

Perancangan Company Profile Berbasis Cetak Digital sebagai Media Promosi pada Radio 103 FM Jakarta

¹Badriyah, ²Setyoningsih Subroto, ³Heni Apriani

^{1,2,3} Program Studi Hubungan Masyarakat Politeknik LP3I Jakarta, Indonesia

Email: badriyah_lp3i@yahoo.com¹, naningbroto5@gmail.com², Heniapriani30@gmail.com³

ABSTRAK

Company Profile merupakan media promosi dan komunikasi yang digunakan untuk memperkenalkan perusahaan kepada khalayak. Dengan adanya *company profile* dapat memberikan dampak pada keberlangsungan perusahaan dan meningkatkan citra baik perusahaan. Penerapan *company profile* berkembang melalui bentuk digital maupun konvensional secara seimbang yang terus berinovasi semakin kreatif untuk mempersuasi dan menarik minat konsumen/klien. Penelitian ini dilakukan di Radio 103 POP FM Jakarta yang berlokasi di Ruko Permata Boulevard, Jalan Raya Pos Pengumben Blok AE No. 1 Jakarta Barat. Penelitian ini berlangsung dari Februari hingga Maret 2022. Jenis Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan wawancara secara mendalam. Dalam penelitian ini, penulis bermaksud menerapkan pembuatan *company profile* yang menarik dengan mengevaluasi dan memperbaharui *company profile* sebelumnya, sehingga dengan pembaharuan *company profile* ini mampu mempersuasi dan menarik minat klien untuk melakukan kerjasama.

Kata kunci : Perancangan, Company Profile, Cetak, Digital, Media Promosi

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang sangat pesat dengan melahirkan berbagai inovasi yang menjadi gaya hidup baru bagi masyarakatnya. Hal ini ditandai dengan banyaknya aplikasi *streaming* maupun *podcast* yang mudah untuk diakses. Namun demikian, kemajuan teknologi tidak melunturkan keberadaan radio sebagai media yang masih digemari masyarakat hingga saat ini.

Menurut data *Outlook* Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia 2020/2021, televisi dan radio mengalami pertumbuhan sebesar 10,42% pada 2020. Meskipun pada akhirnya mengalami penurunan akibat pandemi *covid-19*, namun dengan angka tersebut cukup memberikan harapan untuk masa depan radio di Indonesia. Selain itu, radio juga memiliki peran strategis dalam memperkuat ekonomi kreatif di masa pandemi *covid-19*. Radio mampu memenuhi upaya edukasi bagi masyarakat melalui sajian konten yang inspiratif dan juga inovatif.

Hingga saat ini, radio masih relevan untuk dijadikan media beriklan dengan biaya yang terjangkau bagi industri kreatif. Namun, hal ini perlu adanya penawaran dari tim *marketing* yang tentunya menggunakan *company profile* sebagai media untuk memperkenalkan radio kepada pihak klien. Peran *company profile* dalam industri kreatif selain untuk memberikan gambaran tentang bisnis perusahaan dan meningkatkan *brand awareness* juga untuk mengkomunikasikan keunikan karakter perusahaan.

Company profile yang digunakan saat ini oleh perusahaan adalah *company profile* konvensional dan digital. Akan tetapi, desain yang digunakan terlihat monoton karena hanya terdapat tulisan saja. Hal ini menjadikan informasi yang tertera dalam profil perusahaan kurang menarik karena tidak diimbangi dengan visualisasi dalam bentuk gambar maupun elemen grafis lainnya sebagai penunjang.

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, penulis berharap dapat berinovasi serta meningkatkan kerjasama dengan klien melalui pembaharuan *company profile* dengan menambahkan unsur visualisasi yang menarik baik dalam bentuk cetak maupun digital. Oleh karena itu, penulis memilih judul **“Perancangan *Company Profile* Berbasis Cetak dan Digital Sebagai Media Promosi Pada Radio 103 POP FM Jakarta”**.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan yang ada, maka penulis merumuskan beberapa permasalahan yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta ?
2. Apa saja kendala yang dihadapi dalam perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta ?
3. Bagaimana upaya yang dilakukan untuk mengatasi kendala yang dihadapi dalam perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta ?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui proses dari perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta
2. Untuk mengetahui apa saja yang menjadi kendala dalam proses dari perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta
3. Untuk mengetahui solusi dalam mengatasi masalah yang dihadapi dalam perancangan *Company Profile* berbasis cetak dan digital sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta

TINJAUAN PUSTAKA

Perancangan

Menurut Santi (2020:12) “Perancangan adalah suatu kegiatan membuat desain teknis berdasarkan evaluasi yang telah dilakukan pada kegiatan analisis.”

