style natural memiliki susunan yang elegan menggunakan teks berspasi lebar. Jarak antara *headlines* dengan *bodyteks* dibuat cukup jauh. Bidang gambar ditampilkan dalam bentuk oval. Untuk memberikan kesan tertib dan rapi, masing-masing bidang cetak diberi garis *border*, sedangkan pada bidang gambar digunakan latar belakang segi empat menggunakan ukuran yang sama dengan bidang teks di sebelahnya. Antara garis *border* dengan teks diberi bidang kosong yang cukup, sehingga akan menimbulkan kesan yang kuat serta fokus pada *bodyteks*.

2.1.2.2. Metode Desain

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), metode adalah cara teratur yang digunakan untuk melaksanakan suatu pekerjaan agar tercapai sesuai dengan yang dikehendaki, cara kerja yang bersistem untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan guna mencapai tujuan yang ditentukan. Sedangkan desain adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, serta kreativitas (Adi Kusrianto, 2009:12). Jadi, metode desain adalah cara terstruktur yang digunakan untuk memudahkan pelaksanaan suatu kegiatan menggunakan segala sesuatu yang berkaitan dengan perancangan estetika, cita rasa, dan kreativitas guna mencapai tujuan yang ditentukan. Metode desain terdapat beberapa macam, tergantung pada permasalahan yang sedang terjadi dan hasil yang diharapkan dari permasalahan yang ada, diantaranya adalah (J. Christoper Jones, 1970:80):

A. Isu Singkat

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa isu singkat, maka hasil yang diharapkan dari permasalahan tersebut dapat berupa eksplorasi desain sesuai dengan situasi, perubahan struktur masalah, peletakan batas, penjelasan sub-solusi, dan identifikasi konflik; sub-solusi digabungkan menjadi alternatif desain, dan evaluasi desain alternatif serta pemilihan desain akhir.

B. Eksplorasi Desain Sesuai Dengan Situasi

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa eksplorasi desain sesuai dengan situasi, maka hasil yang diharapkan dari permasalahan tersebut dapat berupa perubahan struktur masalah dan sub-solusi digabungkan menjadi alternatif desain.

C. Perubahan Struktur Masalah

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa perubahan struktur masalah, maka hasil yang diharapkan dari permasalahan tersebut dapat berupa eksplorasi desain sesuai dengan situasi, peletakan batas, penjelasan sub-solusi, dan identifikasi konflik; sub-solusi digabungkan menjadi alternatif desain, dan evaluasi desain alternatif serta pemilihan desain akhir.

D. Peletakan Batas, Penjelasan Sub-Solusi, Dan Identifikasi Konflik

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa peletakan batas, penjelasan sub-solusi, dan identifikasi konflik, maka hasil yang diharapkan dari permasalahan tersebut dapat berupa perubahan struktur masalah, sub-solusi

digabungkan menjadi alternatif desain, dan evaluasi desain alternatif serta pemilihan desain akhir.

E. Sub-Solusi Digabungkan Menjadi Alternatif Desain

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa sub-solusi digabungkan menjadi alternatif desain, maka hasil yang diharapkan dari permasalahan tersebut dapat berupa evaluasi desain alternatif serta pemilihan desain akhir.

F. Evaluasi Desain Alternatif Serta Pemilihan Desain Akhir

Jika permasalahan yang sedang terjadi berupa evaluasi desain alternatif serta pemilihan desain akhir, maka tidak terdapat hasil yang diharapkan.

Metode desain yang cocok untuk pembuatan media komunikasi visual merupakan metode desain perubahan struktur masalah yang diharapkan dapat menghasilkan eksplorasi desain sesuai dengan situasi permasalahan yang ada, dimana tahapannya adalah: pencarian literatur, kuesioner, penyelidikan perilaku pengguna, pengujian sistemik, pemilihan skala pengukuran, dan data logging.

2.1.3. Pengertian Buku

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008 : 25) buku mempunyai arti yaitu lembar kertas yang berjilid, berisi tulisan atau kosong. Sedangkan menurut Oxford Dictionary buku mempunyai arti sebagai hasil karya yang ditulis atau dicetak dengan halaman-halaman yang dijilid pada satu sisi ataupun juga merupakan suatu hasil karya yang ditujukan untuk penerbitan. Sedangkan menurut the face dictionary, buku adalah kumpulan dari suatu tulisan yang

kemudian dicetak atau berupa halaman-halaman kosong yang dijilid, pada satu sisi yang dilindungi oleh kertas yang tebal yang melindungi sebagai cover.

2.1.3.1. Kriteria Buku Yang Efektif

Buku berisi lembaran halaman yang cukup banyak, sehingga lebih tebal daripada booklet. Berbeda dengan booklet yang bisa dijilid hanya dengan staples atau bisa juga tidak dijilid karena Cuma terdiri dari beberapa lembar, pada buku penjilidan yang baik merupakan keharusan agar lembar-lembar kertasnya tidak tercerai berai. (Surianto Rustam, 2008:122)

Pemanfaatan buku sebagai media informasi sudah sangat umum. Sehingga ada begitu banyak jenis-jenis buku, buku cerita, komik, novel, majalah, buku-buku tebal seperti kamus, ensiklopedi, buku telepon, terbitan berkala seperti majalah, *annual report* (laporan tahunan perusahaan), *company profile* (profil perusahaan), katalog produk, dan lain-lain.

Karena memiliki halaman-halaman seperti pada booklet, praktis prinsip-prinsip layout yang berlaku pada booklet juga diterapkan dalam buku. Sebagai tambahan, karena halaman buku lebih banyak daripada booklet, maka perlu ekstra kerja dalam mendesain buku untuk menjamin penyampaian informasi yang berhasil. Hal-hal yang perlu diperhatikan antara lain: desain cover, desain navigasi, kejelasan informasi, kenyamanan membaca, pembedaan yang jelas antar bagian/bab, dan lain-lain.

Sistem navigasi dalam sebuah buku amatlah penting untuk memberi informasi kepada pembaca dimana dia berada maupun untuk mencari topik

tertentu didalam buku. Daftar isi, nomor halama, running text merupakan beberapa sistem navigasi yang terdapat didalam buku. Tiap halaman ditandai dengan nomor dan running text, sedangkan daftar isi menjadi semacam peta perjalanan.

2.1.4. *Booklet*/Buku Profil Perusahaan

Saat ini banyak sekali media yang dapat digunakan untuk menjadi alat pemasaran atau promosi sebuah produk atau jasa dari sebuah perusahaan, salah satunya adalah buku profil perusahaan.

Banyak sekali tujuan dari buku profil perusahaan ini, salah satunya adalah untuk lebih menerangkan pada semua pihak yang telah atau akan terkait dengan sebuah perusahaan bahwa perusahaan ini mempunyai manfaat atau harus ada di tengah-tengah mereka.

Adanya nilai manfaat sebuah perusahaan inilah yang melandasi penulisan akan bidang yang diambil oleh perusahaan harus ditulis dengan porsi yang cukup. Misalnya perusahaan Anda bergerak pada bidang pertambangan, maka porsi penulisan tentang segala hal yang berkaitan dengan pertambangan harus mendapatkan porsi yang cukup.

Ini memberikan manfaat agar para pembaca mendapatkan pengetahuan umum tentang dunia pertambangan. Dengan pengetahuan umum ini diharapkan ia bisa lebih memahami tentang dasar-dasar dunia pertambangan, yang pada gilirannya akan membuatnya tertarik untuk terlibat pada sebuah perusahaan pertambangan. Dengan banyaknya pihak yang kompeten dengan bidang dan

keahliannya yang tertarik untuk bergabung ini tentunya akan menguntungkan perusahaan.

Manfaat Penulisan Buku Profil Perusahaan yang lainnya adalah memberikan penjelasan pada berbagai pihak bahwa mulai awal berdirinya hingga saat ini perusahaan mempunyai orang-orang yang kompeten pada bidang dan posisi yang dijabatnya dalam perusahaan. Buku profil perusahaan juga menuliskan bagaimana sebuah perusahaan bisa tetap eksis berdiri dan memberi kontribusi setiap masa, meski dalam perjalanannya menghadapi kendala yang beragam. Hal ini tentunya karena SDM yang dimiliki perusahaan mampu membendung setiap kendala atau masalah yang muncul tersebut.

Dengan mengetahui bagaimana keunggulan SDM yang terdapat dalam perusahaan Anda melalui biografi perusahaan inilah yang juga makin membuat berbagai pihak akan menaruh kepercayaan besar pada perusahaan Anda. Pengetahuan dasar pada bidang perusahaan serta penulisan tentang SDM perusahaan dari masa ke masa ini hanya bisa Anda jelaskan dalam sebuah buku profil perusahaan. (penuliscompanyprofile.com/?p=68/ diakses pada tanggal 02 Juli 2015)

2.1.4.1. Buku Profil Perusahaan sebagai media Informasi

Pada dasarnya buku memiliki fungsi umum yaitu sebagai media informasi. (Surianto Rustam, 2008:122). Informasi yang disampaikan oleh buku tersebut disesuaikan dengan jeni buku apa yang disusun atau ditulis.

Misalnya buku telepon, buku ini disusun sebagai sumber informasi nomor-nomor telepon bagi yang membutuhkan informasi tersebut. Atau buku kamus,

disusun sebagai sumber informasi arti dari berbagai istilah bahasa asing atau pengertian lain dari sebuah kata atau kalimat.

Dari contoh ini terlihat jelas bahwa buku memiliki fungsi sebagai media sumber informasi. Sama halnya dengan buku profil perusahaan, buku profil perusahaan memiliki fungsi sebagai sebuah media informasi yang dapat menyediakan informasi dari sebuah perusahaan tertentu yang dibutuhkan oleh calon customer atau siapapun yang membutuhkan informasi dari sebuah perusahaan.

2.1.5. Website

World Wide Website atau biasa dikenal dengan istilah Web pertama kali diciptakan pada tahun 1991 di CERN, Laboratorium fisika, Partikel, Jenewa, Swiss. Tujuan awalnya adalah untuk menciptakan media yang mudah untuk berbagi informasi di antara para fisikiawan dan ilmuwan (Abdul Kadir, 2003:375). Web adalah fasilitas *hypertext* yang mampu menampilkan data berupa teks, gambar, suara, animasi, dan multimedia lainnya, dimana di antara data tersebut saling terkait dan berhubungan satu dengan yang lainnya. Untuk memudahkan dalam membaca data tersebut diperlukan sebuah Web *browser* seperti Internet Explorer, Opera, Mozilla Firefox, Googlechrome dan lainnya, sedangkan *Website* (situs Web) merupakan tempat penyimpanan data dan informasi berdasarkan topik tertentu.

Ada beberapa unsur yang ada didalam sebuah *Website* yaitu:

Pertama internet. Internet merupakan rangkaian jaringan yang berada pada semua organisasi dihubungkan dengan suatu jaringan terbesar melalui telepon,

satelit dan sistem-sistem komunikasi yang lain sehingga dapat saling berkomunikasi. Kedua nama domain/URL merupakan alamat unik di dunia internet yang digunakan untuk mengidentifikasi sebuah *Website*. Nama domain memudahkan *user* dalam mengingat alamat IP. Layanan yang bertugas menerjemahkan alamat IP ke sebuah nama domain adalah DNS (Domain Name Service). Ketiga Web browser merupakan aplikasi di pihak *client* yang berfungsi menerjemahkan dan menampilkan informasi dari server secara grafis kepada *client*. Keempat, Webservice merupakan sebuah komputer (*server*) dan *software* yang menyimpan dan mendistribusikan data komputer lainnya melalui jaringan internet. Keenam, Web hosting merupakan ruangan yang terdapat dalam hardisk tempat menyimpan data, file-file, gambar, dan lainnya yang akan ditampilkan di *Website*.

2.1.5.1 Kriteria *Website* yang Baik

Sebuah *Website* dapat dinilai memiliki desain yang baik apabila memenuhi kriteria tertentu yang berbeda tergantung sudut pandang penilai. Secara umum terdapat kriteria desain *Website* yang baik (sites.google.com/site/buatwebsite99/7-kriteria-website-yang-baik/ diakses pada tanggal 2 juli 2015) yaitu:

1. Desain Visual

Desain adalah kreatifitas, tidak ada yang salah selama tidak merugikan orang lain. Desain meliputi :

- a. Warna
- b. Layout

- c. Elemen
- d. Tipografi
- e. Mempunyai desain dengan struktur yang tepat seperti header, footer dan menu navigasi.
- f. Struktur tersebut sama pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak dibuat bingung dengan misalnya, menu yang berpindah-pindah.
- g. Pemilihan warna, penempatan logo *Website* dan *font* yang digunakan konsisten pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak merasa pindah ke *Website* lainnya.

2. *Loading Time*

Loading time Website adalah waktu yang diperlukan oleh *browser* untuk menampilkan *Website* secara keseluruhan. Banyak hal yang mempengaruhi kecepatan tersebut, seperti elemen-elemen CSS, elemen-elemen HTML, elemen-elemen javascript, kecepatan akses internet, *image* dan lain sebagainya.

- a. Waktu *loading* yang cepat harus menjadi perhatian utama dalam mengakses sebuah *Website*, karena pengunjung baru enggan berlama-lama menunggu dan memutuskan untuk meninggalkan *Website*.

3. *Interactivity* (Bersifat Interaktif)

Bersifat interaktif disini dalam pengertian memiliki kemampuan untuk mengakomodasi respon pengguna *Website*. Pengunjung akan segera

meninggalkan *Website* jika mereka tidak mendapatkan kejelasan tentang apa yang ditawarkan pada *Website*. Interaktif meliputi :

- a. Informasi yang cukup pada halaman *Website* mengenai isi *Website* tersebut seperti judul yang cukup jelas dibaca dan menginformasikan isi halaman *Website*
- b. Memberikan tautan (*link*) yang menuju halaman-halaman lain pada *Website*

4. Konten

Blog atau *Website* yang baik adalah blog atau *Website* yang memiliki isi atau konten yang bagus. Ingat hal yang paling penting dari suatu blog atau *Website* adalah isi atau kontennya.

Konten yang ideal yaitu:

- a. Konten yang dapat bermanfaat bagi pengguna
- b. Konten yang menarik dan relevan
- c. Gaya penulisan harus sesuai dengan Web dan target *audience*

5. Aksesabilitas dan kompatibilitas

Kompatibilitas adalah seberapa luas sebuah *Website* didukung kompatibilitas peralatan yang ada, misalnya *browser* dengan berbagai *plug-in* nya (IE, Mozilla, Opera, Google Chrome, Netscape, Lynx, Avant, Maxthon dan masih banyak lagi dengan berbagai versi dan *plugin* nya).

Kompatibilitas meliputi :

Web dapat kompatibel terhadap semua *browser*

6. *Functionality*

Penggunaan teknologi yang cocok untuk misi yang hendak disampaikan sebuah Web adalah yang dimaksud dengan fungsionalitas.

Functionality meliputi :

- a. Pengaksesan informasi dengan cepat dan baik
- b. Kelengkapan fitur yang sesuai untuk pengguna *Website*

7. *Usability*

Usability adalah kemampuan sistem agar mudah digunakan dan sederhana dalam pengoperasiannya. Web harus memenuhi lima syarat untuk mencapai tingkat *usability* yang ideal, antara lain:

- a. Mudah untuk dipelajari
- b. Efisien dalam penggunaan
- c. Mudah untuk diingat
- d. Tingkat kesalahan rendah
- e. Kepuasan pengguna

2.1.6. *Website Company Profile*

Pada mulanya *website* dibuat untuk menyampaikan informasi kepada orang lain. Tetapi sekarang ini fungsi *website* sudah semakin luas. Banyak *website* yang digunakan sebagai media untuk mempromosikan produk, jasa, dan bahkan memperkenalkan perusahaan kepada khalayak. Ada juga yang memanfaatkan *website* untuk mendapatkan penghasilan tambahan dengan sistem berjualan secara online.

Jika dibandingkan dengan media lain (seperti brosur, poster, surat kabar, atau lainnya), *website* merupakan media yang paling efektif dan efisien (Jubilee Enterprise, 2015: 1). Beberapa keunggulan dari *website* antara lain daya jangkauan yang luas, penyampaian informasi yang cepat, serta biaya yang murah.

Melihat perkembangan pengguna internet yang sangat pesat, tentunya akan memperbesar potensi marketing melalui internet. Pada dasarnya ada banyak media untuk dapat memanfaatkan potensi marketing melalui internet. Salah satu media yang dapat digunakan adalah *website*. Melalui *website* banyak hal yang dapat disampaikan terkait dengan perusahaan.

2.1.6.1. Syarat mendirikan *website* profil perusahaan

Pada dasarnya ada tiga syarat pokok yang harus diperhatikan dalam merancang *website* profile untuk sebuah perusahaan. Syarat-syarat tersebut adalah, tujuan, target dan produk atau jasa yang ditawarkan. Ketiga hal itu harus ada didalam sebuah *website* profil perusahaan.

2.1.6.2. Tujuan utama mendirikan *website* profil perusahaan

Langkah awal yang sebaiknya dilakukan sebelum merancang *website* profil perusahaan untuk usaha pemasaran dan promosi adalah menentukan tujuan utama. Hal itu dapat diperoleh dari pendapat pihak-pihak yang ada didalam perusahaan. Hasil dari pendapat itu selanjutnya dapat didiskusikan dengan pihak pengembang *website* agar mereka merancang *website* yang menampilkan tujuan utama dari perusahaan.

Setiap komponen yang ada didalam *website* harus berhubungan dengan tujuan utama. Apabila perusahaan ingin memperbarui, menambah, atau mengubah komponen didalam *website*, pastikan komponen tersebut tidak menyimpang dari tujuan utama. Beberapa tujuan utama yang sering diterapkan didalam *website* profil perusahaan, antara lain: (Jubilee Enterprise, 2015: 2-3)

- a. *Website* tersebut digunakan untuk memperkenalkan produk atau jasa.
- b. *Website* tersebut digunakan untuk menyampaikan informasi produk atau jasa.
- c. *Website* tersebut dapat menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh customer.

2.1.6.3. Website Profil Perusahaan sebagai media Informasi

Pemberdayaan website sebagai media Perkembangan teknologi dari tahun ke tahun menunjukkan manusia selalu menginginkan hal yang praktis, seperti halnya dulu telepon koin dan kartu begitu menjadi primadona dalam berkomunikasi. Setelah era telepon koin dan kartu kita memasuki jaman dimana wartel begitu merakyat, dan beberapa tahun kemudian sampai sekarang era komunikasi mengarah pada penggunaan teknologi internet. Hal itu bisa dibuktikan dengan menjamurnya warnet dan penyedia jasa internet, mulai dari via kabel telpon, wifi hingga menggunakan USB. (<http://kalteng.siap.web.id/2012/10/30/contoh-feat2/>) [Diakses pada 14 Desember 2015]

Salah satu sisi positif dari perkembangan teknologi internet tersebut adalah pemanfaatan website sebagai sarana informasi. Bandingkan apabila masih menggunakan kertas sebagai sarana dalam menyampaikan informasi, berapa ribu

lembar kertas yang bisa kita hemat, berapa ratus pohon yang bisa kita selamatkan dari proses pembuatan bubur kertas. Mungkin dari segi biaya, instansi atau perusahaan tidak terlalu kesulitan untuk mengeluarkan uang dalam mencetak lembar-lembar pengumuman tersebut, namun bagi lingkungan hidup atau ekosistem bumi hal tersebut luar biasa manfaatnya.

Seperti disinggung sebelumnya, salah satu cara berhemat adalah menggunakan website sebagai media informasi, selain saat ini website bisa dibuat dengan biaya gratis, website juga dapat menampilkan informasi dalam bentuk yang interaktif dibanding kertas konvensional. Media yang digunakan juga tidak terbatas komputer tetapi juga dapat diakses via perangkat mobile, tablet dan gadget lainnya. Informasi yang disampaikan via website bersifat realtime (dapat diakses kapanpun, dimanapun dan sampai kapanpun)

Hal ini juga yang menjadi alasan mengapa website dipilih sebagai salah satu media sumber informasi dari sebuah perusahaan. Karena dengan adanya website, para pencari informasi dari perusahaan tertentu tidak perlu lagi bersusah payah mencari sumber informasi yang sulit, cukup akses website yang dimiliki perusahaan maka informasi yang dibutuhkan akan segera tersedia.

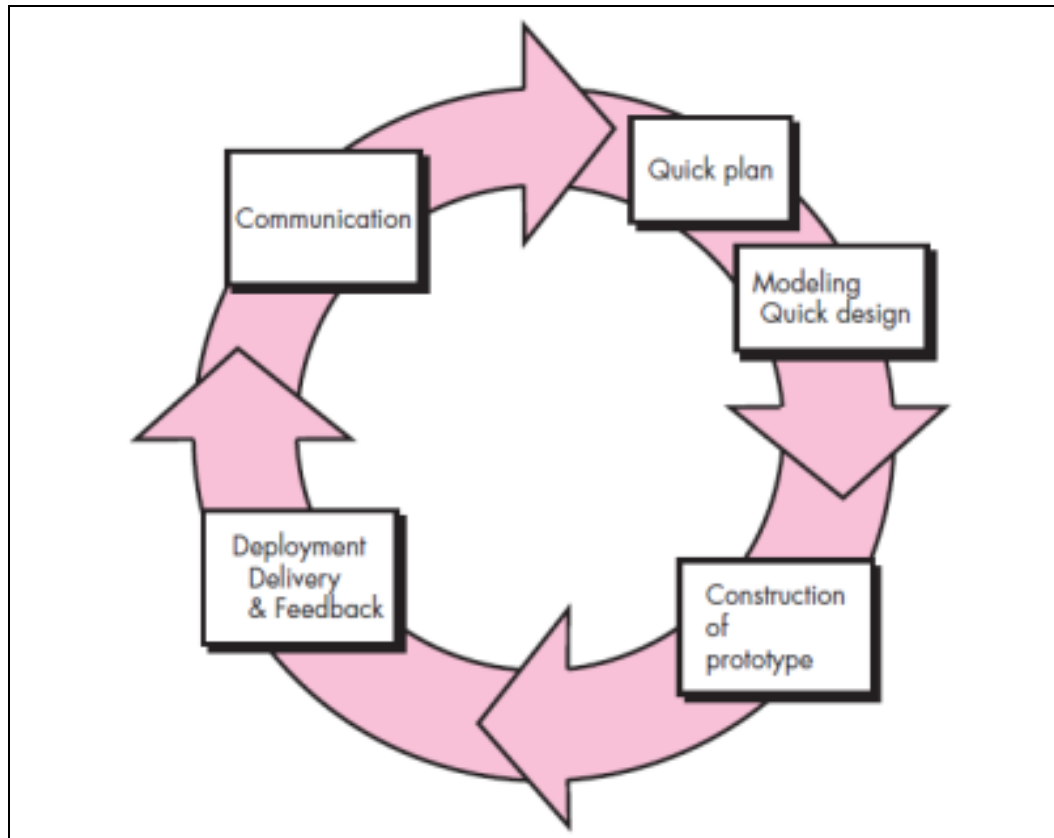
2.1.7. Pengembangan Sistem Dengan Metode Prototyping

Prototyping merupakan salah satu metode pengembangan sistem atau perangkat lunak evolusioner. Metode ini menggunakan pendekatan untuk membuat suatu program secara cepat dan bertahap, tujuannya agar produk yang dihasilkan dapat segera dievaluasi oleh pihak pengguna. (Abdul Kadir, 2003: 416)

Sebagai metode pengembangan evolusioner, *prototyping* memiliki sejumlah kelebihan dibandingkan metode pengembangan klasik pada umumnya, kelebihan metode ini dibandingkan dengan metode lainnya antara lain:

1. Pendefinisian kebutuhan pengguna menjadi lebih baik karena keterlibatan pengguna yang lebih intensif.
2. Meningkatkan kepuasan dan mengurangi resiko pengguna mengingat keterlibatan mereka yang tinggi pada proses pengembangan.
3. Mempersingkat waktu pengembangan.
4. Memperkecil kemungkinan kesalahan yang terjadi pada setiap versi prototipe, karena kesalahan akan segera terdeteksi oleh pengguna.
5. Pengguna memiliki kesempatan lebih banyak dalam meminta perubahan-perubahan.
6. Menghemat biaya, menurut penelitian penerapan metode ini menghemat antara 10 - 20% dibandingkan dengan penerapan metode klasik atau tradisional.

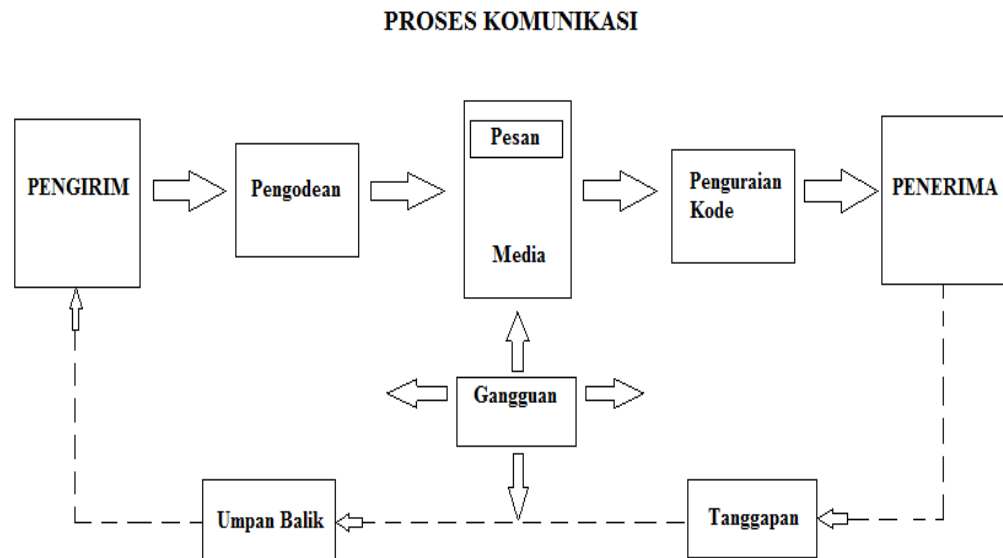
Proses pembuatan prototipe merupakan proses yang interaktif dan berulang-ulang yang menggabungkan langkah-langkah siklus pengembangan tradisional. Prototipe dievaluasi dan direvisi beberapa kali sebelum pada akhirnya pengguna akhir menyatakan prototipe tersebut diterima. Gambar dibawah ini mengilustrasikan proses pembuatan prototipe:



Gambar 2.24 Tahapan Dalam Pembuatan Prototipe

2.1.8. Komunikasi

Komunikasi merupakan sebuah rangkaian proses yang terdiri atas pengirim, pengodean (*encoding*), media, pesan/berita, penerjemahan kode (*decoding*), penerima, gangguan, tanggapan, dan umpan balik (Surachman S, 2008:180), seperti yang digambarkan pada Gambar 2.24.



