

PEMBANGUNAN PROFIL PERUSAHAAN PERSEROAN TERBATAS (PT) RADIO KARYA PANCARAN SWARA MEDIA BERBASIS MULTIMEDIA

Triyanto

triyanto1141@yahoo.com

Abstract: During Karysma FM radio Boyolali still use konfensional promotional media, and therefore the presence of the company profile in the form of DVD is expected to replace the currently used media brochure. Company profile in the form of DVD is made more interesting and interactive so that users can select the menus available. The scope of the problem in this research is how to make multimedia-based media campaign interesting and contains lots of information about companies.

The method used in the manufacture of the media campaign is a multimedia-based library methods, observation, interviews, analysis, project design, testing and implementation. With the media is multimedia-based learning, it is hoped will assist in the promotion process Karysma FM Radio boyolali.

Keywords: *Karysma FM Radio, Multimedia, Profile, Boyolali*

Abstrak: Selama ini radio Karysma FM Boyolali masih menggunakan media promosi konvensional, oleh karena itu dengan adanya *company profile* dalam bentuk *compact disk* ini diharapkan dapat mengganti media brosur yang digunakan sekarang. *Company profile* dalam bentuk *compact disk* ini dibuat lebih menarik dan interaktif sehingga pengguna dapat memilih menu-menu yang tersedia. Ruang lingkup permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana membuat media promosi berbasis multimedia yang menarik dan memuat banyak informasi terkait perusahaan.

Metode yang digunakan dalam pembuatan media promosi berbasis multimedia adalah metode pustaka, observasi, wawancara, analisis, perancangan proyek, uji coba dan implementasi. Dengan adanya media pembelajaran berbasis multimedia ini, diharapkan akan membantu proses promosi di Radio Karysma FM boyolali.

Kata kunci: *Radio Karysma FM, Multimedia, Profil, Boyolali*

1.1 Latar Belakang Masalah

Media promosi yang menarik, efektif, dan modern sangat di butuhkan untuk mengenalkan perusahaan atau produk supaya dikenal oleh masyarakat dan para pemilik modal. Pada saat ini radio merupakan media promosi yang masih banyak diminati oleh masyarakat umum. Seperti diketahui bersama, bahwa pendapatan utama dari sebuah stasiun radio adalah dari iklan. Sehingga di butuhkan media promosi yang menarik, efektif dan modern untuk mempermudah dalam melakukan publikasi ketika akan bekerja sama dengan perusahaan lain. Berdasarkan observasi yang dilakukan oleh peneliti melalui proses interview kepada divisi pemasaran Radio Karysma FM didapatkan informasi bahwa Radio Karysma FM merupakan salah satu perusahaan yang menggunakan media promosi konvensional. Ketika melakukan lobi dengan perusahaan-perusahaan hanya menggunakan media promosi konvensional. Ketika melakukan lobi dengan perusahaan-perusahaan hanya menggunakan brosur atau langsung mengirim dokumen MS. Word dan power point . Cara tersebut kurang menarik dan efektif dikarenakan tidak interaktif dan

monoton. Salah satu media promosi yang dikembangkan saat ini adalah dengan memanfaatkan teknologi komputer sebagai media promosi. Perkembangan teknologi terutama dalam bidang perngkat lunak yang semakin pesat, sangat mendukung dalam penerapannya.

Dalam upaya mempermudah publikasi suatu media promosi berupa stasiun radio dapat di hadirkan dengan memanfaatkan teknologi komputer. Karena dengan media komputer memungkinkan untuk menghadirkan bentuk publikasi yang menarik, modern, dapat sekaligus digunakan sebagai media presentasi, memuat informasi yang lebih banyak, dapat memuat teks, logo, foto, bahkan musik pengiring / musik latar belakang, terdiri dari menu menu sederhana yang dimudahkan menampilkan *company profile*, file kapasitas kecil, mudah di copy / di publikasikan, konsep relatif baru.