Menurut Nur dan Suyuti (2018:5) dijelaskan bahwa “Perencanaan merupakan suatu proses yang bertujuan untuk menganalisis, menilai, memperbaiki, dan menyusun suatu sistem baik sistem fisik maupun sistem non-fisik yang optimum untuk waktu yang akan datang dengan memanfaatkan berbagai informasi yang ada.”

Berdasarkan penjelasan beberapa ahli di atas, maka dapat disimpulkan bahwa perancangan sebagai suatu kegiatan atau proses menciptakan sesuatu berdasarkan evaluasi dengan tujuan untuk menyusun suatu sistem yang optimum.

Company Profile

Menurut Muh. Akbar dalam jurnal Siswanto, dkk (2021:18) : “*Company Profile* adalah suatu gambaran umum mengenai suatu media jati diri untuk menyampaikan serta menginformasikan terkait nilai – nilai positif tentang suatu perusahaan, lembaga atau instansi baik pemerintahan maupun swasta agar mendapatkan suatu tanggapan yang positif sehingga keberadaan perusahaan

mampu diterima dengan baik oleh masyarakat.”

Budiman, Adry, dan Dedy Irfan (2016:50) memaparkan: “ *Company Profile* merupakan suatu media promosi dan komunikasi bagi perusahaan/institusi untuk memperkenalkan, baik produk maupun jasa dari perusahaan/institusi terkait yang memperlihatkan keunggulan atau data utama dari gambaran perusahaan/institusi dengan media yang bermacam – macam, baik media cetak maupun media audio visual.”

Dari pemaparan para ahli, dapat disimpulkan bahwa *Company Profile* merupakan suatu media yang digunakan perusahaan untuk menginformasikan gambaran perusahaan dan sebagai media promosi produk maupun jasa yang ditawarkan.

Media

Menurut kamus Besar Bahasa Indonesia daring, media diartikan sebagai alah (sarana) komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster, dan spanduk.

Menurut Pribadi (2017:15) : “Media berdasarkan asal kata dari bahasa latin, medium yang berarti perantara. Oleh karena itu, media dapat diartikan sebagai perantara antara pengirim informasi yang berfungsi sebagai sumber atau *resources* dan penerima informasi atau *receiver*. ”

Menurut Limbong dan Simarmata (2020:13) terdapat 5 elemen atau komponen multimedia yang mendasar, yaitu :

1. Teks, memiliki berbagai jenis dan bentuk tulisan yang mampu memberikan daya tarik dan pemahaman.
2. Grafis, memberikan penekanan secara visual dan membantu menyampaikan informasi agar lebih berkesan.
3. Audio, membantu penyampaian informasi lebih efektif, dan meningkatkan daya tarik.
4. Video, penyaluran informasi yang menarik dan lebih nyata sesuai sebagai media yang dinamis dan efektif.
5. Animasi, membantu dalam menjelaskan suatu konsep yang kompleks dengan mudah berbentuk simulasi.

Promosi

Menurut Firmansyah (2018:200) Promosi adalah upaya memperkenalkan produk dan jasa agar bisa dikenal dan diterima publik.

Menurut Hapsari (2017:12) bahwa : “Promosi adalah suatu usaha dari penjual/produsen dalam menginformasikan barang/jasa kepada pembeli/konsumen, agar pembeli/konsumen tertarik untuk melakukan transaksi pembelian atau pertukaran atas barang/jasa yang dijual atau ditawarkan.”

Menurut Wardana (2017:57) fungsi promosi adalah sebagai berikut:

1. Meyakinkan target pelanggan bahwa barang dan jasa yang ditawarkan memiliki keunggulan yang berbeda dibandingkan pesaing lainnya.
2. Dalam bauran pemasaran, fungsi promosi yakni untuk mencapai berbagai tujuan komunikasi dengan konsumen.

Cetak

Menurut Eric Barnow dalam Suyasa dan Sedana (2020:59) yaitu : “Media cetak memiliki pengertian sebagai segala barang yang dicetak dan ditujukan untuk umum dan umumnya berbentuk barang cetakan seperti majalah, surat kabar, atau lainnya yang dibuat dengan tujuan menyebarkan informasi atau pesan komunikasi kepada masyarakat luas.”

Digital

Menurut Aji (2016:44): “ Digital merupakan sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia.