Gambar 2.25. Proses komunikasi secara umum (Surachman S, 2008:181)

2.1.8.1. Komunikasi Pemasaran

Komunikasi pemasaran atau promosi merupakan kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mengkomunikasikan dan mempromosikan produk-produk ke pasar sasaran. Komunikasi pemasaran biasanya disebut juga sebagai bauran promosi (*promotion mix*) yang mengacu kepada bauran spesifik dari iklan, promosi penjualan, hubungan masyarakat, penjualan pribadi, dan pemasaran langsung ditambah dengan *point of purchase communication* (*pop communication*) sebagai alat-alat dari perusahaan dalam rangka mencapai tujuan perusahaan (Surachman S, 2008:180).

Pemasaran berfungsi untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada orang lain terhadap produk atau jasa yang dibuat dan membujuk atau mempengaruhi orang lain agar membeli, menggunakan, dan tetap menjadi

konsumen terhadap produk atau jasa yang dihasilkan. Produk atau jasa yang dihasilkan perlu dikomunikasikan kepada orang lain agar produk atau jasa tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas.

Dalam memasarkan produk atau jasa, suatu perusahaan memerlukan alat komunikasi yang efektif untuk memberikan informasi kepada masyarakat luas mengenai produk atau jasa yang dihasilkan, dan alat komunikasi tersebut adalah promosi.

2.1.9. Promosi

Promosi adalah proses komunikasi oleh pemasar yang menginformasikan, memengaruhi, dan mengingatkan kepada calon pembeli potensial akan produk-produknya dalam rangka memengaruhi opini dan tanggapan dari calon pembeli. Tanggapan yang diharapkan di sini adalah timbulnya perilaku pembeli (Surachman S, 2008:182).

Perusahaan yang melakukan promosi dengan menggunakan alat bauran promosi yang efektif dapat membantu untuk mencapai tujuan pokok perusahaan yaitu memaksimalkan penjualan sehingga akhirnya volume penjualan meningkat.

2.1.9.1. Kriteria Media Promosi Yang Efektif

Efektivitas sebuah promosi selalu saja menjadi misteri bagi para marketer sejak dulu. Kesuksesan sering kali tidak bisa diukur dengan cepat, sehingga bagi pihak lain yang berpikir soal return on investment, hal ini sering kali tidak dirasakan dengan cepat. (<http://www.marketing.co.id/memakai-gaya-promosi-lama-dead/>) [Diakses pada tanggal 12 Desember 2015]

Promosi adalah bagian dari marketing mix (4P) yang paling kompleks. Istilah promosi dimaknai dalam arti luas sebagai marketing communication. Komunikasi ini menjadi bagian penting bagi para marketer karena tanpa adanya komunikasi, produk tidak bisa dikenal, dipercaya, dan dibeli oleh konsumen.

Oleh karena itu, promosi harus bisa meraih awareness, trust, buying habit, sampai consumer loyalty. Sayangnya memang banyak pemilik merek yang hanya berpikir bagaimana promosi ini bisa menciptakan pembelian.

Efektivitas promosi menyangkut bagaimana perilaku konsumen mengalami perubahan. Cara mengonsumsi media misalnya, dalam dekade terakhir ini mengalami perubahan.

Konsumen yang semakin mobile, penetrasi internet yang tinggi, dan konsumen yang digital minded akan selalu menimbulkan pertanyaan: apakah media konvensional masih bisa diandalkan dewasa ini?

Salah satu perubahan karakter dalam dunia media sekarang dan masa mendatang adalah perubahan dari karakter paid media menjadi owned media dan kemudian earned media.

2.1.9.2. Pengetahuan Produk

Definisi pengetahuan produk (*product knowledge*) adalah cakupan seluruh informasi akurat yang disimpan dalam memori konsumen yang sama baiknya dengan persepsinya terhadap pengetahuan produk. Konsumen yang berpengetahuan lebih tinggi akan lebih realistis dalam pemilihan sesuai harapannya.

Pengetahuan konsumen terhadap produk merupakan konsep penting dalam memahami perilaku konsumen seperti pencarian informasi dan proses informasi.

Ada dua konsep teori yang dapat dibedakan mengenai pengetahuan (*knowledge*). Pertama adalah *objective knowledge* (pengetahuan objektif) yakni informasi yang akurat mengenai jenis produk yang disimpan dalam memori dalam jangka waktu yang panjang. Kemudian yang kedua adalah pengetahuan berdasarkan *self-assessed knowledge* (pengetahuan subjektif) yang menyangkut persepsi orang mengenai apa dan sejauh mana pengetahuan orang tersebut terhadap produk. Darby dan karni menyatakan bahwa hubungan dalam pencarian informasi, terkadang lebih dapat diidentifikasi secara objektif dan mempunyai atribut yang komunikatif serta mempunyai keistimewaan dibandingkan yang lain, keterkenalan ini untuk mengurangi kelemahan prasangka dan kesulitan-kesulitan dalam proses. Lebih lanjut terhadap karakteristik produk, adanya celah yang sempit antara *self assessed*.

<http://library.binus.ac.id/eColls/eThesisdoc/Bab2HTML/2012100232MNBab2001/page29.html> [Diakses pada 10 Desember 2015]

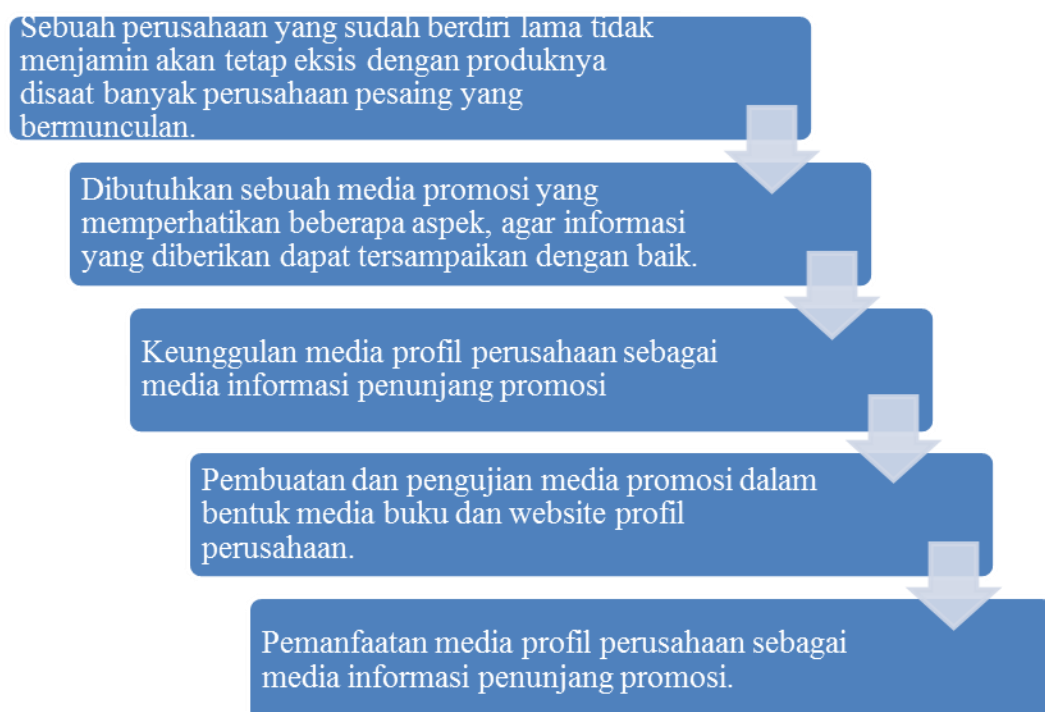
2.2. Kerangka Berpikir

Perusahaan yang sudah lama berdiri tidak menjamin akan tetap eksis dengan produknya disaat semakin banyaknya perusahaan pesaing yang bermunculan. Apabila perusahaan itu tidak dapat mempertahankan eksistensinya, maka perusahaan itu harus siap digempur oleh perusahaan saingannya. Sebuah media promosi yang baik amat diperlukan untuk dapat mempertahankan eksistensi tersebut. Bahkan sebuah media promosi yang baik juga dapat menjadi citra dari sebuah perusahaan. Semakin baik media promosi yang mereka miliki, maka akan sebaik pula citra perusahaan itu dimata masyarakat.

Promosi berguna agar produk atau jasa yang ditawarkan dapat dikenal oleh masyarakat luas sehingga nantinya akan berdampak kepada omset perusahaan yang akan dicapai. Agar promosi sebuah produk atau jasa dapat berjalan dengan baik, maka dalam perancangan media promosinya pun harus memperhatikan beberapa aspek penting dalam mendesain media tersebut agar informasi yang akan diberikan kepada masyarakat dapat tersampaikan dengan baik dan masyarakat dapat tertarik dengan produk atau jasa yang ditawarkan. Karena tujuan dari media promosi adalah untuk menginformasikan suatu produk sehingga masyarakat dapat mengenal produk tersebut dan mempengaruhi hingga merubah perilaku target (*audience*) sesuai dengan tujuan yang diinginkan.

PT. Mensana Aneka Satwa adalah salah satu perusahaan produsen dan distributor obat-obatan hewan di Indonesia yang cukup mempunyai nama dibidang ini. PT. Mensana Aneka Satwa berdiri pada akhir tahun 1986. Perusahaan ini berdiri karena adanya inisiatif dari direktur sekaligus pemilik Bapak Dani Ong yang melihat adanya peluang usaha dibidang ini. Perusahaan ini sebenarnya sudah cukup diperhitungkan. Akan tetapi beberapa tahun kebelakang ini PT. Mensana Aneka Satwa mengalami penurunan dalam hal omset dan konsumen. Melihat hal ini, banyak usaha yang sudah dilakukan oleh pihak perusahaan. Misalnya melakukan promosi produk mereka dengan iklan di majalah tentang peternakan, melalui brosur, dan mengikuti berbagai acara pameran produk untuk kebutuhan hewan ternak. Akan tetapi hal itu masih saja belum membawa dampak baik yang signifikan terhadap permasalahan yang mereka hadapi. Akhirnya pihak perusahaan merasa perlu memiliki media lain yang dapat membantu membawa dampak baik yang lebih signifikan terhadap permasalahan

perusahaan. Media tersebut adalah buku dan *website* profil perusahaan. Kedua media ini dianggap menjadi salah satu hal yang dapat membantu mengatasi masalah tersebut. Karena melalui buku dan *website* profil perusahaan tersebut akan lebih banyak informasi penting yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa yang dapat dibagikan kepada para pelanggan maupun calon pelanggan. Dengan buku dan *website* profil perusahaan diharapkan akan menjadi salah satu media yang dapat menunjang pemasaran maupun promosi dari produk-produk perusahaan ini. Selain itu kedua media ini juga dapat meningkatkan citra perusahaan dimata umum. Berikut adalah skema atau diagram dari kerangka berpikir penulis:



Gambar 2.26 Bagan Kerangka Berpikir

Pada gambar 2.26 Bagan kerangka berpikir menjelaskan bahwa meskipun sebuah perusahaan sudah lama berdiri, tidak akan menjamin perusahaan ini akan tetap dapat eksis disaat begitu banyaknya perusahaan pesaing yang bermunculan.

Sebuah perusahaan haruslah siap menghadapi persaingan dalam dunia usaha. Dengan usaha yang baik, maka perusahaan itu akan tetap dapat eksis ditengah-tengah gempuran persaingan yang besar.

Salah satu usaha yang dapat dilakukan adalah dengan membuat sebuah media promosi. Sebuah perusahaan membutuhkan sebuah media promosi yang baik, yang memperhatikan beberapa aspek, agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan benar.

Sebagai media promosi, profil perusahaan memiliki banyak keunggulan. Salah satunya, sebuah media profil perusahaan tidak hanya dapat membantu memasarkan produk yang dihasilkan, tapi juga dapat menjadi satu hal yang dapat meningkatkan citra positif perusahaan dimata masyarakat. Sebuah perusahaan dianggap mapan ketika perusahaan itu memiliki sebuah profil perusahaan.

Media profil perusahaan ini dirancang dan dibuat sesuai dengan metode perancangan dan pengembangan media. Penentuan media apa yang akan dibuat, yang sesuai dengan prinsip yang diinginkan oleh perusahaan.

Setelah media profil perusahaan dirancang, maka dilakukan pengujian media profil perusahaan tersebut. Mulai dari uji penggunaan, apakah sudah bekerja dengan baik atau apakah sudah sesuai dengan prinsip-prinsip media promosi tersebut dan juga uji efektivitas produk. Diharapkan melalui media promosi ini, perusahaan dapat mencapai target dan harapannya dalam hal omset penjualan dan mampu untuk mengatasi persaingan yang ada.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Mensana Aneka Satwa, Daan Mogot, Jakarta, penelitian ini dilaksanakan pada bulan Mei tahun 2015 sampai dengan bulan Juli tahun 2015.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian dan pengembangan (*Research & Development* atau *R&D*). Sedangkan dalam perancangan buku profil perusahaan menggunakan metode studi kasus bidang desain dengan jenis riset deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner (angket), dan dokumentasi. Dan dalam pengembangan *websitenya* digunakan metode pengembangan prototipe atau *prototyping*.

Menurut Sugiyono (2013:297) metode penelitian dan pengembangan adalah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan produk tertentu dan menguji keefektifan produk tersebut. Untuk dapat menghasilkan produk tertentu digunakan penelitian yang bersifat analisis kebutuhan (digunakan metode survey atau kualitatif) dan untuk menguji keefektifan produk tersebut supaya dapat berfungsi di masyarakat luas, maka diperlukan penelitian untuk menguji keefektifan produk tersebut (digunakan metode eksperimen).

Menurut Prof. Dr. Sugiyono yang diadaptasi dari Borg dan Gall, dirumuskan bahwa metode penelitian dan pengembangan secara umum terbagi kedalam 10 langkah, yaitu:

1. Mengidentifikasi masalah
2. Mengumpulkan data atau studi literatur
3. Desain produk/ mengembangkan prototipe produk.
4. Memvalidasi desain/ prototipe produk.
5. Merevisi desain/ prototipe produk
6. Menguji coba produk.
7. Merevisi produk
8. Menguji coba pemakaian produk.
9. Merevisi produk.
10. Memproduksi produk secara massal.

3.2.1. Metode Studi Kasus Bidang Desain

Metode pengembangan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode studi kasus bidang desain dengan jenis riset deskriptif dan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, kuesioner (angket), dan dokumentasi. Metode studi kasus merupakan salah satu jenis metodologi penelitian kualitatif yang menggunakan berbagai macam sumber data yang dapat digunakan untuk meneliti suatu peristiwa secara sistematis.

Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini, dilakukan wawancara lebih mendalam dengan direksi PT. Mensana Aneka Satwa

diantaranya mengenai latar belakang berdirinya PT. Mensana Aneka Satwa, omset yang dicapai dan media promosi apa saja yang telah digunakan PT. Mensana Aneka Satwa.

Kuesioner (angket) merupakan daftar pertanyaan yang diajukan secara tertulis kepada sejumlah responden untuk mendapatkan jawaban atau tanggapan mengenai masalah penelitian. Dalam penelitian ini, dilakukan penyebaran kuesioner (angket) kepada sejumlah responden mengenai media promosi dan informasi seputar PT. Mensana Aneka Satwa.

Dokumentasi atau studi kepustakaan merupakan suatu kegiatan pengumpulan data dan informasi dari berbagai sumber yang berguna untuk mendukung analisis dan interpretasi data. Dalam penelitian ini, dilakukan dokumentasi berupa foto yang meliputi foto bangunan PT. Mensana Aneka Satwa secara keseluruhan, dan foto beberapa produk yang dihasilkan PT. Mensana Aneka Satwa

Selain itu, dalam penelitian ini juga mempelajari berbagai literatur yang berupa buku, jurnal, *e-book*, dan sumber lainnya yang berkaitan dengan penelitian yaitu tentang perancangan media komunikasi visual.

Pada penelitian ini digunakan metode penelitian R&D dan disesuaikan dengan paradigma metode studi kasus bidang desain. Langkah-langkah yang ditempuh dalam penelitian ini adalah:

1. Mengidentifikasi masalah
2. Analisis kebutuhan
3. Tentukan jenis media komunikasi visual
4. Menentukan konsep desain

5. Pembuatan thumbnail sketch, rough layout dan comprehensive desain
6. Memvalidasi desain produk.
7. Merevisi desain produk
8. Menguji coba produk.
9. Memproduksi produk secara massal.

3.2.2. Metode Pengembangan Prototipe atau Prototyping.

Dalam penelitian pengembangan ini metode pengembangan yang digunakan adalah metode pengembangan perangkat lunak, yakni metode pengembangan prototipe atau *prototyping*.

Pada penelitian ini digunakan metode penelitian R&D dan disesuaikan dengan paradigma metode pengembangan prototype atau prototyping. Prosedur penelitian dan pengembangan *website* tersusun sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi masalah
2. Analisis kebutuhan
3. Menetapkan produk yang akan dikembangkan.
4. Menganalisis sistem.
5. Merancang sistem.
6. Mengimplementasikan sistem.
7. Melakukan uji fungsionalitas sistem.
8. Merevisi sistem
9. Melakukan uji validitas sistem.
10. Merevisi sistem.
11. Melakukan uji coba (*Usability testing*)

12. Melakukan peluncuran produk

3.3. Rancangan Penelitian

Media promosi yang akan dibuat berupa profil perusahaan, dalam hal ini buku dan *website* profil perusahaan. Kedua profil perusahaan ini akan menyajikan informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan berbagai produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa. Pengguna buku dan *website* profil perusahaan ini adalah para peternak unggas yang sesuai dengan sasaran *customer* dari PT. Mensana Aneka Satwa. Melalui media profil perusahaan ini para pengguna bisa mencari informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan produk yang mereka miliki sesuai dengan detail.

Rancangan penelitian disusun sesuai dengan tahapan metode penelitian yang digunakan. Dalam penelitian ini, metode penelitian yang digunakan *adalah research and development* dengan penyesuaian yang tahapannya sudah disebutkan diatas.

3.3.1. Mengidentifikasi Masalah

Proses pengidentifikasian masalah dilakukan dengan melakukan wawancara dengan perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa dan memberikan kuesioner kepada para peternak (sesuai dengan sasaran *segmentasi* pasar PT. Mensana Aneka Satwa). Adapun hasil dari identifikasi tersebut adalah :

1. PT. Mensana Aneka Satwa membutuhkan sebuah media promosi yang dapat membantu mempromosikan dan memasarkan produk-produk mereka dan dapat menjadi sebuah media informasi yang efektif dan efisien untuk digunakan oleh para customer maupun calon customer.

2. PT. Mensana Aneka Satwa beranggapan bahwa *website* dan buku profil perusahaan ini dapat menambah ataupun menaikkan citra positif perusahaan ini dimata customer maupun calon customer.
3. Hanya sedikit masyarakat pengusaha peternakan yang mengenal PT. Mensana Aneka Satwa
4. Responden menyatakan bahwa promosi merupakan salah satu faktor penting dalam kelangsungan sebuah usaha.
5. Menurut responden dengan media cetak buku atau katalog mereka dapat dengan mudah melihat produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan dan bisa mengetahui bagaimana kualitas dari produk dan perusahaan itu sendiri.
6. Beberapa responden juga menilai bahwa promosi dengan media internet merupakan salah satu media promosi yang efektif.
7. Responden juga berpendapat bahwa profil perusahaan dapat menjadi sebuah media promosi yang efektif untuk sebuah perusahaan. Selain sebagai media promosi, *company* juga dapat menjadi sebuah media yang dapat mempresentasikan sebuah perusahaan.

3.3.2. Analisis kebutuhan

Analisis kebutuhan adalah mendefinisikan kebutuhan terkait produk yang akan dikembangkan (Rosa A. S. dan M. Salahuddin, 2013:17).

Pada tahap analisis kebutuhan, hal yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara dengan perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa dan penyebaran kuesioner kepada sejumlah responden, yang dalam hal ini adalah para pemilik peternakan/ usaha ternak ayam yang

diasumsikan sebagai bakal calon konsumen dari perusahaan ini. Hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian diolah untuk dapat mengetahui bagaimana desain buku profil perusahaan dan *website* profil perusahaan yang diinginkan oleh responden dan PT. Mensana Aneka Satwa.

Hasil wawancara dengan perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa, yaitu Ibu Steffi Ong, diperoleh kesimpulan bahwa PT. Mensana Aneka Satwa membutuhkan sebuah media promosi seperti buku profil perusahaan dan *website* profil perusahaan yang dapat membantu mempromosikan dan memasarkan produk-produk mereka dan dapat menjadi sebuah media informasi yang efektif dan efisien untuk digunakan oleh para customer maupun calon customer. PT. Mensana Aneka Satwa berharap agar buku dan *website* profil perusahaan ini dapat menambah ataupun menaikkan citra positif perusahaan ini dimata customer maupun calon customer. Karena melalui buku dan *website* profile perusahaan ini mereka ingin menjangkau para peternak diseluruh Indonesia.

Hasil kuesioner awal yang telah disebar dapat disimpulkan bahwa sebuah perusahaan perlu memiliki sebuah profil perusahaan. Karena menurut mereka, profil perusahaan dapat menjadi sebuah media promosi yang efektif untuk sebuah perusahaan. Selain sebagai media promosi, profil perusahaan juga dapat menjadi sebuah media yang dapat mempresentasikan sebuah perusahaan. Umumnya sebuah perusahaan yang bagus memiliki sebuah profil perusahaan. Dengan kata lain profil perusahaan adalah citra sebuah perusahaan.

Para calon *customer* akan tertarik mengenal sebuah perusahaan dan menggunakan produknya apabila mereka diberi sebuah buku profil perusahaan. Karena dengan buku profil perusahaan mereka dapat melihat dan mengetahui

bagaimana kualitas perusahaan itu dan bagaimana kualitas produk yang dihasilkan perusahaan. Dengan tahu dan mengenal, maka mereka tidak akan sungkan lagi untuk menggunakan produknya.

Sebagian besar responden berpendapat, umumnya sebuah buku profil perusahaan harus menampilkan penjelasan tentang bagaimana perusahaan itu dan produk-produk apa saja yang telah dihasilkan. Selain itu ada responden yang juga menyatakan bahwa dalam sebuah buku profil perusahaan harus ada penjelasan tentang produk yang dihasilkan, tidak hanya sekedar daftar produk saja.

Hampir seluruh responden berpendapat bahwa buku profil perusahaan sebuah perusahaan obat dan vitamin hewan haruslah mempunyai desain yang sederhana dan tidak menggunakan warna yang begitu mencolok. Dan beberapa berpendapat yang penting profil perusahaan itu memiliki isi yang jelas dan tepat sesuai dengan prinsip perusahaan itu.

Kemudian, semua responden juga menyatakan tertarik untuk mengenal sebuah perusahaan dan menggunakan produk mereka apabila mereka menemukan atau mengetahui sebuah alamat web profil perusahaan dari perusahaan itu. Karena dengan mereka membuka *website* profil perusahaan tersebut, mereka akan mengetahui bagaimana perusahaan itu dan produk apa saja yang mereka hasilkan.

Sebagian besar responden mempunyai pendapat bahwa menampilkan penjelasan tentang perusahaan dan produk-produk yang dihasilkan oleh perusahaan merupakan dua hal penting yang harus dimiliki oleh *website* profil perusahaan. Sementara beberapa responden menyatakan penjelasan dari produk-produk tersebut merupakan satu hal penting yang harus dimiliki perusahaan, dan

ada juga responden yang berpendapat bahwa harga produk juga bisa dicantumkan didalam sebuah *website* profil perusahaan.

Sama seperti buku profil perusahaan, *website* profil perusahaan perusahaan obat dan vitamin hewan juga haruslah sederhana dan tidak menggunakan warna yang mencolok. Beberapa responden berpendapat yang terpenting dari desain *website* profil perusahaan adalah ramah bagi penggunanya (user friendly).

Dari hasil kesimpulan diatas maka dapat terlihat bahwa para responden atau calon customer ingin agar PT. Mensana Aneka Satwa memiliki sebuah media promosi yang tidak hanya mempromosikan produk mereka tetapi juga dapat mempromosikan citra perusahaan tersebut, agar para calon customer dapat lebih mengenal PT. Mensana Aneka Satwa. Karena dengan mengenal bagaimana citra perusahaan tersebut, maka tidak menutup kemungkinan juga akan meningkatkan penjualan produk dari perusahaan itu.