1.2 Rumusan Masalah

- a. Media promosi yang ada saat ini masih bersifat konvensional, kurang efektif,, dan kurang memberikan daya tarik.

- b. Bagaimana membangun perangkat lunak multimedia interaktif *company profile* PT. Radio Karya Pancaran Swara Media berbasis multimedia dalam bentuk DVD sebagai media promosi?

1.3 Batasan Masalah

- a. Berformat Digital Video Disk (DVD)
- b. Objek penelitian di PT. Radio Karya Pancaran Swara Media
- c. Software yang digunakan dalam pembangunan profil perusahaan ini adalah Macromedia Director, Corel Draw, Adobe Photoshop, Cool Edit Pro

1.4 Tujuan Penelitian

- a. Menghasilkan *company profile* PT. Radio Karya Pancaran Swara Media berbasis multimedia dalam bentuk DVD.
- b. Menghasilkan media promosi yang atraktif dan menarik serta menguji keefektifannya.

1.5 Manfaat Penelitian

- a. Untuk mempermudah proses promosi bagi perusahaan
- b. Untuk melengkapi fungsi brosur yang selama ini digunakan
- c. Untuk mengoptimalkan proses pemasaran

2.1 Gambaran Umum

PT. Radio Karya Pancaran swara media atau Karysma FM berdiri pada tahun 1992 namun resmi mendapat hak siar pada 23 Maret 1993. Pernah menjadi radio percontohan untuk 13 negara anggota Non blok untuk program siaran Keluarga Sejahtera. Pada tahun 2007 dianugerahkan oleh tiga kementerian RI yaitu kementerian Kebudayaan, Kementerian Perindustrian, dan Kementerian Koperasi, Tenaga Kerja, dan Transmigrasi sebagai As The Best professional of The Year. Radio Karysma juga tergabung dalam organisasi keradioan Persatuan Radio Siaran Swasta Nasional Indonesia (PRSSNI) dan dalam bidang pemasaran tergabung dalam Asosiasi Marketing Radio Indonesia (AMRI).

Radio Karysma FM merupakan radio yang berbadan hukum PT Radio Karya Pancaran Swara Media dengan frekwensi 100,3 FM, yang berlokasi di Kabupaten Boyolali yang merupakan jalur antara, yaitu diposisi tengah antara Ibukota Propinsi Jawa Tengah (Semarang) dengan Kodya Solo (Surakarta). Spesifikasi siaran Radio Karysma adalah dengan call sign Terminal Musik Indonesia dan tagline Dari Indonesia Untuk

Keluarga Indonesia. mengusung format siaran interactive baik request, talk show, quiz, dan karaoke live. Di samping acara On Air yang dikemas baik *daily* dan *weekly*, secara berkala Radio Karysma FM yang memiliki divisi Off Air mengagendakan kegiatan-kegiatan Off Air sebagai bagian untuk mensupport promosi secara langsung dan meningkatkan *market share* dari produk-produk yang diiklankan di Radio Karysma FM Boyolali.

Daerah jangkauan frekwensi Radio Karysma FM mencakup:

1. Wilayah Timur Kab Sukoharjo, Kab Sragen, Kodya Solo, Kab Ngawi (Jatim), sebagian Kab Pacitan (Jatim).
2. Wilayah Barat Kodya Salatiga, Kabupaten Semarang.
3. Wilayah Utara Kab Purwodadi.
4. Wilayah Selatan Kab Klaten, Kab Wonogiri, Kab Gunung Kidul, Kab Boyolali

2.2 Landasan Teori

Multimedia dapat diartikan sebagai lebih dari media. Multimedia diartikan sebagai kombinasi dari macam-macam objek multimedia, yaitu teks, image, animasi, audio, video, dan link interaktif untuk menyajikan informasi. (Sutopo, 2003:196). Gayeski (1993) mendefinisikan multimedia sebagai kumpulan media berbasis komputer dan sistem komunikasi yang berperan untuk membina, menyimpan, mengirim dan menerima informasi yang berisi teks, grafik, audio, dan sebagainya. Dari pernyataan tersebut dapat dikatakan bahwa multimedia merupakan penyatu dua atau lebih media komunikasi seperti teks, grafik, animasi, audio dan video yang menghasilkan satu tampilan yang menarik. Multimedia terdiri dari beberapa unsur diantaranya teks, grafik, audio, video, dan animasi.