Menurut Lev Manovich (2002 dalam Aji (2016:44) terdapat 5 karakteristik digital, yaitu :

1. Otomatisasi
2. Variabilitas

3. Numerik Representasi
4. Transcoding (hubungan antara komputasi dan budaya sehari-hari)
5. Modularitas (prinsip perakitan unit yang lebih besar dari yang lebih kecil).

METODE PENELITIAN

Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metodologi penelitian adalah merupakan cara atau langkah sebagai pedoman untuk memperoleh data yang lebih mendalam tentang suatu gejala untuk memahami objek yang menjadi sasaran dari ilmu pengetahuan bersangkutan. Dalam penyusunan penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, kualitatif adalah metode penelitian yang berfokus pada pemahaman terhadap Fenomena sosial yang terjadi di masyarakat.

Siti Kholifah dan I Wayan Suyadnya (2018;12) “Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian tidak ada statistik atau penelitian yang tidak ada angka-angkanya”.

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan Teknik Studi Kepustakaan (*Library Research*), Observasi, dan wawancara langsung dengan narasumber yang dilakukan di Radio 103 POP FM Jakarta yang beralamatkan di Ruko Permata Boulevard, Jalan. Raya Pos Pengumben Blok AE No 1 Jakarta Barat. Dimulai pada bulan Februari hingga Maret 2022. Adapun penjabarannya dikemukakan penulis sebagai berikut:

1. Observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan di lokasi penelitian, dimana teknik ini digunakan untuk memperoleh data pembuatan *Company Profile* sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta
2. Wawancara merupakan bentuk komunikasi antara dua orang dengan melibatkan seseorang yang ingin memperoleh informasi dari seseorang lainnya yang mengajukan pertanyaan berdasarkan tujuan tertentu untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan masalah yang diteliti
3. Dokumentasi, teknik ini melakukan pencatatan dari berbagai dokumen yang ada di perusahaan. Tujuan teknik adalah untuk memperoleh data terkait pembuatan *Company Profile* sebagai media promosi pada Radio 103 POP FM Jakarta.

Teknik Analisa Data

Analisa data yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif karena menunjukkan kondisi nyata yang terjadi pada suatu objek penelitian yakni kondisi yang sebenarnya terjadi dalam suatu perusahaan yang sedang diteliti (Sugiyono, 2013). Berdasarkan Miles dan Huberman dalam Sugiyono (2013), penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan mereduksi data, penyajian data dan membuat kesimpulan. Metode triangulasi digunakan sebagai uji validitas, dimana pada metode ini peneliti melakukan pemeriksaan dan pencocokan data yang telah diperoleh dengan beberapa sumber. Sumber yang digunakan dalam penelitian ini adalah hasil wawancara dan isi dari suatu dokumen terkait pelaksanaan rekrutmen dan seleksi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ide/konsep desain dari pembuatan *Company Profile* melihat dan menyesuaikan dari perkembangan *Company Profile* kompetitor. Radio 103 POP FM Jakarta memiliki standarisasi warna dari perusahaan, maka untuk kode warna yang mendominasi pada desain harus sesuai dengan ketentuan perusahaan. Warna yang digunakan terdiri dari warna primer dan warna sekunder. Adapun kode warna yang digunakan adalah

#F6892d	R:246	G:137	B:45	C:0%	M:56%	Y:93%	K:0%
#7Faada	R:127	G:170	B:218	C:49%	M:24%	Y:0%	K:0%
#2c3355	R:44	G:51	B:85	C:90%	M:82%	Y:40%	K:34%

Gambar 1 *Color Guide*
Sumber : Koleksi Penulis

Untuk typeface yang digunakan dalam desain *Company Profile* Radio 103 POP FM Jakarta memiliki standarisasi huruf yang digunakan yaitu poppins font.

PRIMARY FONT

POPPINS REGULAR

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

POPPINS MEDIUM

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

POPPINS MEDIUM ITALIC

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

POPPINS SEMI BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

POPPINS BOLD

Aa Bb Cc Dd Ee Ff Gg Hh Ii Jj Kk Ll Mm
Nn Oo Pp Qq Rr Ss Tt Uu Vv Ww Xx Yy Zz

Gambar 2 *Typography*
Sumber : Koleksi Penulis

Draft Tahapan Pembuatan *Company Profile*

<i>Software</i>	<i>Tahapan</i>
<i>Adobe Photoshop CS 6</i>	Mengedit foto penyiar
	Mengedit foto <i>all crew</i>
	Mengedit ilustrasi pendukung
<i>Adobe Illustrator CC 2020</i>	Desain foto penyiar
	Desain sampul depan
<i>Adobe InDesign CC 2020</i>	Desain <i>layout</i> digital
	Desain <i>layout</i> cetak
	<i>Review</i>