3.3.3. Strategi Perancangan dan Pengembangan

3.3.3.1. Strategi Pembuatan Buku Profil Perusahaan

Dalam pembuatan sebuah buku company profile harus melalui beberapa tahapan sebelum buku company profile itu dapat dipublikasikan dan dijadikan menjadi salah satu media penunjang promosi kepada masyarakat luas. Tahap pembuatan buku company profile ini mengikuti tahapan yang digunakan untuk menyusun sebuah media komunikasi visual, tahapannya adalah sebagai berikut:

A. Analisis Kebutuhan

Pada tahap analisis kebutuhan, hal yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara dengan direktur PT. Mensana

Aneka Satwa dan penyebaran kuesioner (angket) kepada sejumlah responden, yang dalam hal ini adalah para pemilik peternakan/ usaha ternak ayam yang diasumsikan sebagai bakal calon konsumen dari perusahaan ini. Hasil dari pengumpulan data tersebut kemudian diolah untuk dapat mengetahui bagaimana desain buku profil perusahaan yang diinginkan oleh responden dan PT. Mensana Aneka Satwa.

B. Perencanaan

Pada tahap perencanaan, hal yang harus dilakukan adalah menentukan konsep desain dan jenis media promosi yang akan dibuat. Dimana konsep desain yang dibuat nantinya sesuai dengan analisis kebutuhan dan menggunakan prinsip-prinsip desain komunikasi visual.

C. Perancangan

Pada tahap perancangan, beberapa tahap yang harus dilakukan, yaitu pembuatan *thumbnail sketch*, pembuatan *rough layout*, dan *comprehensive*.

Pembuatan *thumbnail sketch*

Dalam pembuatan *thumbnail sketch* akan dipilih satu layout yang dinilai cocok dari beberapa layout yang dibuat untuk masing-masing media komunikasi visual. Dalam pembuatan *thumbnail sketch* ini harus memperhatikan prinsip-prinsip desain komunikasi visual yang berupa prinsip keseimbangan, prinsip irama, prinsip kesatuan, dan prinsip penekanan.

Pembuatan *rough layout*

Dalam pembuatan *rough layout* ada beberapa hal yang harus diperhatikan, yaitu:

- a. Penentuan informasi yang akan ditampilkan ke dalam buku company profile.
- b. Penentuan elemen-elemen desain komunikasi visual yang akan dipakai, seperti pemakaian tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan fotografi.
- c. Penentuan unsur-unsur desain komunikasi visual yang akan dipakai, seperti pemakaian garis, bentuk, dan warna.

Comprehensive

Setelah tahap pembuatan *rough layout* selesai, selanjutnya adalah tahap *comprehensive* yaitu membuat desain ke dalam bentuk digital dengan menggunakan aplikasi perangkat lunak. Adapun aplikasi perangkat lunak yang dipakai adalah aplikasi pengolah vektor, yaitu Adobe InDesign CS6 dan aplikasi pengolah gambar, yaitu Adobe Photoshop CS 6.

D. Review pakar

Hasil *comprehensive* yang telah dibuat harus dilakukan *review* terlebih dahulu oleh *reviewer* pakar media untuk menguji apakah hasil *comprehensive* tersebut sudah baik atau belum. Apabila hasil *comprehensive* masih dianggap belum baik, maka harus dilakukan revisi hingga hasil *comprehensive* sudah dianggap baik dan dapat memasuki tahap produksi.

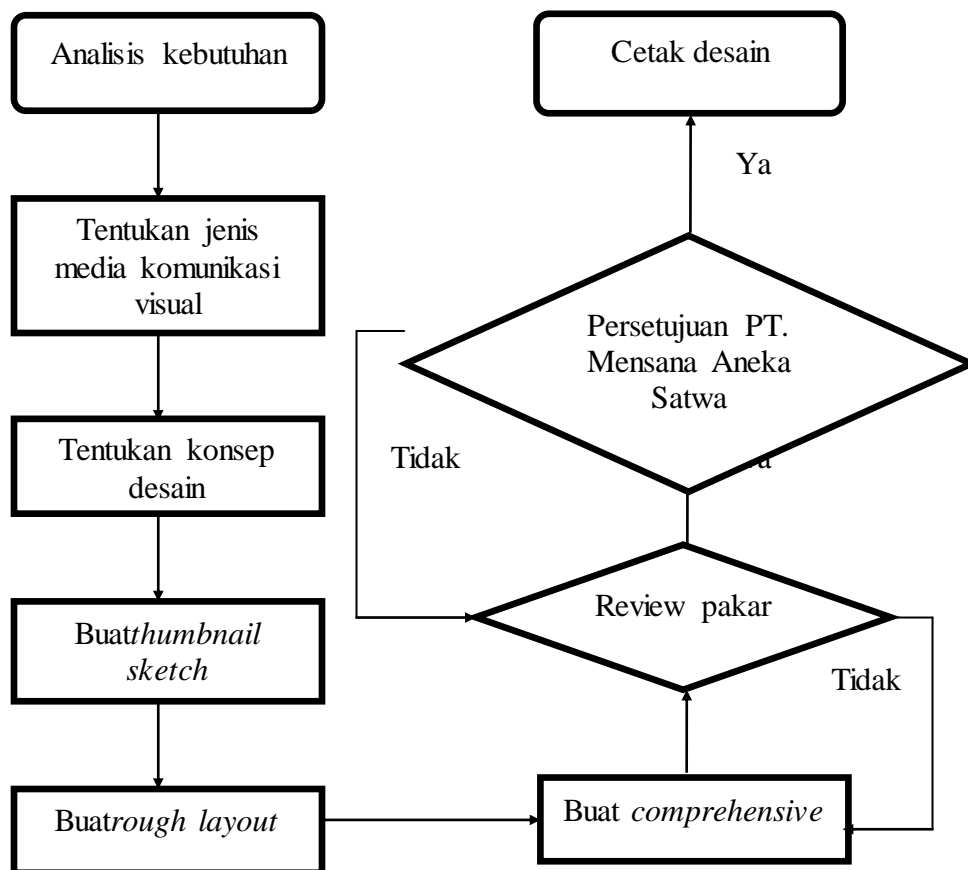
Setelah itu dilakukan juga *review* materi yang dilakukan oleh perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa. Untuk memastikan apakah hal-hal yang harus ditampilkan sudah masuk kedalam buku company profile. Setelah hasil dari uji

pakar media dan uji materi maka sudah dapat dilakukan proses percetakan atau produksi.

E. Produksi

Pada tahap produksi, hal yang harus dilakukan adalah melakukan pencetakan terhadap hasil *comprehensive* yang sudah disetujui oleh reviewer pakar dan penguji ahli dari perusahaan.

Flow chart strategi pembuatan media komunikasi visual digambarkan pada Gambar 3.1.



Gambar 3.1. *Flow chart* strategi pembuatan media komunikasi visual

F. Teknik Evaluasi

Untuk melakukan evaluasi diperlukan instrumen penelitian. Instrumen penelitian dalam penelitian ini berupa kuesioner, dimana kuesioner tersebut dibagi menjadi dua macam, yaitu kuesioner awal dan kuesioner akhir. Kuesioner awal berguna untuk mengetahui jenis media promosi seperti apa dan bagaimana yang dianggap baik oleh responden. Kuesioner akhir berguna untuk mengetahui efektivitas dari media promosi yang telah dibuat dan disebarluaskan ke masyarakat luas.

G. Teknik Analisis Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini merupakan data kualitatif, yaitu data yang dinyatakan bukan dalam bentuk angka melainkan dalam bentuk deskriptif, seperti pendapat atau opini. Data ini merupakan hasil dari kuesioner (angket) yang merupakan pendapat responden mengenai PT. Mensana Aneka Satwa.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan adalah data primer, yaitu data yang diperoleh tanpa perantara atau secara langsung dari sumbernya. Sumber data pada penelitian ini adalah pendapat secara langsung dari responden mengenai PT. Mensana Aneka Satwa melalui kuesioner (angket).

3. Teknik Analisis Data dalam Perancangan Buku Profil Perusahaan

Selain diperoleh secara teoritis, bahan acuan untuk melakukan perancangan desain sebuah buku profil perusahaan dilihat pula dari pendapat responden mengenai PT. Mensana Aneka Satwa tentang jenis media penunjang promosi yang dapat menarik minat konsumen. Data yang diperoleh dari hasil kuesioner

kemudian diolah untuk dilihat jumlah pendapat yang paling banyak memiliki kesamaan sehingga dapat ditarik kesimpulan dari masing-masing poin pada kuesioner (angket) tersebut.

4. Teknik Analisis Data dalam Efektivitas Buku Profil Perusahaan

Untuk mengetahui keefektifitasan dari buku company profile yang telah dibuat dilakukan uji efektivitas kepada 15 orang responden dengan kriteria peternak melalui kuesioner. Hasil dari kuesioner kemudian dihubungkan dengan hasil dari kuesioner *website* profil perusahaan, dan hasilnya dihubungkan kembali dengan kuesioner perbandingan efektivitas, sehingga akan menghasilkan kesimpulan apakah buku profil perusahaan yang telah dibuat sudah efektif atau belum.

3.3.3.2. Strategi Pengembangan Website Profil Perusahaan

Dalam pengembangan *website* profil perusahaan ini menggunakan metode pengembangan sistem prototype atau prototyping. Tujuan dari prototyping adalah mengembangkan model awal software menjadi sebuah sistem yang final.

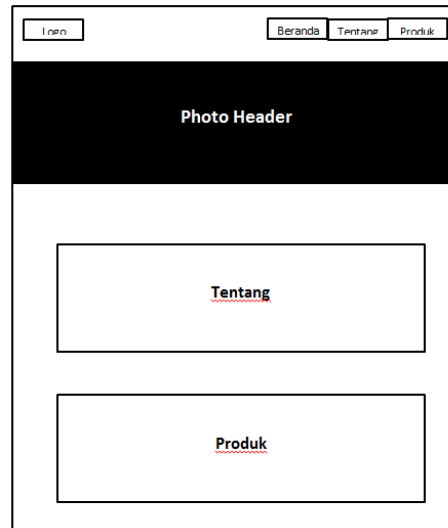
Tahapan-tahapan dalam prototyping adalah sebagai berikut:

A. Analisis Kebutuhan

Pada tahap analisis kebutuhan, hal yang harus dilakukan adalah mengumpulkan data yang diperoleh dari wawancara dengan perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa dan penyebaran kuesioner (angket) kepada sejumlah responden, yang dalam hal ini adalah para pemilik peternakan/ usaha ternak ayam yang diasumsikan sebagai bakal calon kustomer dari perusahaan ini.

B. Membangun *Prototipe*

1. Rancangan Tampilan *Website*



Gambar 3.2. Rancangan Tampilan *Website*

2. Struktur *website*

Pada *website* profil perusahaan yang akan dibuat ini, kontennya meliputi header web, sub halaman menu dan logo perusahaan. Sub halaman dari *website* profil perusahaan yang akan dibuat meliputi:

- a. Halaman Beranda, merupakan tampilan awal dimana sebuah *website* pertama kali dibuka, menampilkan gambar header yang mewakili profil perusahaan, logo perusahaan dan tautan-tautan kemenu lainnya.
- b. Halaman Tentang, halaman ini berisi sekilas informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa. Alamat dan kontak juga akan ditampilkan dihalaman ini

- c. Halaman Produk, didalam halaman ini akan menampilkan berbagai produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa dan informasi-informasi mengenai produk-produk tersebut.

C. Implementasi Program

Proses pembuatan kode program dilakukan dengan menggunakan bahasa pemrograman PHP, *framework* Code Igniter, *framework* jQuery, dan SQL, sedangkan untuk lingkungan kerja proses pembuatan kode program menggunakan *software* Notepad++ Versi 6.5.

D. Pengujian Sistem

Setelah prototipe dari sistem berhasil dikembangkan maka tahap berikutnya yang dilakukan adalah menguji prototipe tersebut. Pengujian yang dilakukan adalah pengujian fungsional dengan melihat apakah fitur yang terdapat pada sistem dapat berjalan sesuai dengan yang diharapkan.

E. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan oleh seorang rekayasawan web. Yang menjadi aspek penilaian meliputi: (1) Desain Visual; (2) Waktu Loading; (3) Interaktif; (4) Isi; (5) Kompabilitas; (6) Fungsionalitas dan (7) Kemudahan Penggunaan.

Tabel 3.1. Tabel Kisi-kisi Pengujian Validitas

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Desain Visual	Sesuai kaidah DKV	1	1a
	Mempunyai desain dan struktur yang tepat	1	1b
Waktu Loading	Waktu loading singkat	1	2
Interaktif	Informasi cukup jelas dan relevan	1	3a
	Link menuju halaman lain	1	3b
Isi	Konten bermanfaat	1	4a
	Penulisan konten sesuai tema	1	4b
Kompabilitas	Kompatibel kesemua browser	1	5
Fungsionalitas	Pengaksesan cepat	1	6a
	Fitur lengkap	1	6b
Kemudahan Penggunaan	Mudah diakses	1	7a
	Efisien	1	7b
	Mudah diingat	1	7c

F. Uji Prototype Produk (*Usability Testing*)

Usability testing dilakukan setelah aplikasi melalui uji fungsional dan sudah dipastikan semua kebutuhan sudah terpenuhi dalam sistem. Sistem yang telah selesai uji fungsional dirilis kepada beberapa pengguna untuk dilakukan pengujian. Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana respon pengguna terhadap sistem setelah menggunakannya juga untuk mengetahui masukan dari pengguna mengenai sistem.

3.4. Instrumen Penelitian

3.4.1. Instrumen Penelitian Buku Profil Perusahaan

Untuk mengetahui respon pengguna mengenai buku profil perusahaan ini dan juga untuk menilai apakah produk yang dirancang layak untuk dipublikasikan

dan menjadi sebuah media promosi yang baik, maka perlu dilakukan penilaian kualitas produk.

Pada perancangan buku profil perusahaan, dilakukan 2 (dua) kali pengujian untuk produk. Pengujian pertama adalah pengujian pakar. Pengujian pakar dilakukan oleh seorang pakar desain atau yang disebut desainer grafis. Pengujian ini dilakukan agar desain buku profil perusahaan ini dapat sesuai dengan prinsip-prinsip didalam desain. Sedangkan untuk menilai kelayakan atau *usability* dan respon terhadap produk sisi user atau pengguna dilakukan dengan menggunakan teori pengujian *usability testing*.

Tabel. 3.2 Contoh Instrumen Pengujian Desain Buku Profil Perusahaan

No	Gambar Media	Unsur Desain				Prinsip Desain				
		Garis	Bentuk	Warna	Tipografi	Kesatuan	Keseimbangan	Irama	Kontras	Fokus
1										
	Saran									

Pengujian *usability* agar perancang tahu, apakah rancangan desain yang dibuat tahu rancangan dapat menjadi media promosi yang baik dan layak digunakan atau tidak. Berikut kisi-kisi dari kuesioner pengujian *usability*.

Tabel. 3.3 Kisi-kisi kuesioner *usability*

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Usability	Informasi yang diberikan buku profil perusahaan	3	1,2,3
	Tampilan desain pada buku profil perusahaan	1	4

	Ketertarikan responden untuk menggunakan produk PT. Mensana Aneka Satwa dengan adanya buku profil perusahaan	1	5
--	--	---	---

Sistem penilaian yang digunakan pada setiap instrument untuk responden adalah skala likert yang merupakan penskalaan pernyataan sikap sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:134).

3.4.2. Instrumen Penelitian *Website* Profil Perusahaan

Untuk mengetahui respon pengguna mengenai *website* profil perusahaan ini dan juga untuk menilai apakah sistem yang dirancang layak untuk dipublikasikan dan menjadi sebuah media promosi yang baik, maka perlu dilakukan penilaian kualitas sistem.

Pada perancangan *website* profil perusahaan, dilakukan 3 (tiga) kali pengujian untuk produk. Pengujian pertama adalah pengujian fungsional. Pengujian fungsional dilakukan sebanyak 2 (dua) kali, yaitu pengujian fungsional oleh *general user* dan pengujian fungsional oleh administrator. Pengujian fungsional ini dilakukan agar pengembang tahu apakah bagian-bagian yang ada pada *website* sudah berjalan dengan baik dan semestinya. Pengujian kedua adalah pengujian yang dilakukan oleh pakar. Pengujian pakar dilakukan oleh seorang pakar *website* atau yang disebut rekasayawan *website*. Pengujian ini dilakukan agar *website* profil perusahaan ini dapat sesuai dengan fungsinya sebagai sebuah *website* profil perusahaan dan benar-benar berguna menjadi sebuah *website* media promosi. Sedangkan untuk menilai kelayakan atau *usability* dan respon terhadap

produk sisi user atau pengguna dilakukan dengan menggunakan teori pengujian *usability testing*.

Tabel. 3.4 Skenario uji fungsional oleh *general user*

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Menu Navigasi Utama (Beranda)	User klik menu beranda	Menampilkan foto profil perusahaan dan sedikit informasi mengenai isi konten didalam menu tentang dan produk	General User	
2	Menu Tentang	User klik menu Tentang	Menampilkan sekilas informasi mengenai perusahaan, seperti visi, misi dan tentang manajemen PT. Mensana Aneka Satwa serta kontak dan alamat PT. Mensana Aneka Satwa	General User	
3	Menu Produk	User klik menu Produk	Menampilkan sedikit ulasan mengenai produk PT. Mensana Aneka Satwa dan link tautan daftar produk	General User	
4	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu	User Klik link Tentang	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sekilas informasi mengenai PT. Mensana Aneka	General User	

	Tentang		Satwa		
5	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Produk	User Klik link Produk	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sedikit ulasan mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan link daftar produk	General User	
6	Link Tautan dari halaman Produk menuju daftar produk	User Klik link Daftar Produk	Menampilkan daftar produk-produk yang dimiliki oleh PT. Mensana Aneka Satwa	General User	
7	Link Tautan dari daftar produk menuju rincian produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa	User Klik link salah satu nama produk	Menuju ke penjelasan dari masing-masing produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa dan gambar dari masing-masing produk.	General User	

Setelah dilakukan uji fungsional user, dilakukan juga uji fungsional oleh admin. Halaman administrator hanya untuk menambah dan menghapus daftar produk di *website*. Berikut adalah hasil pengujian yang telah dilakukan:

Tabel. 3.5 Skenario uji fungsional oleh Administrator

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Login	Admin input <i>userid</i> dan <i>password</i> lalu klik <i>submit</i>	Menampilkan halaman administrator	Admin	
2	Menu Produk	Admin klik menu Produk	Menampilkan form penginputan nama, gambar dan rincian mengenai produk	Admin	
3	Menu Produk	Setelah data telah diinput, admin klik submit	Produk yang baru ditambahkan akan masuk kedalam daftar produk.	Admin	
4	Link menu edit dan hapus data	Admin klik link edit dan hapus	Produk yang ada, dapat diedit dan dihapus sesuai kebutuhan	Admin	
5	Signout	Admin klik menu profile administrator dan signout	Kembali ketampilan awal login	Admin	

Setelah dilakukan uji fungsional dan semua sistem sudah berjalan dengan baik, maka selanjutnya dilakukan uji pakar oleh rekasayawan *website*.

Tabel.3.6 Kisi-kisi Instrumen Uji Validitas Pakar

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Desain Visual	Sesuai kaidah DKV	1	1a
	Mempunyai desain dan struktur yang tepat	1	1b
Waktu Loading	Waktu loading singkat	1	2
Interaktif	Informasi cukup jelas dan relevan	1	3a
	Link menuju halaman lain	1	3b
Isi	Konten bermanfaat	1	4a
	Penulisan konten sesuai tema	1	4b
Kompabilitas	Kompatibel kesemua browser	1	5
Fungsionalitas	Pengaksesan cepat	1	6a
	Fitur lengkap	1	6b
Kemudahan Penggunaan	Mudah diakses	1	7a
	Efisien	1	7b
	Mudah diingat	1	7c

Setelah dilakukan uji fungsional dan uji pakar dan *website* dianggap sudah baik dan layak untuk diluncurkan, maka sekali lagi akan dilakukan uji *usability* yang dilakukan oleh responden tertentu yang sudah ditentukan sebelumnya.

Tabel. 3.7 Kisi-kisi kuesioner *usability*

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Usability	Informasi yang diberikan sistem	3	1,2,3
	Tampilan desain dan warna pada <i>website</i>	1	4
	Ketertarikan responden untuk menggunakan produk PT. Mensana Aneka Satwa dengan adanya <i>website</i>	1	5

Sistem penilaian yang digunakan pada setiap instrument untuk responden adalah skala likert yang merupakan penskalaan pernyataan sikap sebagai dasar penentuan nilai skalanya. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2013:134).

3.4.3. Instrumen Uji Perbandingan Efektivitas

Buku dan *website* profil perusahaan memiliki fungsi yang sama, tetapi belum tentu memiliki tingkat efektivitas yang sama. Untuk mengetahui tingkat efektivitas media profil perusahaan mana yang lebih tinggi, maka dilakukan uji perbandingan efektivitas antara buku dan *website* profil perusahaan.

Masing-masing media akan diuji efektivitasnya melalui kuesioner yang disebar kepada masing-masing 15 responden. Setelah itu akan didapat hasil dari pengujian kedua tersebut. Selanjutnya hasil dari pengujian pertama diuji lagi dengan pengujian perbandingan efektivitas kedua media profil perusahaan melalui kuesioner yang disebar kepada 20 responden. Kisi-kisinya adalah sebagai berikut:

Tabel. 3.8 Kisi-kisi kuesioner Perbandingan

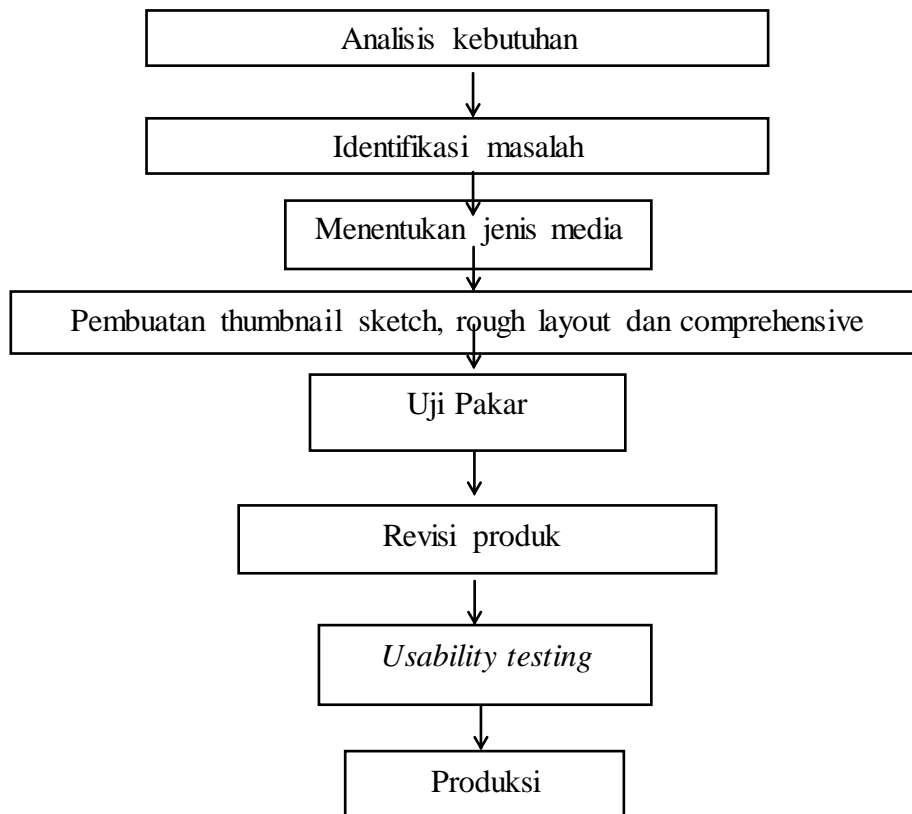
Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Perbandingan	Informatif	1	1
	Kemenarikan	1	2
	Komunikatif	1	3
	Kepercayaan	1	4
	Meningkatkan pengetahuan	1	5
	Efektivitas	1	6

3.5. Prosedur Penelitian

3.5.1. Prosedur Penelitian Buku Profil Perusahaan

Prosedur penelitian merupakan serangkaian langkah-langkah yang dilakukan secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan dari penelitian. Fokus penelitian ini adalah perancangan buku dan pengembangan *website* profil perusahaan. Dalam perancangan buku profil perusahaan, penelitian dimulai dengan Analisis kebutuhan. Dilanjutkan dengan menentukan jenis media komunikasi visual apa yang akan dirancang, setelah itu menentukan konsep desain. Kemudian pembuatan thumbnail sketch, rough layout dan comprehensive produk. Setelah produk selesai dibuat, dilakukan uji coba terhadap produk. Prosedur penelitian digambarkan dalam gambar 3.

Terdapat beberapa kali uji coba sebelum produk diluncurkan. Uji coba pertama adalah uji pakar yang dilakukan oleh seorang desainer grafis. Setelah dilakukan perbaikan sesuai dengan hasil uji pakar, selanjutnya dilakukan *usability testing* oleh calon pengguna. *Usability testing* dilakukan untuk mengetahui respon pengguna terhadap buku profil perusahaan. Produk yang sudah melalui *usability testing* dan mendapatkan hasil yang baik bisa diproduksi.



