

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Suatu perancangan *company profile* dapat digunakan sebagai media promosi yang bermanfaat bagi suatu perusahaan. Di mana dalam perancangan tersebut dapat dilakukan strategi kreatif yang efektif menurut standart keefisienan pada masing-masing media yang dibutuhkan dalam perusahaan tersebut untuk membantu memberi solusi permasalahan yang sedang dihadapi oleh perusahaan tersebut dalam menciptakan *imagennya* kepada konsumen.

Dengan adanya perancangan yang kreatif, maka permasalahan yang dihadapi oleh perusahaan tersebut dalam hal ini adalah PT Janata Marina Indah akan, maka mampu terselesaikan dengan persaingan yang sangat sehat, kreatif dan kompeten khususnya dalam bidang jasa.

Dalam perancangan Company Profile ini telah menghasilkan beberapa media utama yaitu CD Interaktif PT Janata Marina Indah, Stasionary, katalog perusahaan, kalender dan beberapa media pendukung lainnya. Setiap media memiliki karakteristik dan fungsinya masing-masing disesuaikan dengan kebutuhan yang ada. Untuk katalog dibuat sedemikian rupa sebagai buku panduan bagi klien untuk mengetahui informasi mengenai perusahaan dalam bentuk brosur. Sedangkan untuk CD Interaktifnya sendiri diberikan kepada klien untuk bisa mengakses lebih lanjut mengenai informasi yang tidak termuat dalam katalog. Dengan adanya CD Interaktif, klien menjadi merasa ada sensasi dan keleluasaan dalam mendapatkan informasi mengenai PT Janata Marina Indah karena semua di tampilkan secara audio visual sehingga lebih jelas.

Dibandingkan dengan media lain sejenisnya, media utama dalam perancangan ini memiliki kelebihan :

1. Media yang dibuat sesuai dengan permasalahan target yang dituju sehingga penulis berharap mampu menjadi media solusi bagi permasalahan yang ada dan mampu menjawab kebutuhan perusahaan.
2. Media dibuat berdasarkan fungsinya dan saling mendukung dengan media pendukung lainnya sehingga dapat memaksimalkan promosi yang dilakukan perusahaan.

B. Saran

Berikut beberapa saran yang penulis sampaikan berhubungan dengan keterbatasan dan kekurangan pada perancangan ini, diantaranya:

1. Untuk perancangan media selanjutnya diharapkan bisa dilakukan evaluasi sehingga bisa terlihat tingkat keefektifitasan dari beberapa media yang telah dibuat.
2. Kepada komunikator visual berikutnya bagi PT Janata Marina Indah diharapkan untuk menggali lebih jauh beberapa aspek mengenai perusahaan diantaranya mengerti permasalahan yang dihadapi perusahaan, mencari solusi yang tepat atas masalah yang dihadapi dan memberikan jawaban yang tepat sasaran sesuai dengan permasalahan yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Ackerman, Laurence. *Identity Is destiny- Leadership and the Roots Of Value Creation*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Hermawan Kartajaya. 2006. *Marketing Plus 2000: Siasat Memenangkan Persaingan Global*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Jefkins, Frank. *Periklanan*, Edisi Ketiga, Erlangga, Jakarta, 1997
- Kasali, Rhenald., 1992, *Management Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti
- Kleppner, Otto. *Advertising Procedure*, 8th edition : (1983) Prentice Hall Inc, New Jersey
- Napoles, Veronica *Corporate Identity Design* . New York: Van Nostard Reinhold. 1988.
- Surianto Rustan, S.Sn., 2009, *Layout - Dasar dan Penerapannya*. Jakarta: Gramedia
- Surianto Rustan, S.Sn., 2009, *Mendesain Logo*. Jakarta: Gramedia

WEBSITE

<http://dictionary.reference.com/browse/promotion>

diakses pada tanggal 3 maret 2011

<http://www.jasamarina.com/>

diakses pada tanggal 18 oktober 2010

www.dokkodjabahari.com

diakses pada tanggal 12 oktober 2010

<http://www.tegalshipyardutama.com/>

diakses pada tanggal 2 oktober 2010

http://www.w3schools.com/browsers/browsers_display.asp

diakses pada tanggal 20 Maret 2011

<http://bapustarda-kalsel.go.id/artikel/perpustakaan-dan-ti/pengertian-katalog-dan-katalog-induk.html>

diakses pada tanggal 10 Juli 2011

<http://iroiro78.blogspot.com/>

diakses pada tanggal 10 Juli 2011