Definisi kata multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk menggabungkan teks, grafik, audio, gambar bergerak menjadi satu kesatuan dengan link dan tool yang tepat sehingga memungkinkan pemakai multimedia dapat melakukan navigasi, berinteraksi, berkerasi, dan berkomunikasi (Mulyanta & Marlon Leong, 2009). Unsur-unsur dari sistem multimedia dalam penjabaran sebagai berikut:

1. Teks. Teks adalah kombinasi huruf yang membentuk satu perkataan yang menerangkan suatu topik dan topik ini dikenal dengan informasi berteks.

2. Citra atau image . Citra atau image juga mendukung pemahaman seseorang terhadap suatu informasi. Citra bersifat statis, jadi informasi yang akan disampaikan kepada pemirsakan lebih mudah dipahami.
5. Gerakan atau animasi. Animasi adalah gambar yang memuat objek yang seolah-olah hidup, disebabkan oleh kumpulan gambar yang akan ditampilkan secara bergantian.
6. Suara. Suara dalam arti subjektif digunakan untuk melukiskan kesadaran seseorang bila ujung syaraf pendengarnya menggunakan rangsangan. Dalam arti objektif digunakan sehubungan dengan timbulnya gelombang kompresi dalam udara yang dapat merangsang syaraf pendengaran.
7. Video. Gerakan penuh dinamika seperti pada video adalah alat atau motion picture atau gerak cepat. Secara asasnya video adalah alat atau media yang dapat menunjukkan benda yang nyata. Video merupakan sumber atau media yang paling dinamik serta efektif dalam menyampaikan suatu informasi. (Mulyana & Marlon Leong, 2009)

2.3. KAJIAN PUSTAKA

Penelitian mengenai pembuatan profile perusahaan berbasis multimedia pernah dilakukan oleh Purwanto (2012) dengan penelitian yang berjudul "Pembangunan Profil Perusahaan Perseroan terbatas RGAD Pacitan berbasis multimedia" berbentuk *Compact Disk*. Dalam penelitian ini menggunakan beberapa metode, antara lain metode pustaka, observasi, wawancara, analisis, perancangan proyek, uji coba, implementasi guna menemukan suatu pengetahuan baru.

Penelitian serupa juga pernah dilakukan oleh Septiana Firdaus (2012) dengan judul Perancangan aplikasi multimedia interaktif Company Profile Generic. Dalam penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data wawancara, observasi, study, dokumentasi. Penulis dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Purwantoro (2012) dan Septiana Firdaus (2012) yaitu menghasilkan sebuah *company profile* dalam bentuk *compact disk* yang berfungsi untuk mengenalkan perusahaan kepada perusahaan atau pemilik modal.

3.1 Proses yang berjalan

Company profile Radio Karysma FM Boyolali bertujuan untuk mengetahui segala informasi mengenai Radio Karysma FM sekaligus sebagai media promosi yang terprogram. Sebelum *Company Profile* ini dibuat, Radio Karysma FM hanya menggunakan media penyampaian profile dengan brosur



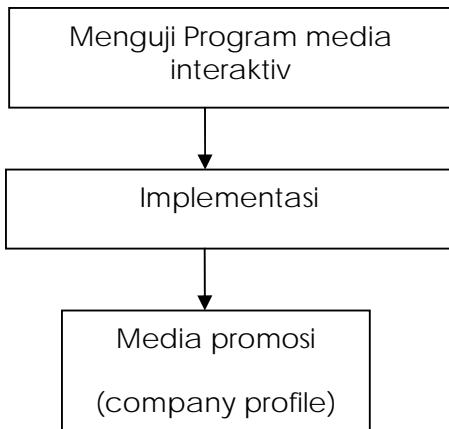
3.2 Kerangka Masalah

Media promosi yang di dalam brosur terlalu sederhana (masih menggunakan sistem konvensional).