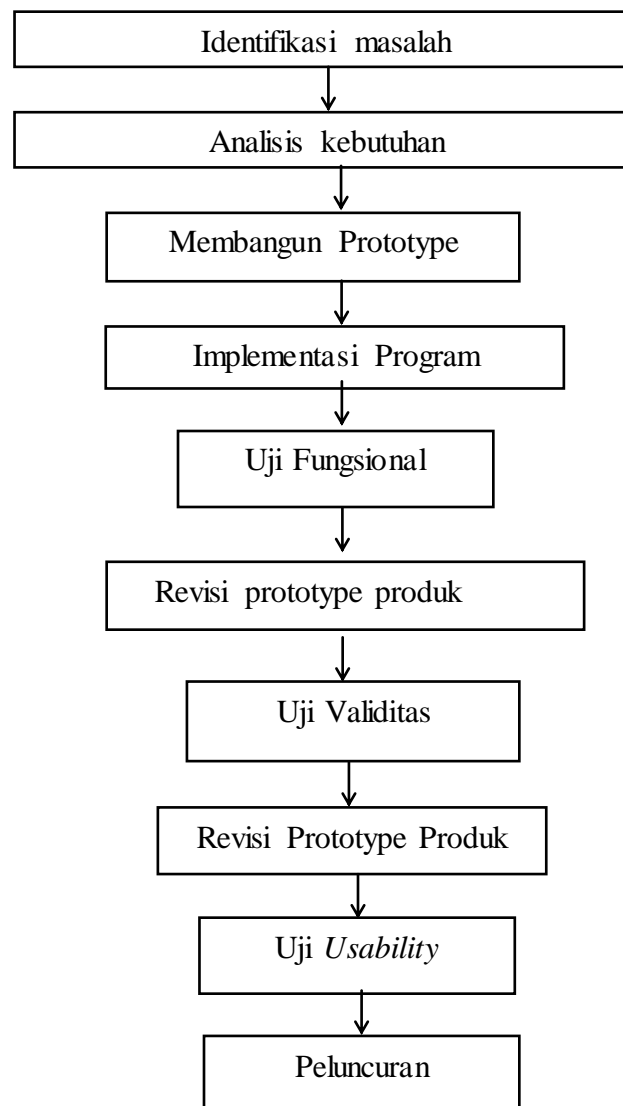
Gambar 3.3. Prosedur Penelitian

3.5.2. Prosedur Penelitian *Website* Profil Perusahaan

Prosedur penelitian merupakan serangkaian langkah-langkah yang dilakukan secara teratur dan sistematis untuk mencapai tujuan dari penelitian. Fokus penelitian ini adalah perancangan buku dan pengembangan *website* profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa. Dalam pengembangan *website* profil perusahaan, penelitian dimulai dengan Analisis kebutuhan perangkat. Dilanjutkan dengan membangun prototype sistem. Setelah desain tersusun maka diimplementasikan dalam kode pemrograman. Setelah sistem selesai dibuat, dilakukan uji coba terhadap sistem.

Terdapat beberapa kali uji coba sebelum sistem final diluncurkan. Uji coba pertama adalah uji fungsional yang dilakukan oleh peneliti. Setelah dilakukan

perbaikan sesuai dengan hasil uji fungsional, dilakukan uji validitas oleh pakar rekayasawan web, kemudian dilakukan perbaikan sesuai dengan saran dari pakar, selanjutnya dilakukan *usability testing* oleh calon pengguna. *Usability testing* dilakukan untuk mengetahui respon pengguna terhadap *website* profil perusahaan. Sistem yang sudah melalui *usability testing* dan mendapatkan hasil yang baik bisa diluncurkan.



Gambar 3.4. Prosedur Penelitian

3.6. Teknik Analisis Data

Setelah data diperoleh dari beberapa hasil pengujian, selanjutnya dilakukan analisis data. Analisis data yang digunakan untuk hasil uji fungsional dan pakar berbeda dengan analisis data yang digunakan untuk hasil uji oleh pengguna. Teknik analisis data yang digunakan untuk hasil uji oleh peneliti dan pakar menggunakan analisis deskriptif, karena sifat instrumen yang digunakan adalah instrumen terbuka. Peneliti akan melihat bagian yang masih belum sesuai dan perlu diperbaiki. Lalu peneliti melakukan perbaikan berdasarkan hasil uji tersebut.

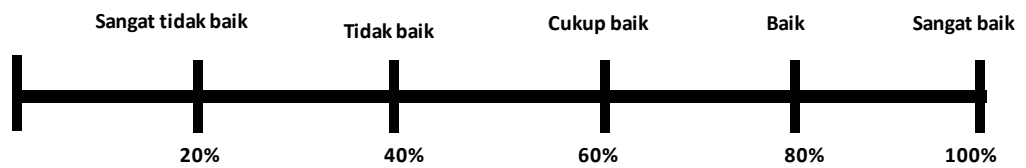
Teknik analisis data untuk hasil uji oleh pengguna yaitu dengan melakukan perhitungan terhadap data yang telah diperoleh untuk menentukan kualitas dan kelayakan produk/sistem yang dihasilkan. Perhitungan dilakukan dengan rumus yang dinyatakan oleh Suharsimi Arikunto (2003:43), yaitu dengan membagi skor dari hasil penilaian dengan skor maksimumnya.

$$\text{Persentase Kelayakan (\%)} = \frac{\text{Skor yang diobservasi}}{\text{Skor yang diharapkan}} \times 100 \%$$

Sumber : Suharsimi arikunto 2003

Gambar 3.5. Rumus persentase kelayakan

Setelah data diproses ke dalam bentuk persentase, selanjutnya adalah menterjemahkan dan membuat kesimpulan dari masing-masing aspek. Kesimpulan dapat dilihat melalui kontinum berikut :



Gambar 3.6. Persentase Respon pengguna produk/sistem dalam Garis Kontinum

Gambar 3.6. merupakan gambaran persentase respon pengguna produk/sistem dalam garis kontinum. Garis kontinum merupakan garis yang digunakan untuk menganalisa, mengukur, dan menunjukkan seberapa besar tingkat kekuatan variabel yang sedang diteliti, sesuai dengan instrumen yang digunakan.

Untuk uji efektivitas produk, hasil uji pengguna buku company profile akan *dicompare* dengan hasil uji pengguna *website* profil perusahaan. Kemudian hasil dari pengujian kedua produk tersebut *dicompare* lagi dengan hasil uji perbandingan buku dan *website* profil perusahaan. Dari hasil uji tersebut akan kelihatan media profil perusahaan mana yang lebih efektif penggunaannya.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Hasil Analisis Kebutuhan

4.1.1.1 Hasil Wawancara

Dalam penelitian ini, dilakukan wawancara lebih mendalam dengan perwakilan dari PT. Mensana Aneka Satwa, yaitu Ibu Steffi Ong mengenai latar belakang berdirinya PT. Mensana Aneka Satwa, omset yang dicapai dan media promosi apa saja yang telah digunakan PT. Mensana Aneka Satwa.

Hasil dari wawancara mendalam dengan perwakilan PT. Mensana Aneka Satwa menghasilkan kesimpulan bahwa PT. Mensana Aneka Satwa berdiri pada akhir tahun 1986. PT. Mensana Aneka Satwa adalah sebuah perusahaan yang bergerak dibidang produsen dan distributor untuk obat-obatan hewan ternak. Saat ini PT. Mensana Aneka Satwa memiliki kantor pusat di Desa Wanaherang, Kec. Gunung Putri, Bogor. Perusahaan ini memiliki omset hampir 1 miliar rupiah setiap tahunnya. Dengan motto, Unggul dalam kualitas, perusahaan berharap agar dapat menjadi perusahaan produsen dan distributor obat hewan yang dapat terus mempertahankan eksistensinya dari gempuran para produsen obat hewan lainnya.

4.1.1.2 Kuesioner (Angket)

Dalam penelitian ini juga dilakukan penyebaran kuesioner kepada 15 responden mengenai media promosi dan informasi seputar PT. Mensana Aneka Satwa. Berikut hasil penyebaran kuesioner kepada 15 responden:

Usia	Pertanyaan															
	Apakah anda mengenal atau pernah mendengar PT. Mensana Aneka Satwa?		Darimana anda tahu PT. Mensana Aneka Satwa?				Apakah anda pernah menggunakan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa?		Apakah anda berminat menggunakan produk dari PT. MAS?		Faktor apa yang bisa membuat anda menggunakan produk dari PT. MAS?				Menurut anda apakah promosi berperan penting dalam kelangsungan	
	Ya	Tidak	Pameran	Iklan Majalah	Brosur	Lainnya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Harga terjangkau	Kualitas baik	Mudah didapatkan	Lainnya	Ya	Tidak
19-24		1							1							1
25-30		2	1	1			1	2	2	2	1	1			2	
>30	7	5	2	4	1	2	3	8	12	12	10	11			12	
Total	7	8	3	5	1	2	4	11	14	1	14	11	12	0	15	0

(a)

Usia	Pertanyaan											
	Apakah sebuah perusahaan perlu		Jika anda diberikan		Menurut anda apa saja yang			Menurut anda desain seperti apa		Jika anda diberikan		
	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tentang Perusahaan	Produk yang dihasilkan	Lainnya	Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok	Desain mewah/heboh dengan warna yang mencolok	Lainnya	Ya	Tidak
19-24	1		1			1				1	1	
25-30	2		2		2	1		2			2	
>30	12		12		12	12	1	8		4	12	
Total	15	0	15	0	14	14	1	10	0	5	15	0

(b)

Usia	Pertanyaan					
	Menurut anda apa saja yang perlu ada didalam			Menurut anda desain seperti		
	Tentang perusahaan	Produk yang dihasilkan	Lainnya	Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok	Desain mewah/heboh dengan warna yang mencolok	Lainnya
19-24		1				1
25-30	2	1		2		
>30	12	12	1	9		3
Total	14	14	1	11	0	4

(c)

Gambar 4.1. Hasil rekapitulasi kuesioner (angket) awal (bagian a – c)

Hasil rekapitulasi kuesioner (angket) awal digunakan untuk dasar melakukan analisis kebutuhan.

4.1.1.3 Hasil Dokumentasi

Hasil dokumentasi dalam hal ini adalah hasil wawancara, serta beberapa foto dan data-data dari pihak PT. Mensana Aneka Satwa yang dapat dijadikan sebagai bahan untuk pembuatan profil perusahaan.

Berdasarkan hasil wawancara dan kuesioner yang disebar, maka dirancanglah 2 (dua) buah media profil perusahaan, dalam hal ini buku dan website profil perusahaan yang diharapkan dapat menjadi media promosi yang efektif untuk perusahaan.

4.1.2. Hasil Tampilan Buku Profil Perusahaan

Buku profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa ini memuat banyak informasi detail mengenai perusahaan ini. Seperti latar belakang perusahaan, visi dan misi, rencana kedepan, produk dan beberapa informasi penting lainnya. Berikut ini adalah tampilan buku profil PT. Mensana Aneka Satwa:

- a. Cover Depan, cover merupakan citraan pertama yang dilihat oleh ketika memegang sebuah buku. Apabila cover sudah terlihat kurang menarik, mungkin halaman berikutnya juga tidak akan dilihat. Cover buku profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa ini dibuat semenarik mungkin. Dalam cover ini ditampilkan beberapa citra yang menggambarkan profil PT. Mensana Aneka Satwa. Ada juga logo dan nama Mensana Aneka Satwa.



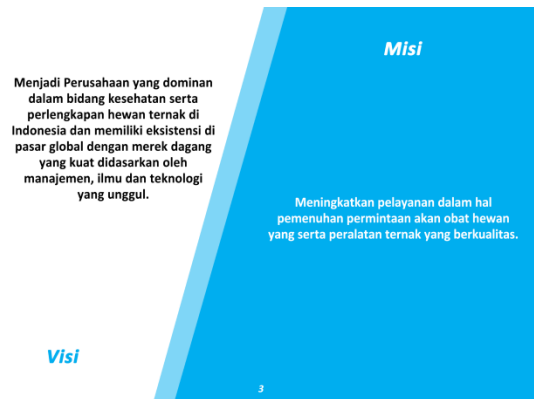
Gambar 4.2. Tampilan cover buku profil perusahaan

- b. Dihalaman latar belakang, ditampilkan latar belakang berdirinya PT. Mensana Aneka Satwa, apa yang ingin dicapai dan hal apa yang telah dilakukan untuk memajukan perusahaan ini



Gambar 4.3. Tampilan halaman latar belakang buku profil perusahaan

- c. Dihalaman Visi dan Misi, ditampilkan apa yang menjadi visi dan misi dari PT. Mensana Aneka Satwa



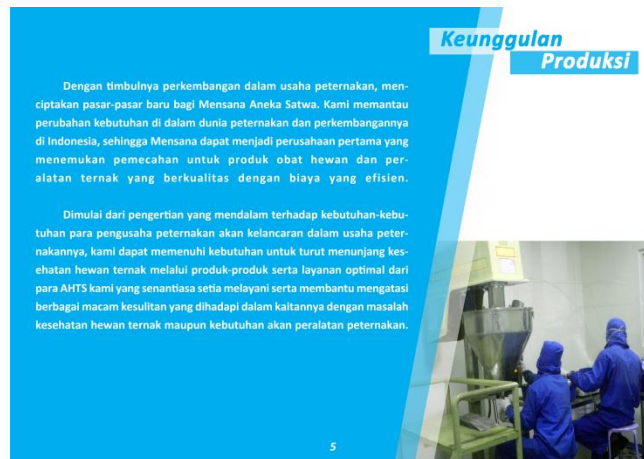
Gambar 4.4. Tampilan halaman visi misi buku profil perusahaan

- d. Dihalaman manajemen mensana, ditampilkan apa saja hal yang dilakukan oleh manajemen PT. Mensana Aneka Satwa untuk memajukan perusahaan dan meningkatkan kualitas sumber daya manusia didalam PT. Mensana Aneka Satwa



Gambar 4.5. Tampilan halaman manajemen mensana buku profil perusahaan

- e. Dihalaman keunggulan produksi, ditampilkan hal-hal yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pasar dan terlibat dalam menunjang kesehatan hewan ternak *customer* melalui produk-produk berkualitas yang di produksi.



Gambar 4.6. Tampilan halaman keunggulan produksi buku profil perusahaan

- f. Halaman jaringan distribusi, menampilkan luasnya jaringan distribusi yang di miliki PT. Mensana Aneka Satwa. Hal ini dilakukan agar PT. Mensana Aneka Satwa dapat melayani kebutuhan *customer* diseluruh Indonesia



Gambar 4.7. Tampilan halaman jaringan distribusi buku profil perusahaan

- g. Halaman produk kami, menampilkan gambaran produk PT. Mensana Aneka Satwa dan memuat motto dari PT. Mensana Aneka Satwa, yaitu: Unggul dalam kualitas.



Gambar 4.8. Tampilan Produk kami buku profil perusahaan

h. Dihalaman produk, ditampilkan produk-produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa berikut gambar dan penjelasan indikasi dan kandungan dari setiap produk

<p>Coxymas Efektif mengatasi coccidiosis pada saluran pencernaan</p> <p>Komposisi per liter : Diclazanil 25g</p> <p>Indikasi : Mengobati coccidiosis yang disebabkan Eimeria spp pada unggas</p>	<p>Oxypro Kombinasi ampuh untuk mengatasi penyakit infeksi saluran pencernaan pada unggas</p> <p>Komposisi /kg : Oxytetracycline hydrochloride 100 gr, Amprolium 50 gr</p> <p>Indikasi : Berak darah (coccidiosis), Berak kapur (Salmonellosis), Diare, ayam, ngorok</p>	<p>Masabro Kombinasi ideal multivitamin, asam amino dan mineral untuk memacu pertumbuhan</p> <p>INDIKASI: - Mempercepat pertumbuhan ayam broiler dan paitan, sehingga berat badan ayam cepat bertambah - Menambah nafsu makan dan meningkatkan efisiensi penggunaan pakan - Meningkatkan daya tahan tubuh terhadap penyakit - Mengobati dan mengatasi penyakit karena kekurangan vitamin, asam amino dan mineral - Tepat digunakan untuk program penggemukan</p>	<p>Mitachicks Kombinasi vitamin, mineral dan antibiotik untuk growing healthier chicks</p> <p>INDIKASI: • Untuk memacu pertumbuhan secara optimal • Meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit. • Mengobati kekurangan vitamin dan mineral. • Mengobati stress karena perubahan cuaca dan pindah kandang</p>
<p>Leucomas Anti malaria Like (Leucocytozoonosis)</p> <p>Komposisi perML: Pyrimethamin 1mg Sulfamidothioaxine 10mg</p> <p>Indikasi : Untuk pencegahan dan pengobatan malaria like (Leucocytozoonosis)</p>	<p>Quinoxan Kombinasi ampicociclide, water soluble</p> <p>Komposisi /kg : Sulfafazonasin 20%, Amprolium 10%, Vitamin A 7% Vitamin K3 0,5%</p> <p>Indikasi : Pencegahan dan pengobatan coccidiosis Berak darah pada unggas</p>	<p>Masavit Kombinasi ideal multivitamin, asam amino dan mineral</p> <p>INDIKASI: - Mengobati dan mengatasi penyakit karena defisiensi vitamin dan mineral. - Mengobati stress karena vaksinasi, perubahan iklim, pindah kandang, potong panah, perubahan makanan dan transportasi. - Meningkatkan pertumbuhan ternak. - Meningkatkan produksi telur. - Mempertahankan produksi telur agar tetap stabil dan memperpanjang masa produksi.</p>	<p>Vitamas Multivitamin Konsentrasi Tinggi</p> <p>INDIKASI: • Meningkatkan daya tahan tubuh • Mengobati defisiensi vitamin. • Meningkatkan kualitas daging dan telur. • Mempercepat pertumbuhan. • Mengobati stress karena vaksinasi, perubahan cuaca, pindah kandang, potong panah, perubahan makanan dan transportasi.</p>
<p>Cipromas Ciprofloxacin, water soluble</p> <p>KOMPOSISI PER KG: Ciprofloxacin hydrochloride 100 gr</p> <p>INDIKASI: Mycoplasmas, Colibacillosis, Foel Cholera, Corys, Snot, Salmonellosis, dan Staphylococcus pada unggas</p>	<p>Doxerlin Kombinasi ampuh melawan CRD, Snot dan komplikasinya dalam bentuk water soluble</p> <p>KOMPOSISI PER KG: Doxycycline hydrochloride 2.5 % Erythromycin thioycyanate 4.0 %</p> <p>INDIKASI: Untuk pengobatan CRD, CRD Complex, Corys dan penyakit pernafasan lainnya pada unggas</p>	<p>Hexamas Sangat tepat diberikan pada infeksi sekunder kasus Gumboro</p> <p>Komposisi perKG: Hexamin 950,00mg</p> <p>Indikasi: - Menekan angka kematian unggas karena infeksi sekunder pada kasus Gumboro - Mengobati infeksi saluran pencernaan dan saluran kemih - Mengurangi kematian pada kasus ascites</p>	<p>Moxaccol Plus Kombinasi dua antibiotik konsentrasi tinggi dalam bentuk water soluble</p> <p>KOMPOSISI PER KG: Amoxicillin trihydrate 200.000 mg Colistin Sulfate 1.000.000.000 IU</p> <p>INDIKASI: Clostridium sp, Neisseria ornithis, Foel Cholera, Salmonellosis, Colibacillosis, Staphylococcus pada unggas</p>
<p>Colimas Kombinasi ideal antibiotik, water soluble</p> <p>KOMPOSISI PER KG: Trimethoprim 0,3 gr Sulfadiazin 205 gr</p> <p>INDIKASI: Colibacillosis, Foel Cholera, Pullorosa (Berak Kapur), Snot, dan infeksi bakteri sekunder pada kasus CRD-Complex pada unggas</p>	<p>Enromas Enrofloxacin, oral solution</p> <p>KOMPOSISI PER ML: Enrofloxacin 100 mg</p> <p>INDIKASI: Mycoplasmas (CRD/CCRD), Colibacillosis, Pasteurellosis/Potera ayam, Snot, Salmonellosis, dll pada unggas</p>	<p>Masquin Quinolone oral solution</p> <p>KOMPOSISI PER ML: Enrofloxacin 100 mg</p> <p>INDIKASI: Mycoplasmas (CRD/CCRD), Colibacillosis, Pasteurellosis, Haemophilus, Salmonellosis.</p>	<p>Moxaccol Kombinasi antibiotik, water soluble</p> <p>KOMPOSISI PER KG: Moxaccol Amoxicillin trihydrate 75.000 mg Colistin Sulfate 350.000.000</p> <p>INDIKASI: Foel Cholera, Salmonellosis, infeksi Clostridium sp, Staphylococcus, Colibacillosis pada unggas</p>



Gambar 4.9. Tampilan halaman produk buku profil perusahaan

- i. Dihalaman Kendali mutu, ditampilkan hal apa saja yang dilakukan oleh PT. Mensana Aneka Satwa dalam usaha meningkatkan kualitas dari produk yang dihasilkan.



Gambar 4.10. Tampilan halaman kendali mutu buku profil perusahaan

- j. Dihalaman menyongsong masa depan, ditampilkan rencana-rencana PT. Mensana Aneka Satwa kedepan, agar menjadi perusahaan yang semakin besar dan mampu menjadi perusahaan yang dikenal diseluruh Indonesia.



Gambar 4.11. Tampilan halaman menyongsong masa depan buku profil perusahaan

- k. Pada cover belakang ditampilkan gambar obat-obatan produksi PT. Mensana Aneka Satwa dan gambar sekumpulan hewan ternak ayam yang mewakili sasaran penggunaan produk mereka untuk hewan ternak. Selain itu juga ditampilkan logo, nama perusahaan dan alamat serta kontak dari PT. Mensana Aneka Satwa





Gambar 4.12. Tampilan cover belakang buku profil perusahaan




4.1.3. Hasil Pengujian

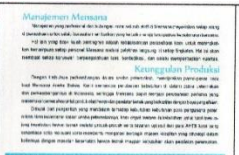


4.1.3.1 Hasil Review Pakar Desain untuk Buku Profil Perusahaan



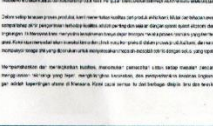



Buku profil perusahaan yang sudah dibuat selanjutnya dinilai oleh seorang desainer grafis, untuk mengetahui apakah buku profil perusahaan yang dibuat sudah sesuai dengan prinsip desain yang ada.

Pengujian desain buku profil perusahaan ini dilakukan oleh seorang desainer grafis di PT. Bless Indonesia, yaitu saudari Bertillia Ellen. Aspek penilaian meliputi: (1) Desain Visual; (2) Waktu Loading; (3) Interaktif; (4) Isi; (5) Kompabilitas; (6) Fungsionalitas dan (7) Kemudahan Penggunaan. Berikut adalah data hasil uji review pakar:

No	Gambar Media	Unsur Desain				Prinsip Desain				
		Garis	Bentuk	Warna	Tipografi	Kesatuan	Keseimbangan	Irama	Kontras	Fokus
1		oke	baik	baik, dgn menyesuaikan warna khusus perusahaan	stulena oke, stulena modern dgn mengkurakan sans serif.	baik	sgt baik, perpaduan image, block warna & clear space, baik. * komposisinya pas.	oke.	oke	emphaze-nya pas, sehingga tak ada elemen yg terlalu mengganggu penglihatan.
	Saran	image-nya saat resize usahakan presisi, supaya gambarnya tidak 'ketarik' memanjang/melebar. Lebih baik di crop bila ukuran frame tak sesuai.								
2		Komposisi garis, pas!	oke	oke	-	oke	oke	oke	warna tulisan Kurang opacity-nya.	oke.
	Saran									

3		oke	oke	oke	oke!	oke!	oke!	oke	oke	oke
Saran										
4		oke	oke	oke	-	oke	oke	oke	oke	oke.
Saran										
5		oke	oke	oke	oke	oke	oke!	oke	oke	oke.
Saran										

6		oke	oke	oke	oke	oke	komparasi sedikit kurang	oke	oke	oke.
Saran		Sebaiknya menggunakan grid yg selalu sama atau jika untuk company profile. sub-head di sebelah kiri semua.								
7		oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.
Saran										
8		oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.
Saran										

9	 <p>Produk Kami</p>	oke	oke	oke	oke	oke	posisi tulisan di antar kolom kurang konsisten	oke	oke	oke	
Saran		jarak antar kolom sebaiknya disamakan, agar tidak terlihat 'berat sebelah' / kurang seimbang.									
10	 <p>Jaringan Distribusi</p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	
Saran											
11	 <p>Kendali Mutu</p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	
Saran											
12		oke	kurang oke	oke	oke	-	kurang baik	oke	oke	oke.	
Saran		sarat resize usahakan gambar tetap presisi, lebih baik crop bagian yg tdk diperlukan, sesuaikan dgn frame									
13	 <p>Menyongsong Hari Depan</p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.	
Saran											
14	 <p>PT Mensana Aneka Satwa</p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.	
Saran											

Gambar 4.13. Hasil Pengujian Pakar Desain

Setelah melakukan uji review pakar dengan seorang desainer grafis, ada beberapa hal yang harus diperbaiki dalam buku profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa ini. Saran dan komentar pakar mengenai desain ini lebih kepada presisi gambar yang digunakan, komposisi keseimbangan dan fokus desain.

Sesuai dengan masukan dan saran uji pakar akan dilakukan perubahan pada desain buku profil perusahaan.

4.1.3.2 Pengujian Usability

Pengujian *usability* ini dilakukan untuk mengetahui apakah buku profil perusahaan ini sudah sesuai atau belum dengan kebutuhan yang diinginkan calon *customer* dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa, serta kepuasan responden terhadap buku yang sudah dirancang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kuesioner 5 butir pertanyaan. Responden yang dipilih dalam pengisian kuesioner ini adalah para peternak yang mungkin akan menjadi calon *customer* dari PT. Mensana Aneka Satwa. Kuesioner ini diisi oleh 15 orang calon peternak. Setelah itu kuesioner ini akan di *compare* dengan 15 kuesioner untuk pengujian *usability* website profil perusahaan dan kemudian di *compare* lagi dengan 20 kuesioner untuk membandingkan efektivitas dari antara buku dan website profil perusahaan.