Tabel 1 *Draft Tahapan Pembuatan Company Profile*
Sumber : Olahan penulis

Pra Produksi

Pra Produksi bertujuan mempersiapkan segala sesuatu yang hendak dikerjakan agar proses produksi berjalan sesuai konsep dan menghasilkan suatu karya yang sesuai dengan harapan. Dalam proses pra produksi ada beberapa langkah atau tahapan, sebagai berikut :

a. Schedule

No.	Kegiatan	Deskripsi Kegiatan	Feb		Mar				Jumlah Hari
			3	4	1	2	3	4	
1	Pra Produksi	Proses Pengumpulan Informasi dan data							3 Hari
		Menentukan Ide Konsep							2 Hari
		Menggambar Sketsa Desain							2 Hari
		Schedule							1 Hari
2	Produksi	Editing Foto							1 Hari
		Membuat Desain Layout Booklet							7 Hari
3	Pasca Produksi	Review							1 Hari
		Revisi							2 Hari
		Mencetak Booklet							1 Hari
Jumlah hari yang diperlukan									20 Hari

Tabel 2 *Schedule*

Sumber : Olahan penulis

b. Sketsa Desain

Ukuran yang ditentukan B5 (17,6 x 25cm) dengan *color mode RGB* untuk keperluan digital dan *CMYK* untuk keperluan cetak. Radio 103 POP FM Jakarta menggunakan desain dengan *template layout* yang berbeda di setiap halamannya .

Produksi

Editing Foto Penyiar & Crew Terpisah

Dalam tahap editing foto dimulai dari proses memperbaiki pencahayaan, kontras, menyesuaikan dengan *filter reduce noise* serta tools *editing* lainnya dalam *software Adobe Photoshop CS 6*.

Editing Foto All Crew

Dalam *editing* foto *all crew* tahapannya hampir sama dengan *editing* foto penyiar & *crew* hanya saja ditambahkan *layer style* dengan *stroke* putih.

Proses Pembuatan Desain

Dalam proses pembuatan desain terdapat penambahan ilustrasi, teks, dan elemen grafis penunjang. Langkah pertama buat elemen segitiga dengan *pen tool* dan beri warna sesuai yang dibutuhkan. Kemudian tambahkan *typography* yang sesuai, *font* yang digunakan pada proses desain ini adalah *poppins font* dan beri warna *font* sesuai yang dibutuhkan. Setelah itu, tambahkan ilustrasi pendukung perusahaan terkait. Ilustrasi yang digunakan pada desain sampul depan ini adalah ilustrasi radio.

Desain Layout

Proses pembuatan desain *layout* menggunakan *Adobe InDesign CC 2020*. Desain *layout* dibuat dengan dua *setting*, yaitu versi digital (*pdf*) dan versi *booklet* cetak.

Pasca Produksi

a. Review

Proses *review* dilakukan ketika *project* pembuatan *company profile* tengah dikerjakan sampai dengan selesai. Hal ini berkenaan dengan keterhubungan antara halaman sebelumnya dan halaman selanjutnya, baik dari segi informasi maupun dari segi desain.

b. Revisi

Proses revisi dilakukan setelah seluruh proses pembuatan *company profile* selesai. *Project Company Profile* yang telah dibuat akan dikoreksi guna mengetahui kelayakan dari *company profile* tersebut yang kemudian akan dicetak dalam bentuk *booklet*.

Beberapa alasan dalam menggunakan material adalah sebagai berikut:

1. Hasil akhir *Company Profile* cetak menggunakan media kertas art carton 260 gsm dan art carton 210 gsm berukuran 17,6 x 25 cm dikarenakan kertas 260 gsm memiliki tekstur yang baik dan kokoh, mampu melindungi isi *booklet* agar tidak mudah rusak. *Booklet* juga dilengkapi dengan *finishing* laminasi *doff* yang dapat melindungi hasil cetakan sehingga hasil gambar yang tercetak bisa bertahan lama dan tidak mudah kotor. Dengan laminasi *doff*, *company profile*, *company profile* yang dicetak tidak akan meninggalkan bekas dari sidik jari dan akan terlihat lebih eksklusif.
2. Pemilihan warna pada media yang akan dicetak disesuaikan dengan konsep warna yang *colourfull* yang mencirikan perusahaan. Desain dibuat dengan nuansa warna biru dengan tone warna biru muda dan biru tua yang dikombinasikan dengan warna jingga agar *company profile* dapat memberikan kesan yang menarik untuk calon klien.
3. Penambahan unsur grafis dan elemen desain penunjang lainnya, yaitu bentuk garis, segitiga, lingkaran, dan persegi panjang, juga pengaturan letak/layout dan penyesuaian *typography* atau teks yang ditambahkan, serta memperhatikan unsur ruang kosong agar desain yang dibuat tidak terlihat penuh dan memiliki unsur keseimbangan.