Proses pengumpulan data untuk membuat media promosi yang lebih menarik dari pada yang saat ini digunakan yaitu dengan wawancara, dan analisis.

Membuat rancangan, menyiapkan komponen yang diperlukan,

Membangun program media interaktif dengan menggunakan software adobe director



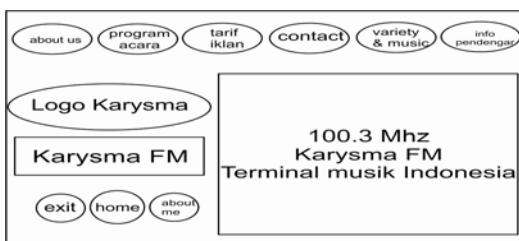
3.3 Sistem yang dirancang

a. perancangan halaman intro



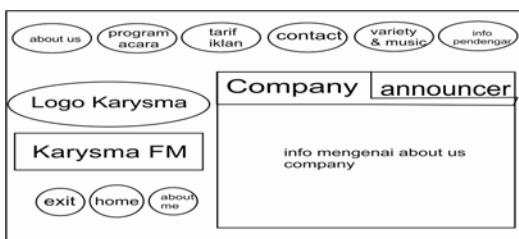
Gambar 1. Rancangan Tampilan Halaman intro

b. Desain Halaman home



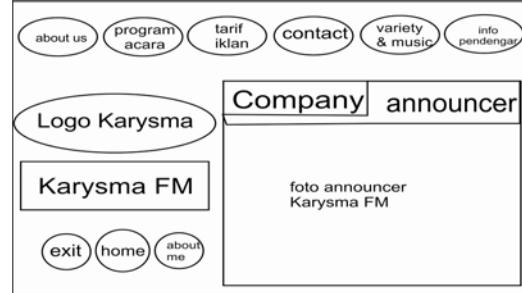
Gambar 2. Rancangan Tampilan Halaman home

c. desain halaman about us - company



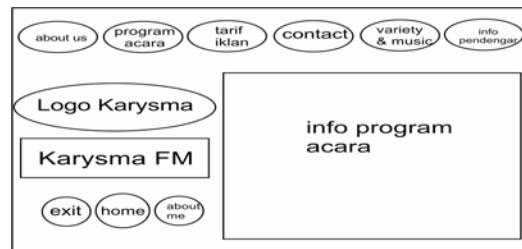
Gambar 3. Rancangan Halaman About us - company

d. Desain halaman about us announcer



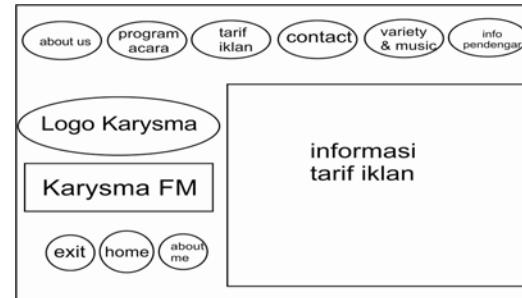
Gambar 4. Rancangan halaman about us – announcer

e. Desain halaman program acara



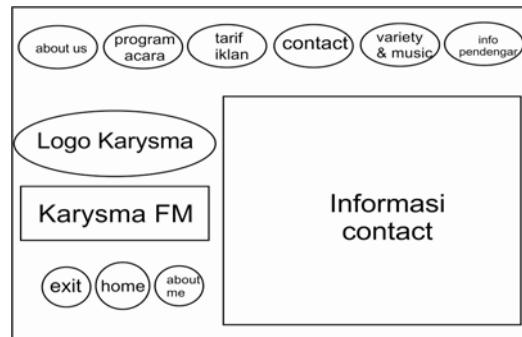
Gambar 5. Rancangan halaman program acara