Mengingat responden dari kuesioner ini adalah para peternak yang jauh dari perkotaan, maka kuesioner ini menggunakan kuesioner online dengan aplikasi google form (link: https://docs.google.com/forms/d/1bK8HjWucv8ZhySIszyBk1UaxIQbMt9P2H6dIQd9s1aM/viewform?usp=send_form). Dengan menggunakan aplikasi google form ini dapat mempermudah proses pengumpulan data. Kuesioner online dikirim kepada para peternak yang tergabung dalam komunitas peternak ayam di Indonesia. kuesioner ini dibuat berdasarkan kisi-kisi pertanyaan sebagai berikut:

Tabel. 4.1 Kisi-kisi kuesioner *usability*

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Usability	Informasi yang diberikan buku profil perusahaan	3	1,2,3
	Tampilan desain pada buku profil perusahaan	1	4
	Ketertarikan responden untuk menggunakan produk PT. Mensana Aneka Satwa dengan adanya buku profil perusahaan	1	5

Untuk mengetahui hasil secara keseluruhan kuesioner dilakukan perhitungan sesuai dengan rumus yang disebutkan didalam Bab III. Hal ini dapat mengetahui tingkat kegunaan (*usability*) produk/sistem. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\frac{\sum \text{Skor}}{\sum \text{Skor Maksimum}} \times 100\%$$

$\sum \text{Skor}$ = total skor soal 1 + total skor soal 2 + total skor soal 3 + ...+ total skor soal 5

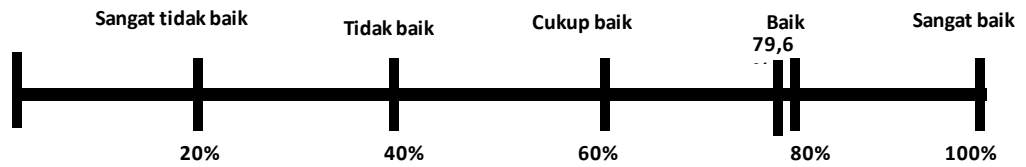
$\sum \text{Skor Maksimum}$ = Nilai maks x jumlah responden x jumlah soal

Total skor diperoleh dengan menambahkan semua total skor yang diperoleh dari 5 butir soal. Sedangkan total skor maksimum diperoleh dengan mengalikan skor maksimum per soal dengan jumlah responden dan dikalikan dengan jumlah soal yaitu 5. Sehingga didapatkan hasil akhir persentase tingkat kegunaan (*usability*) sebagai berikut :

179	x 100% = 79,6 %
225	

Untuk menginterpretasikan hasil persentase ke dalam kategori kualitas digunakan garis kontinum yang telah disebutkan di BAB III. Hasil persentase

tingkat kegunaan (*usability*) buku profil perusahaan terdapat pada interval kategori “cukup baik dan baik” tetapi lebih mendekati ke “baik”.



Gambar 4.14. Persentase Respon Pengguna dalam Garis Kontinum

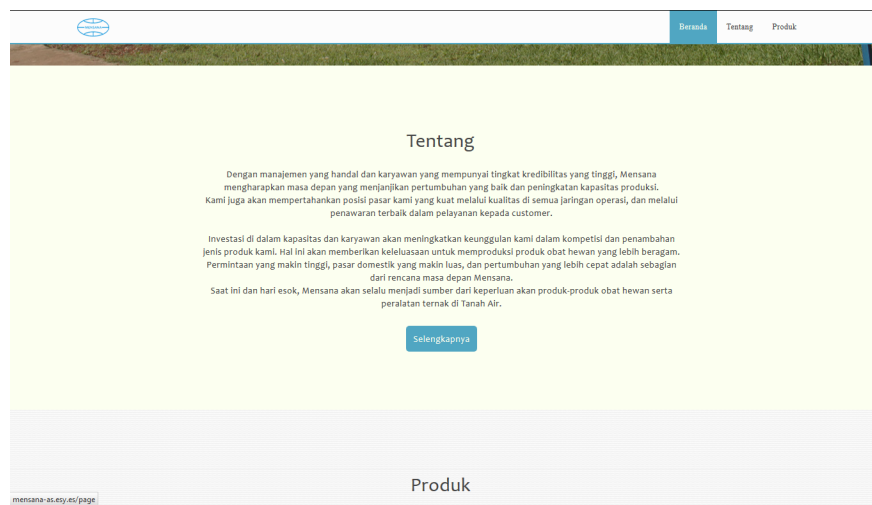
4.1.4. Hasil Tampilan Website Profil Perusahaan

Pada website profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa ini memiliki konten Beranda, Tentang dan Produk. Berikut ini contoh tampilan dari website profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa.

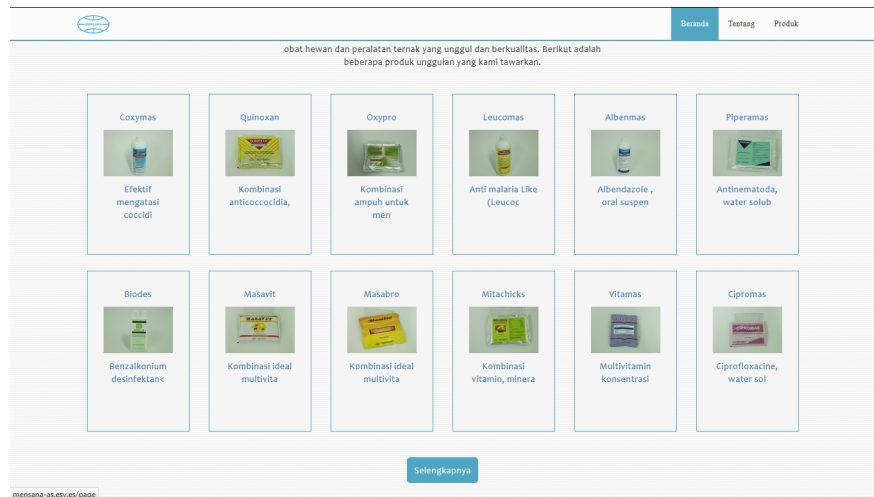
- a. Halaman Beranda, merupakan tampilan awal dimana sebuah website pertama sekali dibuka, menampilkan salah satu gambar yang menunjukkan tentang perusahaan. Didalam halaman beranda juga ditampilkan sedikit informasi mengenai beberapa konten yang akan kita temukan didalam halaman tentang dan halaman produk.



Gambar 4.15. Tampilan halaman beranda web profil perusahaan (1)

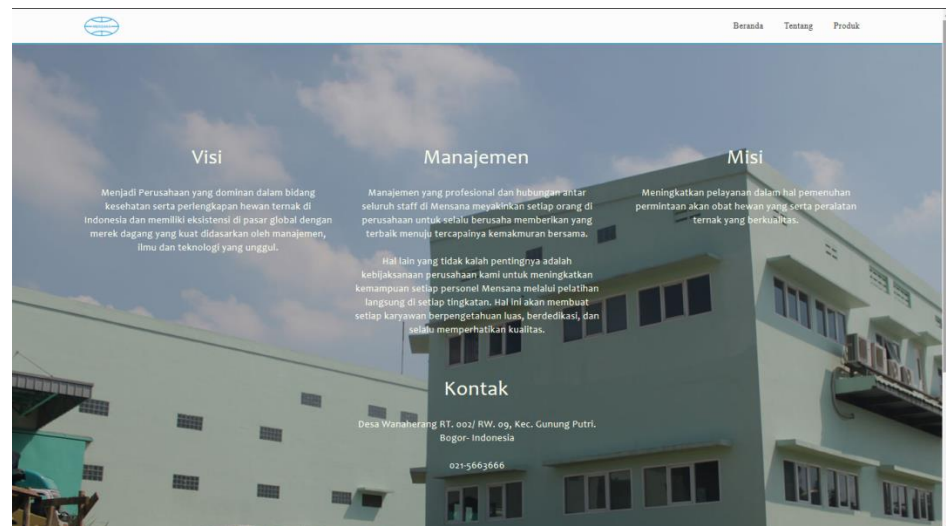


Gambar 4.16. Tampilan halaman beranda web profil perusahaan (2)



Gambar 4.17. Tampilan halaman beranda web profil perusahaan (3)

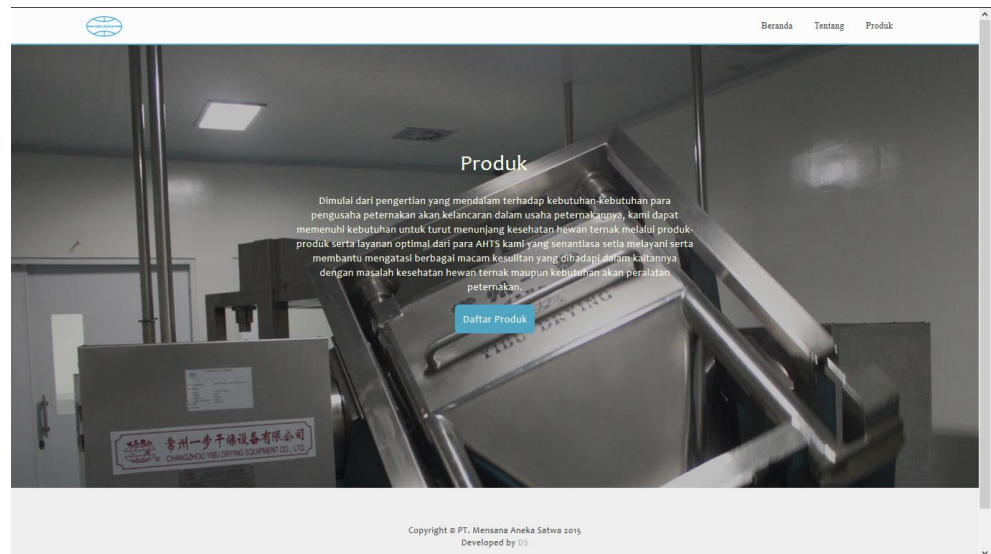
- b. Halaman Tentang, merupakan halaman yang memuat sekilas informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa, seperti visi dan misi perusahaan, bagaimana manajemen perusahaan dan informasi kontak dan alamat perusahaan.



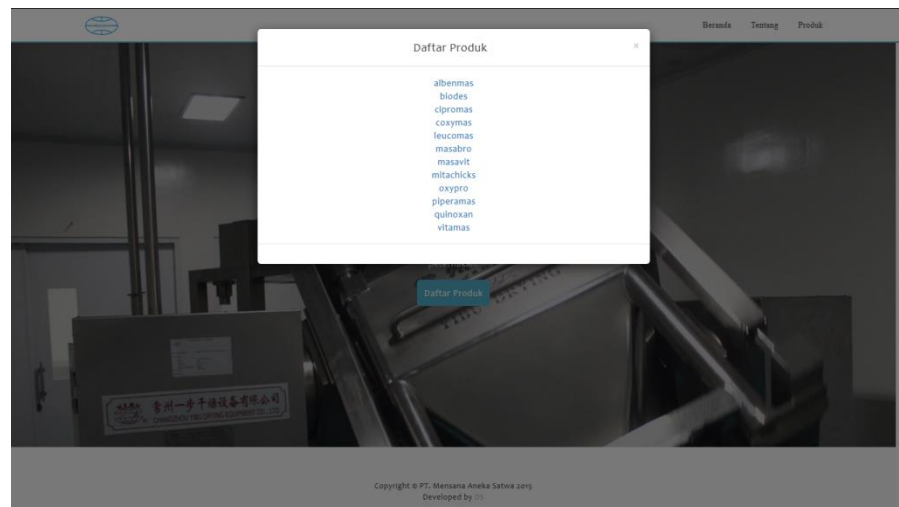
Gambar 4.18. Tampilan halaman Tentang web profil perusahaan

- c. Halaman Produk, didalam halaman ini kita akan menemukan berbagai produk yang diproduksi oleh PT. Mensana Aneka Satwa dan juga

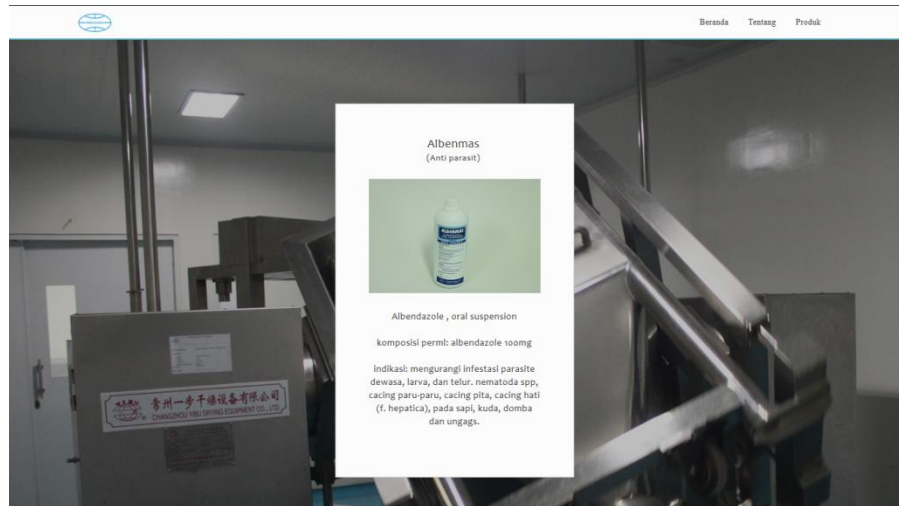
berbagai penjelasan kegunaan dan kandungan dari setiap produk yang ada.



Gambar 4.19. Tampilan halaman Produk web profil perusahaan (1)



Gambar 4.20. Tampilan halaman Produk web profil perusahaan (2)



Gambar 4.21. Tampilan halaman Produk web profil perusahaan (3)

4.1.5. Hasil Pengujian

4.1.5.1. Hasil Pengujian Fungsional Website untuk Website Profil Perusahaan

Pengujian fungsionalitas dilakukan untuk mengetahui apakah website ini dapat bekerja dengan baik atau ada hal yang perlu diperbaiki dalam website ini. Dilakukan 2 (dua) pengujian fungsionalitas, yaitu uji fungsional oleh *general user* dan uji fungsional oleh admin.

Uji fungsional oleh *general user* dilakukan untuk mengetahui apakah website sudah berjalan dengan baik atau belum. Berikut adalah hasil uji fungsional website

Tabel 4.2. Uji fungsional oleh *general user*

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Menu Navigasi Utama (Beranda)	User klik menu beranda	Menampilkan foto profil perusahaan dan sedikit informasi mengenai isi	General User	Berfungsi

			konten didalam menu tentang dan produk		
2	Menu Tentang	User klik menu Tentang	Menampilkan sekilas informasi mengenai perusahaan, seperti visi, misi dan tentang manajemen PT. Mensana Aneka Satwa serta kontak dan alamat PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi
3	Menu Produk	User klik menu Produk	Menampilkan sedikit ulasan mengenai produk PT. Mensana Aneka Satwa dan link tautan daftar produk	General User	Berfungsi
4	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Tentang	User Klik link Tentang	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sekilas informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi
5	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Produk	User Klik link Produk	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sedikit ulasan mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan link daftar produk	General User	Berfungsi
6	Link Tautan dari halaman Produk menuju daftar produk	User Klik link Daftar Produk	Menampilkan daftar produk-produk yang dimiliki oleh PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi

7	Link Tautan dari daftar produk menuju rincian produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa	User Klik link salah satu nama produk	Menuju ke penjelasan dari masing-masing produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa dan gambar dari masing-masing produk.	General User	Berfungsi
---	--	---------------------------------------	--	--------------	-----------

Setelah dilakukan uji fungsional user, dilakukan juga uji fungsional oleh admin. Halaman administrator hanya untuk menambah dan menghapus daftar produk di website. Berikut adalah hasil pengujian yang telah dilakukan:

Tabel. 4.3 Hasil uji fungsional oleh Administrator

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Login	Admin input <i>userid</i> dan <i>password</i> lalu klik <i>submit</i>	Menampilkan halaman administrator	Admin	Berfungsi
2	Menu Produk	Admin klik menu Produk	Menampilkan form penginputan nama, gambar dan rincian mengenai produk	Admin	Berfungsi
3	Menu Produk	Setelah data telah diinput, admin klik <i>submit</i>	Produk yang baru ditambahkan akan masuk kedalam daftar produk.	Admin	Berfungsi
4	Link menu edit dan hapus data	Admin klik link edit dan hapus	Produk yang ada, dapat diedit dan dihapus sesuai kebutuhan	Admin	Berfungsi

5	Signout	Admin klik menu profile administrator dan signout	Kembali ketampilan awal login	Admin	Berfungsi
---	---------	---	-------------------------------	-------	-----------

4.1.5.2. Hasil Review Pakar Website untuk Website Profil Perusahaan

Website profil perusahaan yang sudah dibuat selanjutnya dinilai oleh rekayasawan website, untuk mengetahui apakah website profil perusahaan yang dibuat sudah sesuai dengan prinsip desain web untuk website profil perusahaan.

Pengujian website ini dilakukan oleh seorang rekayasawan web dari PT. EDII, yaitu saudara Krisna Permadi. Aspek penilaian meliputi: (1) Desain Visual; (2) Waktu Loading; (3) Interaktif; (4) Isi; (5) Kompabilitas; (6) Fungsionalitas dan (7) Kemudahan Penggunaan. Berikut adalah data hasil uji review pakar:

No	Indikator	Pernyataan	Ya	PerluPerbaikan
1.	Desain Visual	a. Website sudah memenuhi kaidah-kaidah dalam desain visual antara lain : Warna, Layout, Elemen, dan Tipografi	✓	
		Komentar :		
		b. Website mempunyai desain dengan struktur yang tepat seperti header, footer, dan menu navigasi	✓	
		Komentar :		
No	Indikator	Pernyataan	Ya	PerluPerbaikan
		c. Struktur tersebut sama pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak dibuat bingung dengan menu yang berpindah-pindah	✓	

		Komentar :		
		d. Pemilihan warna, penempatan logo website dan font yang digunakan konsisten pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak merasa pindah ke website lainnya		✓
		Komentar : - pilihlah font yang lebih mudah dibaca. - font di perbesar agar mudah dibaca.		
2.	Loading Time	a. Waktu loading yang digunakan dalam mengakses website ini relative singkat tidak lebih dari 4 detik	✓	
		Komentar :		
3.	Interactivity (Bersifat Interaktif)	a. Informasi yang cukup pada halaman website, mengenai isi website tersebut seperti judul yang cukup jelas dibaca dan relevan dengan isi halaman website	✓	
		Komentar :		
		b. Memberikan tautan (link) yang menuju halaman-halaman lain pada website	✓	
		Komentar :		
4.	Content	a. Konten pada website dapat bermanfaat bagi pengunjung	✓	
		Komentar :		

		b. Gaya penulisan pada konten sesuai dengan tema web dan target audience	✓	
		Komentar :		
5.	Kompabilitas	a. Web kompatibel terhadap semua browser	✓	
		Komentar :		
6.	Fungsionalitas	a. Pengaksesan informasi dengan cepat dan baik	✓	
		Komentar :		
		b. Website mempunyai kelengkapan fitur dan menu yang sesuai untuk pengguna website	✓	
		Komentar :		
7.	Usability	a. Website mudah untuk diakses	~	
		Komentar :		
		b. Website efisien dalam penggunaan	✓	
		Komentar :		
		c. Website mudah untuk diingat		
		Komentar :		
		<ul style="list-style-type: none"> - permana gah diperbaiki - pilih domain yang relevan. 		

Gambar 4.22. Hasil Uji Pakar Website Profil Perusahaan

Setelah melakukan uji review pakar dengan rekayasawan web, ada beberapa hal yang harus diperbaiki dalam website profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa ini. Pertama, penguji pakar menyarankan agar mengganti font yang lebih baik sehingga mudah untuk dibaca, ukuran font juga sedikit diperbesar. Pakar juga menyarankan agar website dihosting menggunakan hosting berbayar, agar memiliki domain yang lebih baik sehingga lebih mudah diingat oleh

pengguna dan menggunakan penamaan website yang lebih baik dan mudah diingat.

4.1.5.3. Pengujian Usability

Pengujian *usability* ini dilakukan untuk mengetahui apakah website profil perusahaan ini sudah sesuai atau belum dengan kebutuhan yang diinginkan calon *customer* dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa, serta kepuasan responden terhadap website yang sudah dikembangkan. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kuesioner 5 butir pertanyaan. Responden yang dipilih dalam pengisian kuesioner ini adalah para peternak yang mungkin akan menjadi calon *customer* dari PT. Mensana Aneka Satwa. Kuesioner ini diisi oleh 15 orang calon peternak. Setelah itu kuesioner ini akan di *compare* dengan 15 kuesioner untuk pengujian *usability* buku profil perusahaan dan kemudian di *compare* lagi dengan 20 kuesioner untuk membandingkan efektivitas dari antara buku dan website profil perusahaan.

Mengingat responden dari kuesioner ini adalah para peternak yang jauh dari perkotaan, maka kuesioner ini menggunakan kuesioner online dengan aplikasi google form (link: https://docs.google.com/forms/d/1D1Vkn5VbUvvg-EOT6FRA6IGTKb9v9f0FUJbeF1LYZ40/viewform?usp=send_form). Dengan menggunakan aplikasi google form ini dapat mempermudah proses pengumpulan data. Kuesioner online dikirim kepada para peternak yang tergabung dalam komunitas peternak ayam di Indonesia. kuesioner ini dibuat berdasarkan kisi-kisi pertanyaan sebagai berikut:

Tabel. 4.4 Kisi-kisi kuesioner *usability*

Aspek	Indikator	Jumlah Butir	No. Item Pada Instrumen
Usability	Informasi yang diberikan sistem	3	1,2,3
	Tampilan desain dan warna pada website	1	4
	Ketertarikan responden untuk menggunakan produk PT. Mensana Aneka Satwa dengan adanya website	1	5

Untuk mengetahui hasil secara keseluruhan kuesioner dilakukan perhitungan sesuai dengan rumus yang disebutkan didalam Bab III. Hal ini dapat mengetahui tingkat kegunaan (*usability*) produk/sistem. Rumus yang digunakan yaitu:

$$\frac{\sum Skor}{\sum Skor Maksimum} \times 100\%$$

$\sum Skor$ = total skor soal 1 + total skor soal 2 + total skor soal 3 + ...+ total skor soal 5

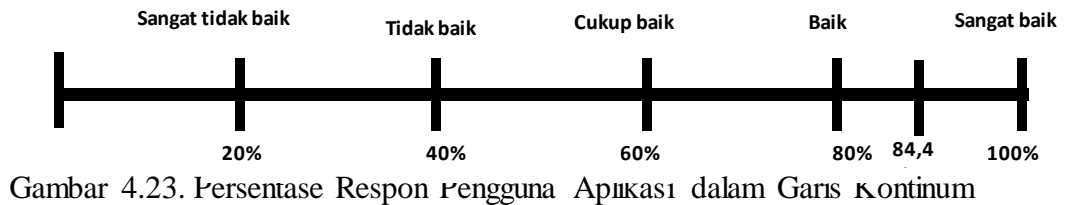
$\sum Skor$ Maksimum = Nilai maks x jumlah responden x jumlah soal

Total skor diperoleh dengan menambahkan semua total skor yang diperoleh dari 5 butir soal. Sedangkan total skor maksimum diperoleh dengan mengalikan skor maksimum per soal dengan jumlah responden dan dikalikan dengan jumlah soal yaitu 5. Sehingga didapatkan hasil akhir persentase tingkat kegunaan (*usability*) sebagai berikut :

190	x 100% = 84,4 %
225	

Untuk menginterpretasikan hasil persentase ke dalam kategori kualitas digunakan garis kontinum yang telah disebutkan di BAB III. Hasil persentase

tingkat kegunaan (*usability*) website profil perusahaan terdapat pada interval kategori “baik dan sangat baik” tetapi lebih mendekati ke “baik”.



Gambar 4.23. Persentase Respon Pengguna Aplikasi dalam Garis Kontinum

4.1.6. Hasil Pengujian Perbandingan Efektivitas

Buku dan website profil perusahaan memiliki fungsi yang sama, tetapi belum tentu memiliki tingkat efektivitas yang sama. Untuk mengetahui tingkat efektivitas media profil perusahaan mana yang lebih tinggi, maka dilakukan uji perbandingan efektivitas antara buku dan website profil perusahaan.

Masing-masing media telah diuji efektivitasnya melalui kuesioner yang disebar kepada masing-masing 15 responden. Hasil kuesioner tersebut menunjukkan bahwa website profil perusahaan memiliki tingkat efektivitas website profil perusahaan lebih tinggi dibanding dengan buku profil perusahaan. Rincian perhitungannya adalah:

Presentasi yang didapat pada uji *usability* buku profil perusahaan adalah 79,6% dan presentasi yang didapat pada uji *usability* website profil perusahaan adalah 84,4%. Memiliki selisih 4,8%.

Sementara hasil kuesioner dari pengujian perbandingan efektivitas buku dan website profil perusahaan dari 20 kuesioner yang disebar kepada 20 responden didapat hasil:

Website :

79	x 100% = 65,8 %
120	

$$\text{Buku : } \frac{17}{120} \times 100\% = 14,2 \%$$

$$\text{Sama saja : } \frac{24}{120} \times 100\% = 20 \%$$

Dari hasil kedua pengujian didapat hasil bahwa website profil perusahaan merupakan media profil perusahaan yang paling efektif dibanding buku profil perusahaan. Hampir semua responden berpendapat bahwa website profil perusahaan dianggap media yang paling *simple* dan mudah diakses dibanding buku yang dirasa sulit karena harus bawa-bawa buku kemana-mana dan tidak *simple*.

4.2. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Mensana Aneka Satwa memerlukan sebuah media promosi yang tidak hanya membantu memasarkan produk tetapi juga mengangkat citra positif perusahaan.

