

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Perancangan ini merupakan perancangan yang bertujuan untuk mencari jawab atas pertanyaan, apakah sebuah media komunikasi visual dapat meningkatkan suatu upaya penyertaan modal bagi perluasan dan perkembangan bisnis perusahaan PT. Cakrawala Metrik. Perancangan media komunikasi visual dengan bentuk sebuah *company profile* yang berisi data-data yang berdasarkan pada fakta yang berhubungan dengan informasi lengkap tentang suatu perusahaan, seperti sejarah berdirinya, tujuan, aktifitas, hingga berita-berita terbaru dari perusahaan dapat menciptakan sebuah pencitraan yang menguntungkan bagi perusahaan. *Company profile* disini berperan sebagai suatu sarana media yaitu sarana penghubung antara perusahaan sebagai komunikator dan calon investor sebagai komunikan.

Company profile dengan menggunakan media elektronik dan multimedia dengan CD interaktif sebagai sarana medianya merupakan salah satu bentuk sarana media promosi serta komunikasi perusahaan yang efektif, komunikatif, dan informatif yang berfungsi mengenalkan perusahaan PT. Cakrawala Metrik dengan berbagai macam kelebihan yang dimiliki, serta segala situasi maupun kondisi perusahaan secara jelas dan transparan kepada publik pada umumnya, dan kepada para publik investor pada khususnya. Dalam hal ini dapat ditarik kesimpulan bahwa *company profile* merupakan bentuk sarana yang tepat/ efektif bagi perusahaan PT. Cakrawala Metrik untuk menarik calon investor dalam upaya meningkatkan penyertaan modal.

B. Saran

Agar kedepannya PT. Cakrawala Metrik selalu senantiasa menjaga *image* perusahaan yang selama ini telah dibangun dengan baik agar dapat lebih ditingkatkan dengan mempertimbangkan segala aspek yang dimiliki melalui sarana komunikasi visual yang dibuat secara sistematis dan terorganisir.

Dokumentasikan setiap kegiatan yang berhubungan dengan lingkungan, terutama yang lebih perlu diperhatikan adalah pendokumentasian kegiatan *CSR* agar dapat menambah nilai dan kekuatan *image* perusahaan dimata masyarakat maupun mitra bisnis.





DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, K 1996, *Dasar-Dasar Manajemen Investasi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Alwi et.al, 2005, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, 2nd edn, Balai Pustaka, Jakarta.
- Haryani, S 2001, *Komunikasi Bisnis*, AMP YKPN, Yogyakarta.
- Jefkins, F 2000, *Periklanan*, 3rd edn, Erlangga, Jakarta.
- Kusrianto, A 2007, *Pengantar Desain Komunikasi Visual*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Winpec Solution, 2010, *Membuat Web Company Profile Dengan Joomla*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Nova, F 2009, *Crisis Public Relations Bagaimana PR Menangani Krisis Perusahaan*, Grasindo, Jakarta.
- Padang, DGP 2006, 'Perancangan Multimedia Interaktif Jari-Jari Communication PT Krisna Inter Visi Media', S.Sn skripsi, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
- Purnomo, DS 2008, 'Perancangan Komunikasi Visual Multimedia Interaktif CD Dan Media Pendukungnya Sejarah Perjalanan Organisasi Muhammadiyah Iahun 1912-2000 Di Indonesia', S.Sn skripsi, Institut Seni Indonesia, Yogyakarta.
- Purwanto, D 2006, *Komunikasi Bisnis*, 3rd edn, Erlangga, Jakarta.
- Rangkuti, F 2009, *Strategi Promosi Yang Kreatif & Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rustan, S 2009, *Layout Dasar & Penerapannya*, 2nd edn, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rohim, S 2009, *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*, Rineka Cipta, Jakarta.
- Senduk, S 2000, *Seri Perencanaan Keuangan Keluarga Mengelola Keuangan Keluarga*, Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Shimp, TA 2000, *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu*, 5nd edn, Erlangga, Jakarta.
- Sipahelut, A & Petrussumadi 1991, *Dasar-Dasar Desain*, Gravik Indah, Jakarta.
- Supriyono, R 2010, *Desain Komunikasi Visual Teori Dan Aplikasi*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Suyanto, M 2005, *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*, 2nd edn, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tandelilin, E 2010, *Portofolio Dan Investasi*, Kanisius, Yogyakarta.

Wiryanawan, H 2007, *Dasar-dasar Hukum Media*, Pustaka Pelajar, Yogyakarta.

Web

Cenadi, CS 1999, 'Corporate Identity, Sejarah Dan Aplikasinya', *Nirmana*, Vol. 1, No. 2, pp. 71-78, dilihat 16 Agustus 2011, <<http://puslit2.petra.ac.id/ejournal/>>.

Ghannam, N & Wund, NP 2009, *Doing Business di Indonesia 2010: Penerapan Praktek Terbaik di Dalam Negeri yang Lebih Luas Dapat Mendorong Terciptanya Kebijakan yang Lebih Bersahabat bagi Pelaku Usaha di Seluruh Indonesia*, International Finance Corporation World Bank Group, dilihat 19 September 2011, <<http://ifcext.ifc.org/ifcext/media.nsf/content/SelectedPressRelease?OpenDoc&UNID=80E80E2409EE20B28525768D00513669>>.

Juli, p.1, dilihat 26 Oktober 2011, <<http://nasional.kompas.com/>>

Kahai 2009, *Rei, Komunitas Bisnis Properti*, rilis media 24 Agustus, Rumah Jogja, dilihat 16 Oktober 2011, <<http://www.rumahjogja.com/>>.

Natalia, Y & Rifka, W 2009, *Analisa Kinerja Keuangan Dan Kinerja Saham Seasoned Equity Offering Periode 1998-2004*, Petra Christian University Library, dilihat 2 Oktober 2011, <http://dewey.petra.ac.id/jiunkpe_dg_13251.html>.

Oktober, p. 1, dilihat 16 Oktober 2011, <<http://www.krjogja.com/>>.

Sitanggang, LS 2011, *Laba Bersih dan Arus Kas Operasi Terhadap Dividen Tunai pada Perusahaan Manufaktur yang Terdaftar di Bursa Efek Indonesia*, University of Sumatera Utara Library, dilihat 2 Oktober 2011, <<http://repository.usu.ac.id/handle/123456789/26899>>.

University of Gunadarma Library 2008, *Marketing Communication: Company Profile*, University of Gunadarma Library, dilihat 25 Oktober 2011, <http://elearning.gunadarma.ac.id/index.php?option=com_wrapper&Itemid=36>.