f. Desain halaman tarif iklan



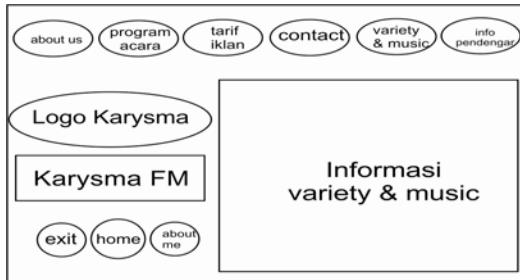
Gambar 6. Rancangan Halaman desain tarif iklan

g. Desain contact



Gambar 7. Rancangan desain contact

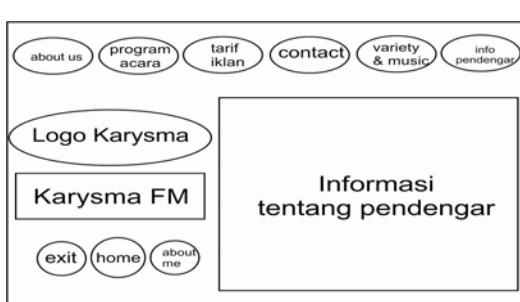
h. Desain variety & music



Gambar 8. Rancangan desain variety & music



Gambar 12. Halaman Home



Gambar 9. Rancangan desain informasi mengenai pendengar

c.Halaman about us – company



Gambar 13. Halaman about us

Company

d.Halaman about us – announcer

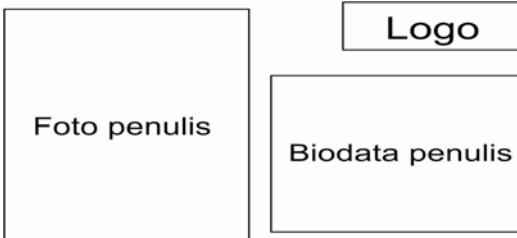


Gambar 14. Halaman about us

announcer

e.Halaman program acara

j.Desain halaman about me



Gambar 10. Rancangan desain about me

4.1. IMPLEMENTASI DAN UJI COBA SISTEM

4.1 Implementasi sistem

a. halaman intro



Gambar 11.Halaman Intro

b.Halaman Home



Gambar 15. Halaman program acara

f.Halaman tarif iklan



Gambar 16. Halaman tarif iklan

g.Halaman contact



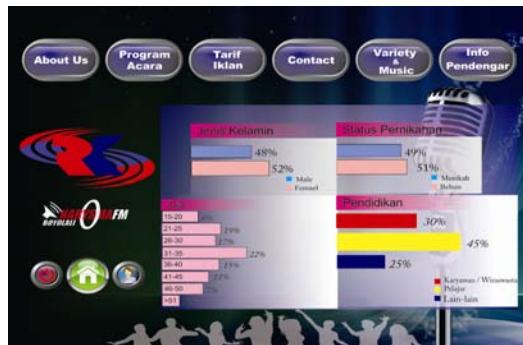
Gambar 17. Halaman contact

h.Halaman Info & variety music



Gambar 18. Halaman Variety & music

i.Halaman Info Pendengar



Gambar 19. Halaman info pendengar

j.Halaman about me



Gambar 20. Halaman about me

4.2 Uji coba Sistem

Uji coba yang dilakukan pada tempat penelitian dan petugas yang berhubungan dengan iklan, untuk mengetahui apakah sistem sudah selesai kebutuhan ataukah belum.

Tabel 1. Uji coba sistem kepada user

No	Pertanyaan	Petugas				
		1	2	3	4	5
1	Apakah aplikasi periklanan yang sudah diujicoba pada tempat kerja anda dapat membantu mempercepat pekerjaan?	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
2	Bagaimana menurut pendapat anda tentang aplikasi periklanan yang sudah diujicobakan pada tempat kerja anda?	Mungkin	Mungkin	Mungkin	Mungkin	Mungkin

3	Apakah aplikasi periklanan yang diujicobakan dapat dijalankan secara bersamaan?	Ya	Ya	Ya	Ya	Ya
---	---	----	----	----	----	----

5.1. Kesimpulan

Dari hasil pengamatan selama perancangan, implementasi, dan proses uji coba perangkat lunak yang dilakukan, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

- Pemilik modal atau pemilik perusahaan yang akan melakukan kerjasama dapat mengetahui beberapa informasi terkait Radio Karysma FM sebelum mereka melakukan kerjasama.
- Aplikasi ini dapat menggantikan media brosur yang digunakan selama ini.