Perkembangan industry peternakan amat sangat mempengaruhi pertumbuhan perusahaan-perusahaan penyedia obat dan vitamin hewan ternak seperti PT. Mensana Aneka Satwa. Ditambah lagi dengan kesiapan para perusahaan baru dengan menggunakan metode-metode promosi yang lebih maju dan modern. Dengan adanya dirancangkannya buku dan dikembangkannya aplikasi ini, diharapkan bisa menjembatani informasi antara PT. Mensana Aneka Satwa dengan para calon *customer* diseluruh Indonesia.

Sebelum kedua media profil perusahaan ini disebarluaskan ada beberapa tahapan yang harus dilalui yang termasuk dalam penelitian ini. Setelah produk

selesai dirancang dan dikembangkan, media harus melalui pengujian, yaitu uji pakar dan uji usability atau *usability testing*. Dan untuk media website profil perusahaan ditambahkan satu uji lagi, yaitu uji fungsional. Untuk memastikan sistem telah berjalan dengan baik.

Untuk buku profil perusahaan dilakukan dua kali pengujian, yaitu pengujian pakar dan pengujian usability, Pengujian pakar dilakukan oleh seorang desainer grafis, untuk mengetahui apakah buku profil perusahaan yang dibuat sudah sesuai dengan prinsip desain yang ada. Setelah pengujian pakar dilakukan dan perbaikan desain sudah dilakukan maka selanjutnya akan dilakukan pengujian usability.

Pengujian *usability* ini dilakukan untuk mengetahui apakah buku profil perusahaan ini sudah sesuai atau belum dengan kebutuhan yang diinginkan calon *customer* dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa, serta kepuasan responden terhadap buku yang sudah dirancang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kuesioner 5 butir pertanyaan. Responden yang dipilih dalam pengisian kuesioner ini adalah para peternak yang mungkin akan menjadi calon *customer* dari PT. Mensana Aneka Satwa. Kuesioner ini diisi oleh 15 orang calon peternak. Setelah itu kuesioner ini akan di *compare* dengan 15 kuesioner untuk pengujian *usability* website profil perusahaan dan kemudian di *compare* lagi dengan 20 kuesioner untuk membandingkan efektivitas dari antara buku dan website profil perusahaan.

Hasil akhir persentase tingkat kegunaan (*usability*) buku profil perusahaan adalah sebagai berikut :

179	$\times 100\% = 79,6 \%$
225	

Hasil persentase tingkat kegunaan (*usability*) buku profil perusahaan terdapat pada interval kategori “cukup baik dan baik” tetapi lebih mendekati ke “baik”.

Untuk website profil perusahaan dilakukan tiga kali pengujian, yaitu pengujian fungsional, pengujian pakar dan pengujian usabilitas. Pengujian fungsional dilakukan untuk memastikan apakah sistem sudah bekerja dengan baik atau masih perlu perbaikan. Apabila sistem dirasa sudah baik, selanjutnya dilakukan pengujian pakar, pengujian pakar dilakukan oleh seorang rekasayawan website, untuk mengetahui apakah website profil perusahaan yang dibuat sudah sesuai dengan prinsip desain website profil perusahaan yang benar. Setelah pengujian pakar dilakukan dan perbaikan desain sudah dilakukan maka selanjutnya akan dilakukan pengujian usabilitas.

Pengujian *usability* ini dilakukan untuk mengetahui apakah website profil perusahaan ini sudah sesuai atau belum dengan kebutuhan yang diinginkan calon *customer* dalam mendapatkan informasi mengenai perusahaan dan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa, serta kepuasan responden terhadap website yang sudah dirancang. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kuesioner 5 butir pertanyaan. Responden yang dipilih dalam pengisian kuesioner ini adalah para peternak yang mungkin akan menjadi calon *customer* dari PT. Mensana Aneka Satwa. Kuesioner ini diisi oleh 15 orang calon peternak. Setelah itu kuesioner ini akan di *compare* dengan 15 kuesioner untuk pengujian *usability* buku profil

perusahaan dan kemudian di *compare* lagi dengan 20 kuesioner untuk membandingkan efektivitas dari antara buku dan website profil perusahaan.

Hasil akhir persentase tingkat kegunaan (*usability*) website profil perusahaan adalah sebagai berikut :

	190	x 100% = 84,4 %
	225	

Hasil persentase tingkat kegunaan (*usability*) buku profil perusahaan terdapat pada interval kategori “cukup baik dan baik” tetapi lebih mendekati ke “baik”.

Setelah masing-masing media profil perusahaan sudah dilakukan pengujian usabilitas dengan perlakuan yang sama, akhirnya dilakukan sekali lagi pengujian perbandingan efektivitas buku dan website profil perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui media profil perusahaan mana yang paling efektif.

Presentasi yang didapat pada uji *usability* buku profil perusahaan adalah 79,6% dan presentasi yang didapat pada uji *usability* website profil perusahaan adalah 84,4%. Memiliki selisih 4,8%.

Sementara hasil kuesioner dari pengujian perbandingan efektivitas buku dan website profil perusahaan dari 20 kuesioner yang disebar kepada 20 responden didapat hasil:

Website :

	79	x 100% = 65,8 %
	120	

Buku :

	17	x 100% = 14,2 %
	120	

Sama saja :

24	x 100% = 20 %
120	

Dari hasil kedua pengujian didapat hasil bahwa website profil perusahaan merupakan media profil perusahaan yang paling efektif dibanding buku profil perusahaan. Hampir semua responden berpendapat bahwa website profil perusahaan dianggap media yang paling *simple* dan mudah diakses dibanding buku yang dirasa sulit karena harus bawa-bawa buku kemana-mana dan tidak *simple*.

Setelah mendapat hasil dari semua pengujian, produk/sistem dapat diluncurkan/diproduksi secara bebas. Dengan harapan, melalui kedua media ini PT. Mensana Aneka Satwa dapat lebih bertumbuh dan berkembang lagi dan menjadi perusahaan yang maju. Sehingga dapat mempengaruhi omset sesuai harapan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Buku dan *website* profil perusahaan dirancang dan dikembangkan dengan metode penelitian *Research and Development* yang disesuaikan dengan paradigma metode studi kasus bidang desain dan *website* profil perusahaan menggunakan metode pengembangan prototyping. Setelah melalui berbagai tahapan pengembangan dan perancangan, hingga serangkaian tahapan uji, akhirnya dihasilkan dua buah media profil perusahaan, yaitu buku dan *website* profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa. Dari serangkaian proses tersebut, didapatkan beberapa kesimpulan, yaitu :

1. Buku profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa dirancang dengan metode pengembangan R&D dan dengan paradigma metode studi kasus bidang desain. *Website* profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa dirancang dengan metode pengembangan R&D dan dengan paradigma metode pengembangan prototyping.
2. Pada uji usability atau usability testing buku profil perusahaan didapatkan bahwa memiliki presentasi efektifitas 79,6% dan *website* profil perusahaan memiliki hasil presentasi efektifitas 84,4%. Pada uji ini diketahui bahwa *website* memiliki tingkat efektifitas yang lebih tinggi dari buku profil perusahaan. Kemudian hasil ini dicompare dengan uji perbandingan efektifitas buku dan *website* profil perusahaan dan mendapat hasil bahwa *website* profil perusahaan mendapat presentasi tertinggi dengan nilai 65,8%.

Hal ini menunjukkan bahwa *website* merupakan media profil perusahaan yang lebih efektif dibanding buku profil perusahaan.

5.2. Saran

Dalam penelitian ini masih banyak kekurangan dan kelemahan yang disebabkan oleh berbagai keterbatasan yang dialami peneliti. Oleh karena itu, peneliti memberikan beberapa saran yang bisa menjadi pertimbangan untuk pengembangan dan perancangan buku dan *website* profil perusahaan PT. Mensana Aneka Satwa:

1. *Website* profil perusahaan bisa dikembangkan dengan tambahan menu toko online.
2. Dalam layout buku, lebih diperhatikan komposisi layout
3. Informasi yang disajikan sebaiknya dibuat lebih lengkap. Contohnya dengan menambahkan daftar harga pada setiap produk. Jadi para calon *customer* dapat tahu harga-harga produk.
4. Dalam perancangan media profil perusahaan bukan hanya melibatkan para pakar dari bidang desain, *website* atau pakar media, tetapi mungkin juga bisa melibatkan pakar komunikasi bidang promosi.

DAFTAR PUSTAKA

- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Jubilee Enterprise. 2015. *Membuat Company Profile dengan Wordpress*. Yogyakarta: Elex Media Computindo.
- Supardi, Yuniar. 2010. *Web My Profile*. Jakarta: Elex Media Computindo.
- Kadir, Abdul. 2003. *Pengenalan Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi.
- Mulyanto, Agus. 2009. *Sistem Informasi Konsep dan Aplikasi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pressman, Roger. 2012. *Rekayasa Perangkat Lunak Edisi ke-7*. Yogyakarta: Andi.
- Pressman, Roger. 2001. *Software Engineering 5th Edition*. New York: McGraw-Hill Education.
- Stone, Deborah. 2005. *User Interface Design and Evaluation*. San Francisco: Morgan and Kauffman Publishers.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Anggraini S, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Anggraini S, Lia dan Kirana Nathalia. 2014. *Desain Komunikasi Visual*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Ardhi, Yudha. 2013. *Merancang Media Promosi Unik dan Menarik*. Yogyakarta: TAKA Publisher.
- Cenadi, Christine Suharto. 1999. Elemen-elemen dalam Desain Komunikasi Visual. *NIRMANA*. 1(1):1-11.
- Ees. 2004. *Kekuatan Garis dan Warna CorelDraw 12 For Designer*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [FT] Fakultas Teknik, 2012, *Buku Pedoman Skripsi/ Komprehensif/ Karya Inovatif (S1)*, Jakarta: Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta
- Jones, J Cristopher. 1970. *Design Methods: Seeds of Human Futures*. London: Wiley Interscience.
- Iskandar, Syahril. 2007. *Aplikasi Periklanan Menggunakan CorelDraw X3*.

- Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teori Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Kusrianto, Adi. 2009. *Pengantar Desain Komunikasi Visual*. Yogyakarta: ANDI.
- Kusmiati R, Artini; Sri Pudjiastuti; dan Pamudji Suptandar. 1999. *Teori Dasar Desain Komunikasi Visual*. Jakarta: Djambatan.
- Maryati, Kun dan Juju Suryawati. 2007. *Sosiologi untuk SMA dan MA Kelas XII*. Jakarta: Erlangga.
- Raco, JR. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Ramdhani, Agung. 2013. *Jenis Fotografi Desain*.
<http://www.frame-magz.com/2013/10/jenis-fotografi-desain.html>. [20 Agustus 2014].
- Rustan, Surianto. 2008. *Layout, Dasar & Penerapannya*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- S.A, Surachman. 2008. *Dasar-dasar Manajemen Merek*. Malang: Bayu Media Publishing.
- Sant, Esvandiari dan Renny Handayani. 2007. *Seri Penuntun Praktis Berkreasi Mewarnai Ilustrasi dengan Photoshop*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Santosa, Sigit. 2009. *Creative Advertising*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Sarwono, Jonathan. 2010. *Pintar Menulis Karya Ilmiah – Kunci Sukses dalam Menulis Ilmiah*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Suyanto, M. 2004. *Aplikasi Desain Grafis Untuk Periklanan Dilengkapi Sampel Iklan Terbaik Kelas Dunia*. Yogyakarta: ANDI.
- Swasty, Wirania. 2010. *A-Z Warna Interior Rumah Tinggal*. Bandung: Griya Asri.
- Triadi, Dendy dan Addy Sukma Bharata. 2010. *Ayo Bikin Iklan! Memahami Teori & Praktek Iklan Media Lini Bawah*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- websurabaya.com/company-profile-menunjukkan-bonafiditas-perusahaan.html.

[02 Juli 2015]

penuliscompanyprofile.com/?p=68. [02 Juli 2015]

Wibowo, Ibnu Teguh. 2013. *Belajar Desain Grafis*. Bandung: Buku Pintar.

Widyatama, Rendra. 2009. *Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.

Wijaya, Priscillia Yunita. 2000. Keseimbangan Dinamik. *NIRMANA*. 2(1):60-71.

LAMPIRAN

SURAT PERMOHONAN PENELITIAN PT. MENSANA ANEKA SATWA



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telp/Fax.: Rektor (021) 4893854, PR I: 4895130, PR II: 4893918, PR III: 4892926, PR IV: 4893982,
BAUK: 4750930, BAAK: 4759081, BAPSI: 4752180
Bag. UHTP: Telp. 4893726, Bag. Keuangan: 4892414, Bag. Kepegawaian: 4890536, HUMAS: 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 2209/UN39.12/KM/2015
Lamp. : 1 Lembar
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Skripsi

8 Mei 2015

Yth. Direktur PT. Mensana Aneta Satwa
Jl. Daan Mogot Kav.100, Taman Surya I Blok AA/9,
Jakarta Barat 11460

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Immanuel Gesima Rezeky S.
Nomor Registrasi : 5235118460
Program Studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer
Fakultas : Teknik Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 085358041051

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka Penulisan Skripsi. Skripsi tersebut dengan judul :

"Perancangan Desain Komunikasi Visual Dalam Bentuk Buku dan Web Profil Perusahaan Sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promisi PT. Mensana Aneta Satwa"

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.



Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan

Drs. Syakillah
NIP. 196702161984031001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Teknik
2. Kaprog / Jurusan Teknik Elektro

SURAT KETERANGAN DARI PT. MENSANA ANEKA SATWA**PT. MENSANA ANEKA SATWA****SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Steffi Ong, BSc(Hons)
Jabatan : Wakil Direktur

Telah menerima mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Immanuel Gesima Rezeky Siahaan
NomorRegistrasi : 5235100221
Program studi : Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer
Fakultas : Teknik

Untuk melaksanakan penelitian skripsi dengan judul **"Perancangan Buku dan Website Profil Perusahaan sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promosi PT. Mensana Aneka Satwa"** terhitung dari bulan Mei 2015 sampai dengan selesai.

Demikian Surat Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 4 Oktober 2015

PT. MENSANA ANEKA SATWA

Steffi Ong, BSc (Hons)

Wakil Direktur

INSTRUMEN WAWANCARA PT. MENSANA ANEKA SATWA

Instrumen Wawancara

1. Nama lengkap Direktur PT. Mensana Aneka Satwa?
2. Alamat lengkap PT. Mensana Aneka Satwa?
3. Kapan PT. Mensana Aneka Satwa berdiri?
4. PT. Mensana Aneka Satwa bergerak dalam bidang apa?
5. Apa yang menjadi latar belakang berdirinya PT. Mensana Aneka Satwa?
6. Apa yang menjadi motto, visi dan misi PT. Mensana Aneka Satwa?
7. Apa yang menjadi andalan PT. Mensana Aneka Satwa dalam hal produk, proses produksi, proses distribusi, manajemen atau sebagainya?
8. Masalah apa yang saat ini dialami oleh PT. Mensana Aneka Satwa? Apa yang menjadi solusi dari masalah yang dihadapi?
9. Media promosi apa yang telah digunakan oleh PT. Mensana Aneka Satwa? Apakah media promosi yang sudah dimiliki itu cukup efektif dan efisien?
10. Apa yang diharapkan dari Buku dan Web Profil Perusahaan?
11. Buku dan web profil seperti apa yang diharapkan untuk promosi PT. Mensana Aneka Satwa?
12. Siapa yang menjadi target konsumen PT. Mensana Aneka Satwa?
13. Berapakah target omzet per hari, per bulan, dan per tahun?
14. Berapa lamakah target pencapaian BEP?

[Handwritten signature]
19/11/16

KUESIONER AWAL

Kuesioner Penelitian

Tanggal:

I. Identitas Responden

Nama :
 Nomor Telepon :
 Asal/ Tempat tinggal :
 Usia :
 Profesi/ Pekerjaan :

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda check list (v) untuk pernyataan yang paling sesuai dengan pendapat Anda.

1. Apakah anda mengenal atau pernah mendengar PT. Mensana Aneka Satwa?
 Ya
 Tidak

2. Jika Ya, apa yang anda ketahui tentang PT. Mensana Aneka Satwa?

3. Darimana anda tahu PT. Mensana Aneka Satwa?

Pamflet
 Iklan majalah
 Brosur
 Lainnya, silahkan sebutkan.....

4. Apakah anda pernah menggunakan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa?

Ya
 Tidak

Jika Ya, produk apa yang pernah anda gunakan?

Menurut anda bagaimana produk yang dihasilkan PT. Mensana Aneka Satwa?

Jika Tidak, selama ini anda menggunakan obat atau vitamin ternak produksi dari perusahaan apa? Mengapa anda tidak menggunakan obat dan vitamin produksi PT. Mensana Aneka Satwa?

.....
.....
.....

Menurut anda bagaimana obat atau vitamin ternak yang anda gunakan selama ini?

.....
.....
.....

5. Apakah anda berminat menggunakan obat-obatan dan vitamin untuk ternak anda dari produksi PT. Mensana Aneka Satwa?

- () Ya
- () Tidak

Jika anda menjawab tidak, silahkan lanjut pertanyaan nomor 7.

6. Faktor apa yang bisa membuat anda menggunakan/ membeli produk dari PT. Mensana Aneka Satwa? (Boleh ceklis lebih dari satu)

- () Harga yang terjangkau
- () Kualitas lebih baik
- () Mudah didapatkan
- () Lainnya, silahkan sebutkan.....

7. Menurut anda, apakah promosi berperan penting dalam kelangsungan sebuah usaha?

- () Ya
- () Tidak

8. Menurut anda, media promosi apa yang efektif digunakan untuk mempromosikan produk dari perusahaan produsen obat dan vitamin hewan ternak? Mengapa anda memilih media tersebut?

.....
.....
.....

9. Apakah menurut anda sebuah perusahaan perlu memiliki sebuah company profile?

- () Ya
- () Tidak

Apa yang menjadi alasan anda?



.....
.....
.....

10. Jika anda diberikan sebuah buku company profile apakah anda tertarik untuk mengenal perusahaannya dan menggunakan hasil produksinya?

- () Ya
() Tidak

11. Menurut anda apa saja yang perlu ada didalam sebuah buku company profile?

- () Tentang perusahaan
() Produk yang dihasilkan
() Lainnya, silahkan sebutkan.....

12. Menurut anda desain seperti apa yang cocok untuk dijadikan pedoman untuk desain sebuah buku company profile perusahaan obat dan vitamin?

- () Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok
() Desain mewah/ heboh dengan warna yang mencolok
() Lainnya, silahkan sebutkan.....

13. Jika anda diberikan atau menemukan alamat sebuah web company profile apakah anda tertarik untuk mengenal perusahaannya dan menggunakan hasil produksinya?

- () Ya
() Tidak

14. Menurut anda apa saja yang perlu ada didalam sebuah web company profile?

- () Tentang perusahaan
() Produk yang dihasilkan
() Lainnya, silahkan sebutkan.....

15. Menurut anda desain seperti apa yang cocok untuk dijadikan pedoman untuk desain sebuah web company profile perusahaan obat dan vitamin?

- () Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok
() Desain mewah/ heboh dengan warna yang mencolok
() Lainnya, silahkan sebutkan.....

KUESIONER UJI FUNGSIONAL WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

KUESIONER UJI FUNGSIONAL GENERAL USER

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Menu Navigasi Utama (Beranda)	User klik menu beranda	Menampilkan foto profil perusahaan dan sedikit informasi mengenai isi konten didalam menu tentang dan produk	General User	
2	Menu Tentang	User klik menu Tentang	Menampilkan sekilas informasi mengenai perusahaan, seperti visi, misi dan tentang manajemen PT. Mensana Aneka Satwa serta kontak dan alamat PT. Mensana Aneka Satwa	General User	
3	Menu Produk	User klik menu Produk	Menampilkan sedikit ulasan mengenai produk PT. Mensana Aneka Satwa dan link tautan daftar produk	General User	
4	Link Tautan dari halaman	User Klik link Tentang	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sekilas informasi	General User	

	beranda menuju menu Tentang		mengenai PT. Mensana Aneka Satwa		
5	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Produk	User Klik link Produk	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sedikit ulasan mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan link daftar produk	General User	
6	Link Tautan dari halaman Produk menuju daftar produk	User Klik link Daftar Produk	Menampilkan daftar produk- produk yang dimiliki oleh PT. Mensana Aneka Satwa	General User	
7	Link Tautan dari daftar produk menuju rincian produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa	User Klik link salah satu nama produk	Menuju ke penjelasan dari masing-masing produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa dan gambar dari masing-masing produk.	General User	

KUESIONER UJI FUNGSIONAL OLEH ADMINISTRATOR

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Login	Admin input <i>userid</i> dan <i>password</i> lalu klik <i>submit</i>	Menampilkan halaman administrator	Admin	
2	Menu Produk	Admin klik menu Produk	Menampilkan form penginputan nama, gambar dan rincian mengenai produk	Admin	
3	Menu Produk	Setelah data telah diinput, admin klik submit	Produk yang baru ditambahkan akan masuk kedalam daftar produk.	Admin	
4	Link menu edit dan hapus data	Admin klik link edit dan hapus	Produk yang ada, dapat diedit dan dihapus sesuai kebutuhan	Admin	
5	Signout	Admin klik menu profile administrator dan signout	Kembali ketampilan awal login	Admin	

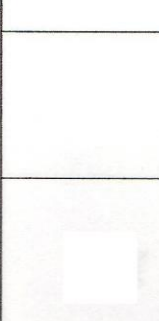
		Komentar :		
		d. Pemilihan warna, penempatan logo website dan font yang digunakan konsisten pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak merasa pindah ke website lainnya		
		Komentar :		
2.	Loading Time	a. Waktu loading yang digunakan dalam mengakses website ini relative singkat tidak lebih dari 4 detik		
		Komentar :		
3.	Interactivity (Bersifat Interaktif)	a. Informasi yang cukup pada halaman website, mengenai isi website tersebut seperti judul yang cukup jelas dibaca dan relevan dengan isi halaman website		
		Komentar :		
		b. Memberikan tautan (link) yang menuju halaman-halaman lain pada website		
		Komentar :		
4.	Content	a. Konten pada website dapat bermanfaat bagi pengunjung		
		Komentar :		


		b. Gaya penulisan pada konten sesuai dengan tema web dan target audience		
		Komentar :		
5.	Kompabilitas	a. Web kompatibel terhadap semua browser		
		Komentar :		
6.	Fungsionalitas	a. Pengaksesan informasi dengan cepat dan baik		
		Komentar :		
		b. Website mempunyai kelengkapan fitur dan menu yang sesuai untuk pengguna website		
		Komentar :		
7.	Usability	a. Website mudah untuk diakses		
		Komentar :		
		b. Website efisien dalam penggunaan		
		Komentar :		
		c. Website mudah untuk diingat		
		Komentar :		



Jakarta, Juni 2015
 Reviewer Pakar

Krisna Permadi 22/6/15

Krisna Permadi

<p>3</p>	<p>KEBUNCI LAKSINIENIS</p> <p>15. Melalui media cetak, digital dan lain-lain, serta melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan lain-lain, untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Laksini. Selain itu, juga dapat dilakukan melalui pameran-pameran yang diselenggarakan oleh PT. Laksini, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.</p> <p>16. Melalui media cetak, digital dan lain-lain, serta melalui media sosial, seperti Facebook, Twitter, dan lain-lain, untuk mempromosikan produk-produk yang dihasilkan oleh PT. Laksini. Selain itu, juga dapat dilakukan melalui pameran-pameran yang diselenggarakan oleh PT. Laksini, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.</p>				
<p>4</p>	<p>Saran</p>				
<p>5</p>	<p>Saran</p>	<p>Visi & Misi</p> <p>Visi: Menjadi perusahaan yang terdepan dalam industri perikanan di Indonesia.</p> <p>Misi: Meningkatkan produksi perikanan di Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, dan melindungi lingkungan.</p>			
<p></p>	<p>Saran</p>				

6	<p>Manajemen Mutu</p> <p>Manajemen mutu adalah suatu sistem yang terencana untuk memastikan bahwa produk dan jasa yang dihasilkan memenuhi persyaratan yang ditetapkan sebelumnya. Manajemen mutu meliputi seluruh aspek organisasi, mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi.</p> <p>Keunggulan Produk</p> <p>Keunggulan produk adalah karakteristik yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Keunggulan produk dapat berupa kualitas, harga, pelayanan, dan lain-lain.</p> <p>Keunggulan produk adalah faktor yang membedakan suatu produk dengan produk lainnya. Keunggulan produk dapat berupa kualitas, harga, pelayanan, dan lain-lain.</p>										
	Saran										
7	<p>Motto Unggul Dalam Kualitas</p> 										
	Saran										
8											
	Saran										

12											
Saran											
13	<p>Menyongsong Hari Depan</p> <p>Sebagai perusahaan yang sudah ber-Service User Experience (SUE) ke dalam area bisnis, PT Meranti Aneka Sahaja sebagai perusahaan yang sudah ber-Service User Experience (SUE) ke dalam area bisnis, sudah siap untuk menghadapi pasar yang terus berkembang. Untuk itu, kami berharap secara kolektif sebagai sesama pelaku usaha, memiliki dan melaksanakan layanan dan program-program yang dapat meningkatkan produktivitas dan efisiensi bisnis.</p> <p>Perubahan yang akan terjadi akan berdampak yang baik dan buruk. Untuk itu, kami mengajak seluruh pelaku usaha untuk berkolaborasi, berinovasi, dan berkreasi untuk menghadapi tantangan yang akan datang. Dengan cara-cara kreatif, inovatif dan berkolaborasi akan dapat menjadi daya saing yang signifikan di pasar.</p>										
Saran											
14	 <p>PT Meranti Aneka Sahaja PT Meranti Aneka Sahaja Gedung Meranti Aneka Sahaja Jl. Raya Cempaka No. 100, Cempaka, Jakarta Barat 10710 Telp. +62 (021) 8888 8888 Email: info@merantisahaja.com</p>										
Saran											

Jakarta, 2015

Reviewer Pakar

Bertilia Ellen, S.Ds

KUESIONER UJI EFEKTIVITAS BUKU PROFIL PERUSAHAAN

KUESIONER PENGUJIAN BUKU COMPANY PROFILE

PT. MENSANA ANEKA SATWA

Nama :
 Usia :
 Alamat :
 No. Telp :

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tandaceklis(✓) pada salah satu jawaban yang telah tersedia!

