

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Setelah melalui proses yang panjang untuk merancang sebuah disain multimedia CD interaktif YBMD kita dapat mempelajari bahwa dalam perancangan media ini dibutuhkan sebuah ide yang cemerlang untuk mampu menjual nilai-nilai keunggulannya. Seperti yang kita tahu bahwa sistem pendidikan di Indonesia sendiri masih banyak yang belum memiliki kemampuan cukup untuk mencetak peserta didik yang mampu menghadapi dunia global saat ini. YBMD sebagai salah satu yayasan pendidikan yang sudah cukup lama berdiri dan memiliki kurikulum berkonsep baru ini, diyakini dapat menjawab kebutuhan pendidikan masyarakat Indonesia saat ini.

Guna membentuk citra yang benar-benar lain dari yayasan sejenis yang ada, maka mengenali dan menguasai materi yayasan adalah hal yang paling penting, hal ini dikarenakan agar mampu menghasilkan konsep disain kreatif yang efektif dan efisien sesuai dengan tujuan utama pencitraan tersebut.

Dalam perancangan ini aspek yang sangat penting adalah menentukan citra yang akan diangkat sebagai *point of interest* dari yayasan ini, yaitu berupa keunggulan yayasan dalam bentuk kurikulum berbasis kreatifitas. Keunggulan yayasan tersebut kemudian diolah kedalam sebuah konsep perancangan yang dibagi kedalam konsep bahasa verbal serta bahasa visual yang menarik, unik dan sesuai. Hasil dari konsep perancangan tersebut kemudian dirancang menjadi sebuah disain multimedia berpadu dengan unsur animasi dan interaktifitas tinggi sehingga menghasilkan perancangan multimedia CD interaktif *company profile* YBMD yang komunikatif, menarik dan tepat sasaran.

Dengan dirancangnya multimedia CD interaktif ini diharapkan dapat membantu perkembangan yayasan untuk menjadi yayasan pendidikan

yang lebih baik sesuai dengan visi misi mereka sekaligus membantu perkembangan dunia pendidikan di Indonesia.

#### A. Saran

Perancangan ini tentunya tidak luput dari kekurangan, dan disadari tentu masih belum dapat mencapai hasil yang optimal. Dalam perancangan *company profile* berbentuk media CD interaktif diperlukan sebuah kecermatan serta pemahaman dalam pengenalan objek yang diangkat. Dalam perancangan ini kita harus memandang dari dua sudut yang saling berlawanan, baik dari sudut pandang objek yang kita angkat dan juga dari sudut pandang *target audiens*. Dalam sudut pandang objek yang kita angkat, kita berusaha menggali informasi bernilai positif yang akan kita berikan kepada *target audiens* sedangkan dari sudut pandang *target audiens* kita mencari nilai manfaat yang ditawarkan. Sehingga dalam perancangan ini akan didapat sebuah perancangan yang terkonsep dan bernilai jual tinggi.

Pencitraan yayasan dalam bentuk media CD interaktif ini juga perlu diiringi dengan media-media lain yang sesuai sehingga dapat berperan sebagai media pendukung yang bersinergi dengan media utama untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Selain itu pula peran aktif dari YBMD dalam bentuk komunikasi verbal secara langsung kepada *target audiens* juga sangat diperlukan serta manajemen kontrol yang harus memperbarui informasi dalam multimedia CD interaktif secara berkesinambungan, sehingga *target audiens* selalu mendapat informasi yang *up to date*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Dameria, Anne. 2007: *Panduan Dasar Warna untuk Desainer*,  
Jakarta: Link&Match Graphich.
- Hofstetter, Fred T. 2001 *Multimedia Literacy. Third Edition*,  
New York : McGraw-Hill International Edition
- Matari Advertising. 1996. *Kamus Istilah Periklanan Indonesia*,  
Jakarta : Pt. Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. 1995. *Manajemen Periklanan: Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*, Jakarta : Pustaka Utama Grafiti. Pt Anem Kosong Anem.
- Sihombing, Danton dan Sunarto Wagiono, 2001. *Tipografi Dalam Disain Grafis*.  
Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Umum.
- Sutojo, Siswanto, 2002. *Membangun citra perusahaan*,  
Jakarta: PT. Damar Mulia Pustaka.
- Suyanto, M 2004. *Aplikasi Disain Grafis Untuk Periklanan*.  
Yogyakarta: Andi Offset.
- Suyanto, M 2003. *Multimedia Alat Untuk Meningkatkan Keunggulan Bersaing*.  
Yogyakarta: Andi Offset.
- Terrence A. Shimp, 2000. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, edisi ke-5*. Jakarta: Erlangga

\_\_\_\_\_, 2001. *Undang-Undang Republik Indonesia nomor 16 tahun 2001 tentang yayasan*, Indonesia

Arti Warna, September, 9, 2008

<http://dhinata.com/arti-warna.html>

<http://www.maxwaugh.com>

<http://katcameronillustration.files.wordpress.com>

<http://www.flourmillmachine.com>

<http://casperelectronics.com>

<http://image.china-ogpe.com>

<http://www.cs.haifa.ac.il>

<http://www.dekiwallpapers.com>

<http://www.ohio-nature.com>

<http://irfanirawan.blogspot.com>

<http://www.spartacus.schoolnet.co.uk>

<http://www.clipartpal.com>

<http://www.connectedsign.com>

<http://lpitbias.org/bias/>

<http://www.al-azhar.ac.id/>

<http://yogapw.wordpress.com>

<http://www.businessdictionary.com>

<http://dictionary.reference.com>