5.2. Saran

- Proses panjang pembuatan aplikasi yang sederhana yang akan dipersembahkan untuk PT. Radio Karya Pancaran Swara Media. Namun kesempurnaan aplikasi ini belum terpenuhi, oleh sebab itu, untuk pengembangan selanjutnya penulis memberikan beberapa saran, antara lain:
 - Aplikasi ini perlu dikembangkan lebih lanjut agar bisa memberikan lebih banyak informasi.
 - Karena perkembangan dunia informasi semakin pesat, maka perlu dibuatkan *company profile* yang dapat dilihat oleh pemilik modal atau pemilik perusahaan yang akan melakukan kerja sama dimana saja dan kapan saja (website)

Daftar Pustaka

- [1] **Budi Santosa, Bambang Eka Purnama, Perancangan Studio Mini Berbasis Multimedia Universitas Surakarta, Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed 10 Vol 8 No 1 - Februari 2011, ISSN 1979 – 9330**
- [2] **Bambang Eka Purnama, Proses Pembuatan Film, Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed 4 Volume 1 Nomor 1 Desember 2007, ISSN 1979 – 9330**
- [3] **Catur Ardhianto, Bambang Eka Purnama, Pembuatan Profil Multimedia Green House Book's And Coffe Break, Indonesian Jurnal on Computer Scoence - Speed 8 Volume 7 Nomor 1 – Februari 2010, ISSN 1979 – 9330**
- [4] **Lukman Hakim, Bambang Eka Purnama, Pembuatan Film Pendidikan Masyarakat Tentang Lalu Lintas Kepolisian Resort Karanganyar, Indonesian Jurnal on Computer Scoence - Jurnal Speed 11 Vol 8 No 2 – Agustus 2011, ISSN 1979 – 9330**
- [5] **Sri Maryati, Bambang Eka Purnama, Pembuatan Video Profil Sekolah Menengah Pertama Negeri 4 Polokarto Kabupaten Sukoharjo Dengan Menggunakan Komputer Multimedia, Indonesian Jurnal on Computer Science - Speed (IJCSS) 15 FTI UNSA Vol 10 No 1 – Februari 2012 - ijcoss.unsa.ac.id, ISSN 1979 – 9330**
- [6] **Hendratman Hendi, ST. (2008). The Magic of Macromedia Director. Informatika Bandung, Bandung.**
- [7] **Hidayatullah T. (2006). 42 Lagkah Praktis Menguasai CorelDraw. Gava Media, Yogyakarta.**
- [8] **Rakhmati Dwi, SE. (2008). 110 Trik Cepat CorelDraw untuk Pemula. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.**
- [9] **Aminudin. (2009). Mahir Menggunakan Adobe Photoshop. PT. Puri Delco, Bandung.**
- [10] **Agung Gregorius. (2007). Photoshop CS3: Konsultasi dengan Ahlinya. PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.**
- [11] **Andi. (2008). Berkenalan dengan Program Desain Grafis. CV. Andi Offset, Yogyakarta.**
- [12] **Setyo Luluk. 2012 Aplikasi Data Penyiaran Iklan Pada Stasiun Radio Pas FM Pati Berbasis Web, Universitas Surakarta.**
- [13] **Eko Deni. 2012 Pembangunan profil perusahaan perseroan terbatas RGPAD berbasis multimedia, Universitas Surakarta.**
- [14] **Firdaus Septiana. 2012 Perancangan Aplikasi Multimedia Interaktif Company Profile Generic, Sekolah Tinggi Teknologi Garut.**