1. Apakah mudah menemukan informasi yang anda butuhkan?
 a. Sangat mudah b. Mudah c. Cukup Mudah

2. Apakah informasi yang diberikan sudah membantu anda dalam mendapatkan informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa?
 a. Sangat membantu b. Membantu c. Cukup membantu

3. Apakah buku company profile ini membantu anda dalam mencari informasi mengenai produk yang PT. Mensana Aneka Satwa miliki?
 a. Sangat membantu b. Membantu c. Cukup membantu

4. Apakah tampilan desain dan warna pada buku company profile ini sudah menarik?
 a. Sangat menarik b. Menarik c. Cukup menarik

5. Apakah dengan adanya buku company profile PT. Mensana Aneka Satwa ini anda tertarik untuk menggunakan produk-produk yang dihasilkan PT. Mensana Aneka Satwa untuk hewan ternak anda?
 a. Sangat tertarik b. Tertarik c. Cukup tertarik

Handwritten signature and date
 2/2/14

KUESIONER UJI EFEKTIVITAS WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

KUESIONER PENGUJIAN WEBSITE COMPANY PROFILE

PT. MENSANA ANEKA SATWA

Nama :

Usia :

Alamat :

No. Telp :

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tandaceklis(✓) pada salah satu jawaban yang telah tersedia!

1. Apakah mudah menemukan informasi yang anda butuhkan?
 - a. Sangat mudah
 - b. Mudah
 - c. Cukup Mudah

2. Apakah informasi yang diberikan sudah membantu anda dalam mendapatkan informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Cukup membantu

3. Apakah web ini membantu anda dalam mencari informasi mengenai produk yang PT. Mensana Aneka Satwa miliki?
 - a. Sangat membantu
 - b. Membantu
 - c. Cukup membantu

4. Apakah tampilan desain dan warna pada web ini sudah menarik?
 - a. Sangat menarik
 - b. Menarik
 - c. Cukup menarik

5. Apakah dengan adanya website company profile PT. Mensana Aneka Satwa ini anda tertarik untuk menggunakan produk-produk yang dihasilkan PT. Mensana Aneka Satwa untuk hewan ternak anda?
 - a. Sangat tertarik
 - b. Tertarik
 - c. Cukup tertarik

[Signature]
20/15

KUESIONER UJI PERBANDINGAN BUKU DAN WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

KUESIONER UJI PERBANDINGAN BUKU DAN WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

Nama :
 Usia :
 Alamat :
 No. Telp :

PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu jawaban yang telah tersedia!

1. Menurut anda, manakah media yang memudahkan anda menemukan informasi yang anda butuhkan?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja
2. Menurut anda, media promosi manakah yang lebih menarik perhatian anda?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja
3. Menurut anda, manakah media yang memiliki nilai komunikatif dalam mempromosikan produk atau perusahaan?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja
4. Menurut anda, media promosi mana yang membuat anda lebih percaya dan mempunyai keinginan untuk menggunakan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja
5. Menurut anda, manakah media yang dapat meningkatkan pengetahuan produk anda?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja
6. Menurut anda dalam segi efektivitas, diantara buku dan website company profile PT. Mensana Aneka Satwa ini, lebih efektif mana dalam perannya sebagai media promosi?
 a. Buku Company Profile b. Website Company Profile c. Sama saja

HASIL WAWANCARA PT. MENSANA ANEKA SATWA

1. Nama lengkap Direktur PT. Mensana Aneka Satwa?

Dani Ong

2. Alamat lengkap PT. Mensana Aneka Satwa?

Jln Daan Mogot Kav 100, Kompleks Taman Surya 1, Blk AA 9-10

Jakarta Barat 11460

3. Kapan PT. Mensana Aneka Satwa berdiri?

Akhir 1986

4. PT. Mensana Aneka Satwa bergerak dalam bidang apa?

Obat hewan dan peralatan ternak dan distribusi

5. Apa yang menjadi latar belakang berdirinya PT. Mensana Aneka Satwa?

Sebelumnya owner memiliki peternak unggas. Namun terlihat potensial bisnis yang sangat besar yaitu obat hewan. Pertamanya mulai dengan produksi premix dan vitamin untuk dipakai sendiri. Perlahan2 dijual ke peternak lain dan pabrik diadakan.

6. Apa yang menjadi motto, visi dan misi PT. Mensana Aneka Satwa?

Visi: Menjadi perusahaan yang dominan dalam bidang kesehatan serta perlengkapan hewan ternak di Indonesia dan memiliki eksistensi di pasar global dengan merek dagang yang kuat didasarkan oleh manajemen, ilmu dan teknologi yang unggul

Misi: Meningkatkan pelayanan dalam hal pemenuhan permintaan akan obat hewan yang serta peralatan ternak yang berkualitas.

7. Apa yang menjadi andalan PT. Mensana Aneka Satwa dalam hal produk, proses produksi, proses distribusi, manajemen atau sebagainya?

Produksi ditangani dengan personel handal dan dengan fasilitas yang memadai. Kita ada 27 cabang diseluruh Indonesia namun dapat menjangkau banyak peternak.

8. Masalah apa yang saat ini dialami oleh PT. Mensana Aneka Satwa? Apa yang menjadi solusi dari masalah yang dihadapi?

Perekonomian unggas di Indonesia sedang tidak stabil. Sedikit bermasalah dengan tagihan. Namun bisa lebih selective dengan pemilihan customer kedepannya.

9. Media promosi apa yang telah digunakan oleh PT. Mensana Aneka Satwa? Apakah media promosi yang sudah dimiliki itu cukup efektif dan efisien?

Sementara kita ada bekerjasama dengan beberapa majalah peternakan ie Poultry Indonesia dan Trobos. Cukup effective tetapi kurang efisien karean terbitan majalah sebulan sekali. Namun informasi baru dari kita kurang cepat diederkan.

10. Apa yang diharapkan dari Buku dan Web Profil Perusahaan?

Buku mungkin bisa dipakai untuk customer baru dan di pameran. Web profile bisa dipakai semua customer yang ada dan baru untuk informasi tentang customer.

11. Buku dan web profil seperti apa yang diharapkan untuk promosi PT. Mensana Aneka Satwa?

Buku dan web yang memperlihatkan positifnya perusahaan kami dan just latest news serta dengan showcase produk

12. Siapa yang menjadi target konsumen PT. Mensana Aneka Satwa?

Peternak di seluruh Indonesia

13. Berapakah target omzet per hari, per bulan, dan per tahun?

-

14. Berapa lamakah target pencapaian BEP?

-

HASIL KUESIONER AWAL

Usia	Pertanyaan															
	Apakah anda mengenal atau pernah mendengar PT. Mensana Aneka Satwa?		Darimana anda tahu PT. Mensana Aneka Satwa?				Apakah anda pernah menggunakan produk dari PT. Mensana Aneka Satwa?		Apakah anda berminat menggunakan produk dari PT. MAS?		Faktor apa yang bisa membuat anda menggunakan produk dari PT. MAS?				Menurut anda apakah promosi berperan penting dalam kelangsungan	
	Ya	Tidak	Pameran	Iklan Majalah	Brosur	Lainnya	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Harga terjangkau	Kualitas baik	Mudah didapatkan	Lainnya	Ya	Tidak
19-24		1						1		1						1
25-30	2		1	1			1	2	2		2	1	1			2
>30	7	5	2	4	1	2	3	8	12		12	10	11			12
Total	7	8	3	5	1	2	4	11	14	1	14	11	12	0	15	0

Usia	Pertanyaan											
	Apakah sebuah perusahaan perlu		Jika anda diberikan		Menurut anda apa saja yang			Menurut anda desain seperti apa		Jika anda diberikan		
	Ya	Tidak	Ya	Tidak	Tentang Perusahaan	Produk yang dihasilkan	Lainnya	Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok	Desain mewah/heboh dengan warna yang mencolok	Lainnya	Ya	Tidak
19-24	1		1			1				1		
25-30	2		2		2	1		2			2	
>30	12		12		12	12	1	8		4	12	
Total	15	0	15	0	14	14	1	10	0	5	15	0

Usia	Pertanyaan					
	Menurut anda apa saja yang perlu ada didalam			Menurut anda desain seperti		
	Tentang perusahaan	Produk yang dihasilkan	Lainnya	Desain sederhana dengan warna yang tidak mencolok	Desain mewah/heboh dengan warna yang mencolok	Lainnya
19-24		1				1
25-30	2	1		2		
>30	12	12	1	9		3
Total	14	14	1	11	0	4

HASIL UJI FUNGSIONAL WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

HASIL UJI FUNGSIONAL GENERAL USER

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Menu Navigasi Utama (Beranda)	User klik menu beranda	Menampilkan foto profil perusahaan dan sedikit informasi mengenai isi konten didalam menu tentang dan produk	General User	Berfungsi
2	Menu Tentang	User klik menu Tentang	Menampilkan sekilas informasi mengenai perusahaan, seperti visi, misi dan tentang manajemen PT. Mensana Aneka Satwa serta kontak dan alamat PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi
3	Menu Produk	User klik menu Produk	Menampilkan sedikit ulasan mengenai produk PT. Mensana Aneka Satwa dan link tautan daftar produk	General User	Berfungsi
4	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Tentang	User Klik link Tentang	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sekilas informasi mengenai PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi

5	Link Tautan dari halaman beranda menuju menu Produk	User Klik link Produk	Menuju ke halaman tentang, yang memuat sedikit ulasan mengenai PT. Mensana Aneka Satwa dan link daftar produk	General User	Berfungsi
6	Link Tautan dari halaman Produk menuju daftar produk	User Klik link Daftar Produk	Menampilkan daftar produk-produk yang dimiliki oleh PT. Mensana Aneka Satwa	General User	Berfungsi
7	Link Tautan dari daftar produk menuju rincian produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa	User Klik link salah satu nama produk	Menuju ke penjelasan dari masing-masing produk yang dimiliki PT. Mensana Aneka Satwa dan gambar dari masing-masing produk.	General User	Berfungsi

HASIL UJI FUNGSIONAL OLEH ADMINISTRATOR

No	Fungsi	Proses	Tampilan	Aktor	Kesimpulan
1	Login	Admin input <i>userid</i> dan <i>password</i> lalu klik <i>submit</i>	Menampilkan halaman administrator	Admin	Berfungsi
2	Menu Produk	Admin klik menu Produk	Menampilkan form penginputan nama, gambar dan rincian mengenai produk	Admin	Berfungsi
3	Menu Produk	Setelah data telah diinput, admin klik submit	Produk yang baru ditambahkan akan masuk kedalam daftar produk.	Admin	Berfungsi
4	Link menu edit dan hapus data	Admin klik link edit dan hapus	Produk yang ada, dapat diedit dan dihapus sesuai kebutuhan	Admin	Berfungsi
5	Signout	Admin klik menu profile administrator dan signout	Kembali ketampilan awal login	Admin	Berfungsi

HASIL UJI VALIDITAS PAKAR WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

LEMBAR REVIEW PAKAR

Nama Mahasiswa : **Immanuel Gesima Rezeky Siahaan**
 Nomor Registrasi : 5235100221
 Prodi/Jurusan : S1 Pend. Teknik Informatika Dan Komputer / Teknik Elektro
 Judul : Perancangan Buku dan Website Profil Perusahaan sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promosi PT. Mensana Aneka Satwa
 Dosen Pembimbing : 1. **Drs. Bachren Zaini, M.Pd**
 2. **Prasetyo Wibowo Y, ST, M.Eng**
 Reviewer Pakar : **Krisna Permadi**

Lembar evaluasi ini dimaksudkan untuk mengetahui pendapat bapak/ibu, sebagai ahli pakar desain web, terhadap website yang saya kembangkan. Pendapat, kritik, saran dan koreksi dari bapak/ibu sangat bermanfaat untuk memperbaiki dan meningkatkan kualitas website yang saya kembangkan. Sehubungan dengan hal tersebut, saya berharap kesediaan bapak/ibu untuk memberikan respon pada setiap pertanyaan sesuai dengan petunjuk dibawah ini :

1. Memberikan tanda ceklis (✓) disetiap pertanyaan pada kolom "Ya" atau "Perlu Perbaikan", sesuai dengan pendapat bapak/ibu mengenai kualitas website yang saya kembangkan.
2. Jika jawaban bapak/ibu "Perlu Perbaikan", mohon tuliskan komentar, kritik, dan saran bapak/ibu pada kolom yang telah disediakan.

No	Indikator	Pernyataan	Ya	Perlu Perbaikan
1.	Desain Visual	a. Website sudah memenuhi kaidah-kaidah dalam desain visual antara lain : Warna, Layout, Elemen, dan Tipografi	✓	
		Komentar :		
		b. Website mempunyai desain dengan struktur yang tepat seperti header, footer, dan menu navigasi	✓	
		Komentar :		
No	Indikator	Pernyataan	Ya	Perlu Perbaikan
		c. Struktur tersebut sama pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak dibuat bingung dengan menu yang berpindah-pindah	✓	

		Komentar :		
		d. Pemilihan warna, penempatan logo website dan font yang digunakan konsisten pada setiap halaman sehingga pengunjung tidak merasa pindah ke website lainnya		✓
		Komentar : - pilihlah font yang lebih mudah dibaca. - font diperbesar agar mudah dibaca.		
2.	Loading Time	a. Waktu loading yang digunakan dalam mengakses website ini relative singkat tidak lebih dari 4 detik	✓	
		Komentar :		
3.	Interactivity (Bersifat Interaktif)	a. Informasi yang cukup pada halaman website, mengenai isi website tersebut seperti judul yang cukup jelas dibaca dan relevan dengan isi halaman website	✓	
		Komentar :		
		b. Memberikan tautan (link) yang menuju halaman-halaman lain pada website	✓	
		Komentar :		
4.	Content	a. Konten pada website dapat bermanfaat bagi pengunjung	✓	
		Komentar :		

		b. Gaya penulisan pada konten sesuai dengan tema web dan target audience	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
5.	Kompabilitas	a. Web kompatibel terhadap semua browser	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
6.	Fungsionalitas	a. Pengaksesan informasi dengan cepat dan baik	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
		b. Website mempunyai kelengkapan fitur dan menu yang sesuai untuk pengguna website	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
7.	Usability	a. Website mudah untuk diakses	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
		b. Website efisien dalam penggunaan	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
		c. Website mudah untuk diingat	<input checked="" type="checkbox"/>	
		Komentar :		
		<ul style="list-style-type: none"> - semua gubh diperbaiki - gubh domain yang belayar. 		



Jakarta, Juni 2015

Reviewer Pakar

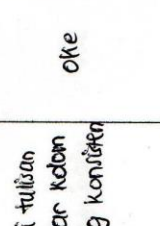
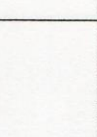


Krisna Permadi

Handwritten signature and date: 22/6/15

6	<p>Menajemen Membran</p> <p>Membran yang digunakan dalam bioproses, yaitu selulosa, polimer sintesis, dan membran alam. Membran selulosa adalah membran yang terbuat dari selulosa yang memiliki sifat mekanis yang baik, tetapi memiliki ketahanan kimia yang rendah. Membran polimer sintesis memiliki ketahanan kimia yang baik, tetapi memiliki sifat mekanis yang rendah. Membran alam memiliki sifat mekanis yang baik, tetapi memiliki ketahanan kimia yang rendah.</p> <p>Proses yang dilakukan dengan membran adalah pemisahan komponen yang diinginkan dari campuran. Membran yang digunakan dalam bioproses harus memiliki sifat mekanis yang baik, ketahanan kimia yang baik, dan ketahanan termal yang baik.</p> <p>Untuk itu diperlukan jenis membran yang memiliki sifat mekanis yang baik, ketahanan kimia yang baik, dan ketahanan termal yang baik.</p> <p>Jenis membran yang memiliki sifat mekanis yang baik, ketahanan kimia yang baik, dan ketahanan termal yang baik adalah membran polimer sintesis.</p> <p>Membran polimer sintesis memiliki sifat mekanis yang baik, ketahanan kimia yang baik, dan ketahanan termal yang baik.</p>	oke	oke	oke	oke	oke	komposisi sedikit kurang.	oke	oke	oke.	
	Saran	Sebaiknya menggunakan grid yg selalu sama separa jika untuk company profile. sub-head di sebelah kiri.									
7	<p>Motto</p> <p>Unggul Dalam Kualitas</p> 	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.	
	Saran										
8		oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke.	
	Saran										

(rata kiri)

9	<p>Produk Kami</p>  <p>01. Glennium Produk ini adalah... 02. Glennium Produk ini adalah... 03. Glennium Produk ini adalah...</p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke
	jarak antar kolom sebaiknya disamakan, agar tidak terlihat 'berat sebelah' / kurang seimbang.								
10	<p>Jaringan Distribusi</p> <p>... </p> 	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke
	Saran								
11	<p>Kerendali Melayu</p> <p>... </p>	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke	oke
	Saran								

- HASIL UJI EFEKTIVITAS BUKU PROFIL PERUSAHAAN

Timestamp	Nama	Usia	Alamat	Nomor Telepon	Apakah mudah	Apakah informasi ya	Apakah buku comp	Apakah tampilan	Apakah dengan
10/23/2015 19:14:48	Lia	27 tahun	Jakarta	81310800921	Mudah	Cukup Membantu	Membantu	Menarik	Tertarik
10/26/2015 19:28:10	Grestica Sianipa	23 tahun	Jl. Perjuangan	85658121884	Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Menarik	Sangat Tertarik
10/26/2015 22:23:07	Y.ginting	52 tahun	Aek Baru	8126540862	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Tertarik
10/26/2015 22:31:25	Manginar Marpal	51 tahun	Jalan martinus lubis	85206191717	Sangat Mudah	Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 6:27:38	Moses S. M Sima	22 tahun	Jln. Sering no 104	82362015191	Cukup Mudah	Cukup Membantu	Sangat Membantu	Cukup Menarik	Cukup Tertarik
10/27/2015 7:15:10	Fadhil hakimi	20 tahun	Jln. Karya bakti	8277629308	Mudah	Membantu	Membantu	Menarik	Tertarik
10/27/2015 11:44:17	Arif Fakhurozi	23 tahun	Purwokerto	85642692674	Mudah	Sangat Membantu	Cukup Membantu	Menarik	Cukup Tertarik
10/27/2015 12:41:52	Rony Nainggolan	23 tahun	Perkebunan Perlabian, 54	02365997746	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Tertarik
10/27/2015 15:01:00	Jumadi aidi purba	44 tahun	Negeri Lama	85262592741	Sangat Mudah	Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 15:05:54	Jamea Dabongki	55 tahun	PELITA 3	82360223460	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Tertarik
10/28/2015 10:59:07	Anita Simanjuntak	31 tahun	Mladalak no. 73 A, Sibolga	01360476831	Sangat Mudah	Membantu	Cukup Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/28/2015 12:08:26	Jim Budimas	40 tahun	Jln. dan mengg 100, lama	5663666	Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/28/2015 18:13:09	oni	22 tahun	ling sil bagian deli	617297909	Sangat Mudah	Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Tertarik
10/28/2015 20:27:10	SOLEHA	24 tahun	Jl. PERHATIS KEMERDEKAAN	85786144207	Mudah	Cukup Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/28/2015 21:08:35	Alfredo suprianto	19 tahun	Bela raya nomor 101 cimang	07808005026	Cukup Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
				Pilihan 1	21	21	21	30	21
				Pilihan 2	12	10	12	8	12
				Pilihan 3	3	3	2	1	2
					36	34	35	39	35
						179			

Sangat Mu 3
Mudah 2
Cukup 1

$$\frac{179}{225} \times 100\% = 79,6$$

- HASIL UJI EFEKTIVITAS WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

Timestamp	Nama	Usia	Alamat	Nomor telepon	Apakah mudah	Apakah informasi	Apakah web ini	Apakah tampil	Apakah dengan adanya website
10/24/2015 15:54:55	parsaoran sinag	45	jalan siliwangi komplek gk	81262440225	Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Menarik	Tertarik
10/24/2015 16:54:56	Bosahar Sinaga	53 tahun	jalan bayam no 27 pemata	85261117245	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Cukup Membantu	Cukup Menarik	Tertarik
10/24/2015 18:07:44	sopian tanjung	40	sidempuan	82274892294	Sangat Mudah	Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/25/2015 2:49:11	Vannisa Irma D	22	Jalan Pendidikan Raya 1	81287169578	Mudah	Membantu	Membantu	Menarik	Cukup Tertarik
10/26/2015 22:12:28	samsul.s	40 tahun	Jalan Padang malinggi	8126556225	Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/26/2015 22:24:31	M. Siahaan	53 tahun	Jalan Puri kampung baru	81361017812	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 15:02:48	Safri. M	44 tahun	Aeknabara	81269281052	Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 22:15:48	Supadi	37 tahun	Tanjung Selamat	85261420574	Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 22:17:22	HP. Malau	36 tahun	Kampung Tetap Jaya	85359940943	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 22:20:18	R. sianturi	45 tahun	Tanjung Harapan	81361629375	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 22:24:07	T. Sitompul	40 tahun	Tanjung Harapan	81269516316	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Sangat Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/27/2015 22:26:15	Hariaman	30 tahun	Tanjung Selamat	82164525540	Sangat Mudah	Sangat Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Sangat Tertarik
10/29/2015 13:30:08	amirul mu'minir	22	purwokerto	85726432464	Mudah	Membantu	Cukup Membantu	Menarik	Cukup Tertarik
10/29/2015 13:34:12	Sigit Purnomo	24	purwokerto	82225329822	Mudah	Cukup Membantu	Membantu	Menarik	Tertarik
10/29/2015 13:36:47	Adhi Alfiantoro	22	purwokerto	85726201420	Mudah	Membantu	Membantu	Sangat Menarik	Cukup Tertarik
		3			21	30	18	24	24
		2			20	12	14	12	8
		1			0	1	2	1	3
					41	43	34	37	35
						190			

$190 \times 100\% = 84,4$
 225

- HASIL UJI PERBANDINGAN BUKU DAN WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN

Timestamp	Nama	Usia	Alamat	Nomor Telepon	Menurut anda, ma	Menurut anda, ma	Menurut anda, ma	Menurut anda, ma	Menurut anda, ma	Menurut anda, ma
10/25/2015 8:21:14	akbar	18 tahun	Jombang	85707554909	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Menurut anda, ma
10/26/2015 22:14:07	chandra diana	29 tahun	Wisma Nusa Indah, jln. Ta	81293982088	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company Profile
10/26/2015 22:19:05	bobby karo sekal	38 tahun	pulo padang	82160672052	Sama Saja	Buku Company P	Sama Saja	Sama Saja	Sama Saja	Website Company Profile
10/26/2015 22:27:23	Oddy Mampaung	36 tahun	Jlan Cik Di Tiro	85270159272	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company Profile
10/26/2015 22:35:16	Sendy	25 tahun	Gg Salak Barat 1 No 24B	8176520172	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company Profile
10/26/2015 22:56:26	Aron Panjaitan	24 tahun	Jl wijaya kesuma blok AA	82182460422	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company Profile
10/26/2015 23:19:51	Roy Kristanto	26 tahun	Kudus	85640094830	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 0:41:32	Andre	27 tahun	Tanjung duren	8111012794	Sama Saja	Website Company	Sama Saja	Website Comi	Sama Saja	Website Company Profile
10/27/2015 1:12:58	HARISON SARA	24 tahun	Jl Karang rejo barat, Sem	81376763502	Website Company	Website Company	Website Company	Website Comi	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 11:27:22	Yesica	30 tahun	Taman meruya ilir G1 no 3	81282717821	Website Company	Website Company	Website Company	Website Comi	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 11:38:22	Bambang sugiar	37 tahun	GG. Beringin no. 32, Benth	81317111147	Website Company	Website Company	Sama Saja	Sama Saja	Sama Saja	Website Company Profile
10/27/2015 11:44:26	glenny gunawan	32 tahun	green lake city a 33	81808338766	Website Company	Website Company	Website Company	Sama Saja	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 12:27:07	Steffi	29 tahun	Lalan abadi no 99	81213081234	Website Company	Website Company	Website Company	Website Comi	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 14:07:54	Evy	27 tahun	Depok	81284366470	Website Company	Website Company	Website Company	Website Comi	Buku Company P	Website Company Profile
10/27/2015 14:56:11	Hanna marlyn ch	23 tahun	Karaba blok KA no 16 Kar	821688943214	Website Company	Sama Saja	Website Company	Buku Compan	Buku Company P	Website Company Profile
10/27/2015 16:37:47	Anastasya Chris	27 tahun	Jalan Poltangan Raya No.	81808807700	Website Company	Website Company	Website Company	Website Comi	Website Company	Website Company Profile
10/27/2015 18:43:49	flor	25 tahun	jalan johar baru	2194744713	Website Company	Website Company	Website Company	Buku Compan	Website Company	Website Company Profile
10/28/2015 13:32:26	sitie munawaroh	23 tahun	Cilecep	85726408624	Website Company	Website Company	Website Company	Sama Saja	Sama Saja	Sama Saja
10/28/2015 13:39:19	Toya Mulyati	22 tahun	Punwokerto	82136650264	Sama Saja	Buku Company P	Website Company	Sama Saja	Buku Company P	Sama Saja
10/28/2015 13:41:46	Tri Puji Rahayu	23 tahun	Punwokerto	85729605213	Sama Saja	Website Company	Sama Saja	Website Comi	Sama Saja	Sama Saja
	Website	15		15	15	15	11	8	15	79
	Buku	0		3	0	0	6	7	1	17
	Sama saja	5		2	5	3	3	5	4	24
										120

Hasil Perbandingan Website 65,833333333
 Hasil Perbandingan Buku 14,166666667
 Hasil Perbandingan Sama saja 20

DOKUMENTASI PRODUK HASIL PENELITIAN

BUKU PROFIL PERUSAHAAN



Latar Belakang

PT. Mensana Aneka Satwa didirikan pada akhir tahun 1986. Perusahaan ini lahir atas ide kreatif yang digagas oleh Bapak Dani Ong, selaku pemilik dan direktur utama dari PT. Mensana Aneka Satwa.

Ditengah semakin berkembangnya usaha peternakan di Indonesia, PT. Mensana Aneka Satwa melihat adanya peluang untuk menyediakan produk-produk obat hewan serta peralatan ternak yang tentunya berkualitas tinggi.

PT. Mensana Aneka Satwa juga telah mempersiapkan jaringan-jaringan penjualan di beberapa paar, untuk mengantisipasi pertumbuhan akan kebutuhan produk-produk obat hewan serta peralatan ternak di masa yang akan datang.

Saat ini, sebagai salah satu produsen obat hewan dan peralatan ternak yang berkualitas tinggi di Indonesia, PT. Mensana Aneka Satwa berupaya untuk terus berkembang sejalan dengan cepatnya pertumbuhan usaha peternakan di Indonesia. Walaupun kesuksesan kami menunjukkan pertumbuhan yang amat baik, namun demikian masih ada beberapa target yang hendak kami capai. Kami berusaha untuk terus meningkatkan efisiensi dan membuat produk-produk kami dapat bersaing di pasaran. Dengan pengalaman manajemen kami dan dukungan para karyawan yang berkredibilitas tinggi serta customer yang setia, saya percaya bahwa semua target tersebut di atas dapat tercapai.

2



Misi

Menjadi Perusahaan yang dominan dalam bidang kesehatan serta perlengkapan hewan ternak di Indonesia dan memiliki eksistensi di pasar global dengan merek dagang yang kuat didasarkan oleh manajemen, ilmu dan teknologi yang unggul.

Meningkatkan pelayanan dalam hal pemenuhan permintaan akan obat hewan yang serta peralatan ternak yang berkualitas.

Visi

3



Manajemen yang profesional dan hubungan antar seluruh staff di Mensana meyakinkan setiap orang di perusahaan untuk selalu berusaha memberikan yang terbaik menuju tercapainya kemakmuran bersama.

Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah kebijaksanaan perusahaan kami untuk meningkatkan kemampuan setiap personel Mensana melalui pelatihan langsung di setiap tingkatan. Hal ini akan membuat setiap karyawan berpengetahuan luas, berdedikasi, dan selalu memperhatikan kualitas.


Manajemen Mensana

4

Keunggulan Produksi

Dengan timbulnya perkembangan dalam usaha peternakan, menciptakan pasar-pasar baru bagi Mensana Aneka Satwa. Kami memantau perubahan kebutuhan di dalam dunia peternakan dan perkembangannya di Indonesia, sehingga Mensana dapat menjadi perusahaan pertama yang menemukan pemecahan untuk produk obat hewan dan peralatan ternak yang berkualitas dengan biaya yang efisien.

Dimulai dari pengertian yang mendalam terhadap kebutuhan-kebutuhan para pengusaha peternakan akan kelancaran dalam usaha peternakannya, kami dapat memenuhi kebutuhan untuk turut menunjang kesehatan hewan ternak melalui produk-produk serta layanan optimal dari para AHTS kami yang senantiasa setia melayani serta membantu mengatasi berbagai macam kesulitan yang dihadapi dalam kaitannya dengan masalah kesehatan hewan ternak maupun kebutuhan akan peralatan peternakan.



5



Jaringan Distribusi

Jaringan distribusi dan pelayanan yang optimal dari AHTS kami merupakan sebagian dari syarat kualitas produk kami. Salah satu keunggulan Mensana adalah jaringan distribusi kami yang menghubungkan seluruh areal peternakan di Indonesia. Produk-produk Mensana dapat dengan sangat mudah dipesan melalui beberapa distributor representatif kami yang tersebar di Pulau Jawa, Pulau Sumatra, Pulau Kalimantan, Pulau Bali, dan Pulau Sulawesi. Kami juga menyediakan bantuan tehnik dan pelayanan melalui tim kami yang terdiri dari Technical Support dan Tenaga Marketing kami/Animal Health Technical Support (AHTS).

Dengan pabrik di wilayah Cibitung dan Tangerang (khusus untuk produk lokal) serta kapasitas produksi yang tinggi kami mampu melayani kebutuhan customer di seluruh Indonesia.



6

Produk Kami

Motto:
Unggul Dalam Kualitas



7

Coxymas

Efektif mengatasi coccidiosis pada saluran pencernaan

Komposisi perliter : Diclazuril 25g

Indikasi :

Mengobati coccidiosis yang disebabkan Eimeria spp pada unggas



Oxypro

Kombinasi ampuh untuk mengatasi penyakit infeksi saluran pencernaan pada unggas

Komposisi /kg:

Oxyletracycline hydrochloride 105 gr, Amprolium 50 gr

Indikasi : Berak darah (coccidiosis), Berak kapur (Salmonellosis), Chlore ayam, ngorok



Leucomas

Anti malaria Like (Leucocytozoonosis)

Komposisi perML:

Pyrimethamin 1mg

Sulfamidethoxine 10mg

Indikasi:

Untuk pencegahan dan pengobatan malaria like (Leucocytozoonosis)



Quinoxan

Kombinasi anticoccidial, water soluble

Komposisi /kg:

Sulfaquinoxalin 10%, Amprolium 10%, Vitamin A 2%

Vitamin K3 0,75%

Indikasi : Pencegahan dan pengobatan coccidiosis (berak darah) pada unggas



Masabro

Kombinasi ideal multivitamin, asam amino dan mineral untuk memacu pertumbuhan

INDIKASI:

- Mempercepat pertumbuhan ayam broiler dan pejantan, sehingga berat badan ayam cepat bertambah
- Menambah nafsu makan dan meningkatkan efisiensi penggunaan ransum, menurunkan feed conversi (FCR)
- Meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit
- Mencegah dan mengatasi penyakit karena kekurangan vitamin, asam amino dan mineral
- Tepat digunakan untuk program penggemukan



Mitachicks

Kombinasi vitamin, mineral dan antibiotik untuk growing healthier chicks

INDIKASI:

- Untuk memacu pertumbuhan secara optimal
- Meningkatkan daya tahan tubuh terhadap serangan penyakit.
- Mencegah kekurangan vitamin dan mineral.
- Mencegah stress karena perubahan cuaca dan pindah kandang



Masavit

Kombinasi ideal multivitamin, asam amino dan mineral

INDIKASI:

- Mencegah dan mengobati penyakit karena defisiensi vitamin dan mineral.
- Mencegah stress karena vaksinasi, perubahan iklim, pindah kandang, potong paruh, perubahan makanan dan transportasi.
- Meningkatkan pertumbuhan ayam.
- Meningkatkan produksi telur.
- Mempertahankan produksi telur agar tetap stabil dan memperpanjang masa produksi.

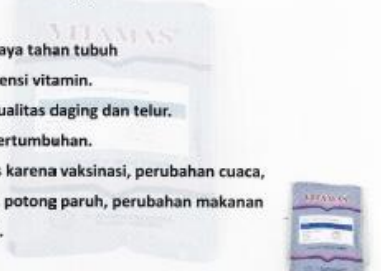


Vitamas

Multivitamin Konsentrasi Tinggi

INDIKASI:

- Meningkatkan daya tahan tubuh
- Mencegah defisiensi vitamin.
- Meningkatkan kualitas daging dan telur.
- Mempercepat pertumbuhan.
- Mencegah stress karena vaksinasi, perubahan cuaca, pindah kandang, potong paruh, perubahan makanan dan transportasi.



Cipromas

Ciprofloxacin, water soluble

KOMPOSISI PER KG:

Ciprofloxacin hydrochloride 100 gr

INDIKASI:

Mycoplasmosis, Colibacillosis, Fowl Cholera, Coryza, Snot, Salmonellosis, dan Staphylococcosis pada unggas.



Colimas

Kombinasi ideal antibakteri, water soluble

KOMPOSISI PER KG: Trimethoprim 41 gr Sulfadiazin 205 gr

INDIKASI: Colibacillosis, Fowl Cholera, Pullorum (Berak Kapur), Snot, dan infeksi bakteri sekunder pada kasus CRD-Complex pada unggas.



Doxerin

Kombinasi ampuh melawan CRD, Snot dan komplikasinya dalam bentuk water soluble

KOMPOSISI PER KG:

Doxycycline hydrochloride 2.5 % Erythromycine thiocyanate 4.0 %

INDIKASI: Untuk pengobatan CRD, CRD Complex, Coryza dan penyakit pernafasan lainnya pada unggas.



Enromas

Enrofloxacin, oral solution

KOMPOSISI PER ML:

Enrofloxacin 100 mg

INDIKASI: Mycoplasmosis (CRD/CCRD), Colibacillosis, Pasteurellosis/Kolera ayam, Snot, Salmonellosis, dll pada unggas.



10

Hexamas

Sangat tepat diberikan pada infeksi sekunder kasus Gumboro

Komposisi perKG: Hexamin 950.000mg

Indikasi:

- Menekan angka kematian unggas karena infeksi sekunder pada kasus Gumboro
- Mengobati infeksi saluran pencernaan dan saluran kemih
- Mengurangi kematian pada kasus ascites



Masquin

Quinolone oral solution

KOMPOSISI PER ML:

Enrofloxacin 100 mg

INDIKASI:

Mycoplasmosis (CRD/CCRD), Colibacillosis, Pasteurellosis, Haemophilus, Salmonellosis.



Moxacol Plus

Kombinasi dua antibakteri konsentrasi tinggi dalam bentuk water soluble

KOMPOSISI PER KG:

Amoxicillin trihydrate 200.000 mg Colistin Sulfate 1.000.000.000 IU

INDIKASI:

Clostridium sp/Nekrotik enteritis, Fowl Cholera, Salmonellosis, Colibacillosis, Staphylococcosis pada unggas.



Moxacol

Kombinasi antibakteri, water soluble

KOMPOSISI PER KG:

Amoxicillin trihydrate 75.000 mg Colistin Sulfate 250.000.000

INDIKASI:

Fowl Cholera, Salmonellosis, infeksi Clostridium sp, Staphylococcosis, Colibacillosis pada unggas.



11

Neoxin

Kombinasi antibakteri, water soluble

KOMPOSISI PER KG:
Neomycine sulfate 32 gr Oxytetracycline Hydrochlorida 32 gr

INDIKASI:

- Mengobati Kolera ayam, Colibacillosis, Salmonellosis dan lain-lain pada unggas.
- Menekan angka kematian anak ayam pada minggu-minggu pertama.



Tyloflox

Anti bakteri ampuh untuk unggas

KOMPOSISI PER ML:
Norfloxacin 210 mg Tylosin tartrate 120 mg

INDIKASI: CRD/CCRD, Kolera, Coryza/Snot, Colibacillosis, Mycoplasmosis, Salmonellosis, Staphylococcosis, Streptococcosis



Piretamas

KOMPOSISI PER KG:
Paracetamol 100 gr Vitamin C 200 gr Sorbitol 700 gr

INDIKASI:

- Mencegah stress saat kondisi sakit, dll.
- Meningkatkan daya tahan tubuh
- Menurunkan panas tubuh pada saat infeksi penyakit (Gumboro, CRD, dll)



Tylomas

Kombinasi ideal antibakteri, water soluble

KOMPOSISI PER KG:
Tylosin tartrate 100 gr Colistin sulfate 125.000.000

INDIKASI: Mengobati CRD/ CRD Complex pada unggas.




Vitagrow

Multivitamin Konsentrasi Tinggi

KOMPOSISI PER KG:
Vitamin A 60.000.000 IU Vitamin C 150.000 mg Vitamin D3 12.000.000 IU Biotin 105 mg Vitamin E 120.000 mg Ca-d-Pantothenate 30.000 mg Vitamin K3 6.000 mg Niacin 60.000 mg Vitamin B1 2.100 mg Folic acid 3.000 mg Vitamin B2 24.000 mg Vitamin B6 4.200 mg Vitamin B12 43 mg

INDIKASI:

- Meningkatkan daya tahan tubuh
- Mencegah defisiensi vitamin.
- Meningkatkan kualitas daging dan telur.
- Mempercepat pertumbuhan.
- Mencegah stress karena vaksinasi




Piperamas

Antinematoda, water soluble

Komposisi per kg:
Piperazine citrate 400g (setara dengan 140g piperazine base)

Indikasi:
Untuk mengurangi infestasi cacing nematoda pada unggas, seperti: *Ascaridia galli* (*ascaris* sp)




Albenmas

Albendazole, oral suspension

Komposisi perML: Albendazole 100mg


Indikasi:
Mengurangi infestasi parasite dewasa, larva, dan telur. Nematoda sp, cacing paru-paru, cacing pita, cacing hati (F. hepatica), pada sapi, kuda, domba dan unggas.



Biodes-100

Benzalkonium Desinfektan

Komposisi perliter: Benzalkonium klorida 12%



Kendali Mutu

Salah satu alasan mengapa kami menjadi sumber dari produk obat hewan berkualitas serta peralatan ternak adalah metode kontrol akan kualitas dan ketahanan produk kami. Pengujian membuktikan bahwa produk Mensana selalu unggul.

Dalam setiap tahapan proses produksi, kami menentukan kualitas dari produk akhir kami. Mulai dari tahapan awal sampai tahap akhir, pengontrolan terhadap kualitas adalah penting dan sejalan dengan syarat-syarat ekonomi dan lingkungan. Di Mensana kami menyadari kesuksesan hanya dapat tercapai melalui proses produksi yang terintegrasi. Kami juga menyadari akan interaksi kimia dan fisik yang kompleks di dalam proses produksi kami, dan kami mempunyai tenaga ahli yang diperlukan untuk menyelesaikan masalah-masalah teknis dengan solusi yang tepat.

Mempertahankan dan meningkatkan kualitas, menemukan pemecahan untuk setiap masalah dengan menggunakan teknologi yang tepat, menghilangkan kerusakan, dan memperhatikan keadaan lingkungan adalah kepentingan utama di Mensana. Kami capai semua itu dari berbagai disiplin ilmu dan teknik.

14



Menyongsong

Hari Depan

Dengan manajemen yang handal dan karyawan yang mempunyai tingkat kredibilitas yang tinggi, Mensana mengharapkan masa depan yang menjanjikan pertumbuhan yang baik dan peningkatan kapasitas produksi. Kami juga akan mempertahankan posisi pasar kami yang kuat melalui kualitas di semua jaringan operasi, dan melalui penawaran terbaik dalam pelayanan kepada customer.

Investasi di dalam kapasitas dan karyawan akan meningkatkan keunggulan kami dalam kompetisi dan penambahan jenis produk kami. Hal ini akan memberikan keleluasaan untuk memproduksi produk obat hewan yang lebih beragam.

Permintaan yang makin tinggi, pasar domestik yang makin luas, dan pertumbuhan yang lebih cepat adalah sebagian dari rencana masa depan Mensana. Saat ini dan hari esok, Mensana akan selalu menjadi sumber dari keperluan akan produk-produk obat hewan serta peralatan ternak di Tanah Air.

15





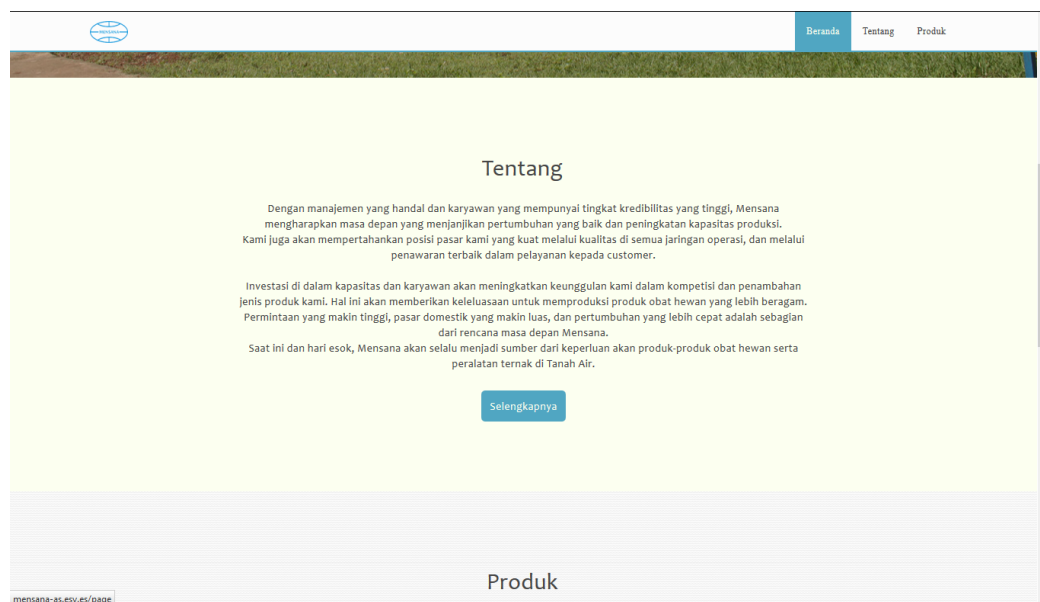
MENSANA

PT. Mensana Aneka Satwa
Produsen dan Distributor Obat Hewan

Desa Wanaherang RT. 002/ RW. 09,
Kec. Gunung Putri, Bogor-Indonesia
Telp : +62(21)- 5663 666/ +62(21)- 8686 3007
Fax : +62(21)- 8686 3006
Website : mensana-as.esy.es

The advertisement features a blue background on the left with the Mensana logo and contact information. On the right, there is a collage of various veterinary products including bottles of antibiotics like Baytril, Doxycycline, and Cipromax, and a photograph of a large flock of white chickens.

HASIL PRODUK WEBSITE PROFIL PERUSAHAAN



obat hewan dan peralatan ternak yang unggul dan berkualitas. Berikut adalah beberapa produk unggulan yang kami tawarkan.

<p>Coxymas</p>  <p>Efektif mengatasi coccidi</p>	<p>Quinoxan</p>  <p>Kombinasi anticoccidial,</p>	<p>Oxypro</p>  <p>Kombinasi ampul untuk men</p>	<p>Leucomas</p>  <p>Anti malaria Like (Leucoc</p>	<p>Albenmas</p>  <p>Albendazole , oral suspen</p>	<p>Piperamas</p>  <p>Antinematoda, water solub</p>
<p>Biodes</p>  <p>Benzalkonium desinfektanc</p>	<p>Masavit</p>  <p>Kombinasi ideal multivita</p>	<p>Masabro</p>  <p>Kombinasi ideal multivita</p>	<p>Mitachicks</p>  <p>Kombinasi vitamin, minera</p>	<p>Vitamas</p>  <p>Multivitamin konsentrasi</p>	<p>Cipromas</p>  <p>Ciprofloxacin, water sol</p>

Selengkapnya

mensana-as.esy.es/page

Beranda Tentang Produk

Visi

Menjadi Perusahaan yang dominan dalam bidang kesehatan serta perlengkapan hewan ternak di Indonesia dan memiliki eksistensi di pasar global dengan merek dagang yang kuat didasari oleh manajemen, ilmu dan teknologi yang unggul.

Manajemen

Manajemen yang profesional dan hubungan antar seluruh staff di Mensana meyakinkan setiap orang di perusahaan untuk selalu berusaha memberikan yang terbaik menuju tercapainya kemakmuran bersama.

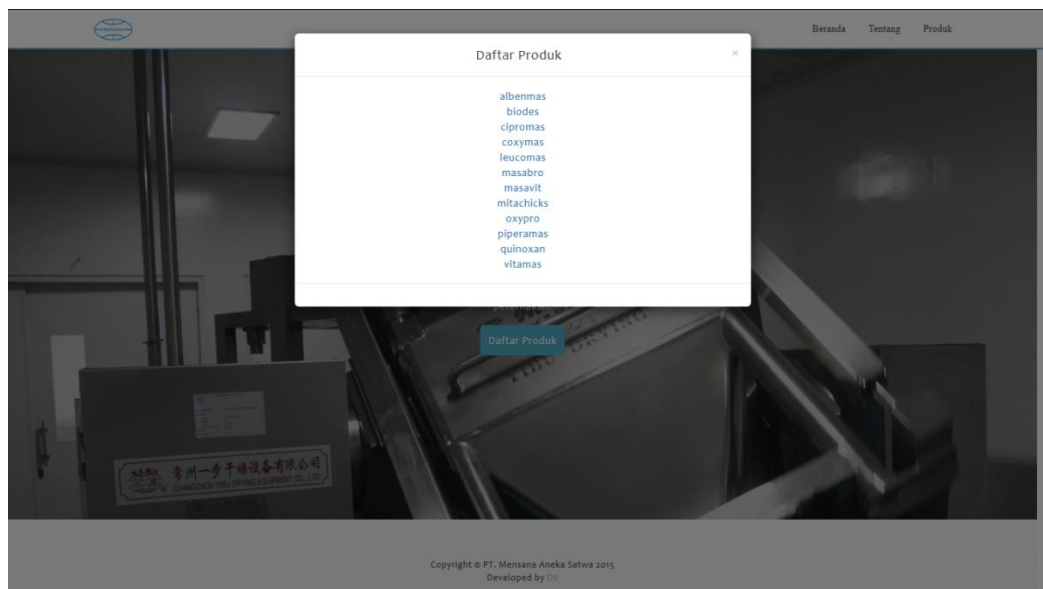
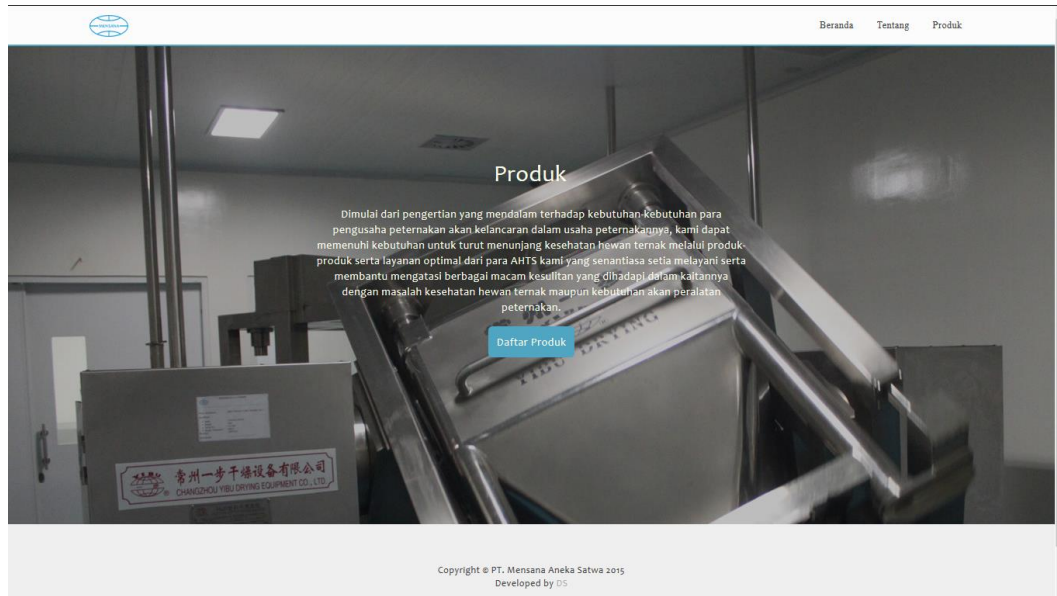
Hal lain yang tidak kalah pentingnya adalah kebijaksanaan perusahaan kami untuk meningkatkan kemampuan setiap personel Mensana melalui pelatihan langsung di setiap tingkatan. Hal ini akan membuat setiap karyawan berpengetahuan luas, berdedikasi, dan selalu memperhatikan kualitas.

Misi


Meningkatkan pelayanan dalam hal pemenuhan permintaan akan obat hewan yang serta peralatan ternak yang berkualitas.

Kontak

Desa Wanaherang RT. 003/ RW. 09, Kec. Gunung Putri, Bogor- Indonesia
021-5663666



Beranda Tentang Produk



Albenmas
(Anti parasit)

Albendazole , oral suspension

komposisi perml: albendazole 100mg

Indikasi: mengurangi infestasi parasite dewasa, larva, dan telur. nematoda spp, cacing paru-paru, cacing pita, cacing hati (f. hepatica), pada sapi, kuda, domba dan ungags.

常州一步干燥设备有限公司
CHANGZHOU YIBU DRYING EQUIPMENT CO., LTD.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Immanuel Gesima Rezeky Siahaan, lahir di Rantauprapat 29 September 1992, merupakan anak kedua dari 4 bersaudara dari pasangan Pdt. M.Siahaan dan Tetty Marpaung. Telah menempuh pendidikan formal di TK. Kemala Bhayangkari-10 Rantauprapat, SD Kemala Bhayangkari-2 Rantauprapat dan melanjutkan ke SMPN 1 Rantau Utara, lalu meneruskan ke SMAN 2 Rantau Utara

Pada tahun 2010, penulis diterima sebagai mahasiswa Program Studi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer, Jurusan Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Jakarta melalui jalur PMDK. Dalam menyelesaikan studinya, penulis mengadakan sebuah penelitian untuk pengerjaan skripsi dengan judul “Perancangan Buku dan Website Profil Perusahaan sebagai Sarana Media Informasi dan Penunjang Promosi PT. Mensana Aneka Satwa” sebagai syarat dalam mendapatkan gelar pendidikan.