Hambatan dan Solusi

Beberapa kendala yang muncul saat pembuatan *Company Profile* adalah:

1. Setelah melakukan riset mengenai desain *company profile* yang menarik dan mencari beberapa referensi dari berbagai sumber di internet, akhirnya penulis menetapkan pilihan untuk membuat desain *company profile* yang *full color* sesuai dengan ciri khas perusahaan yang tentunya berbagai informasi dikemas dengan menarik dan tidak monoton. Dengan adanya *company profile* ini akan memudahkan klien untuk mengetahui berbagai informasi terkait perusahaan.
2. Dalam menghadapi kesulitan mengatur *layout* dan menentukan *setting* punggung pada *booklet company profile*, penulis mencari tahu terkait *setting* yang digunakan dan melakukan *review* hingga mendapatkan hasil yang sesuai. Hal ini dilakukan agar pada saat proses cetak selesai, *company profile* yang dihasilkan sesuai dengan yang diharapkan oleh penulis.
3. Dalam menghadapi kesulitan menentukan bahan yang sesuai dengan banyaknya halaman *booklet* pada proses cetak ini, penulis melakukan riset ke sebuah percetakan dan berkonsultasi dengan pihaknya terkait keperluan *booklet* yang ingin dicetak. Hal ini dilakukan agar hasil *booklet* yang dicetak sesuai dengan kebutuhan dan tidak mengecewakan.

KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan mengenai Perancangan *Company Profile* Berbasis Cetak dan Digital Sebagai Media Promosi Pada Radio 103 POP FM Jakarta, dapat ditarik kesimpulan secara menyeluruh sebagai berikut:

1. Dalam proses pembuatan *company profile*, dilakukan dalam 3 tahap yaitu: pra produksi, produksi, dan pasca produksi. *Company Profile Company Profile* yang dibuat akan berupa cetak dan digital sesuai dengan kebutuhan.
2. Dalam proses pembuatan *company profile* beberapa kendala yang dihadapi yaitu, kesulitan dalam menentukan desain, kesulitan dalam mengatur layout dan menentukan setting punggung pada *booklet* sehingga menghambat proses pengerjaan project dan mengakibatkan waktu pengerjaan project yang lebih lama.
3. Setelah memahami permasalahan yang ada, maka solusi yang diperoleh adalah dengan melakukan beberapa hal yaitu : melakukan riset dan mencari referensi untuk mendapatkan desain yang menarik dan tidak monoton, mencari tahu terkait setting yang digunakan untuk melakukan *review* hingga mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diharapkan, melakukan konsultasi dengan pihak terkait keperluan *booklet* yang akan dicetak sesuai dengan kebutuhan.

Saran

Setelah menarik kesimpulan yang telah dipaparkan, penulis dapat memberikan saran yang dapat menjadi pertimbangan dan masukan dalam pembuatan *company profile*, diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk dapat menghasilkan desain *company profile* yang mampu menarik minat calon klien dan juga meningkatkan citra baik perusahaan, desain *company profile* perlu dibuat secara kreatif dan *out of the box*.
2. Selalu *up to date* dalam mengikuti perkembangan era digitalisasi dan tren desain masa kini. Dengan hal ini mampu menciptakan berbagai ide dan inovasi terkait desain yang lebih *fresh* dan tidak ketinggalan zaman.
3. Mengupgrade *company profile* berdasarkan sasaran marketing dan juga melihat mayoritas kompetitor yang sudah beralih dari desain cetak ke berbagai desain yang menarik. Seperti video, website sampai dengan media interaktif.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiman, Muhammad Adri, dan Dedy Irfan, Jurnal Vokasional Teknik Elektronika & Informatika: *Perancangan Media Presentasi Company Profile Universitas Negeri Padang Berbasis Multimedia Interaktif*, Padang: Fakultas Teknik Universitas Negeri Padang, 2016
- Firmansyah, M. Anan, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*.Yogyakarta: Deepublish, 2018
- Hapsari, Niken Tri., *Seluk-Beluk Promosi & Bisnis: Cerdas Beriklan untuk Usaha Kecil & Menengah*. Yogyakarta: A*PLUS BOOKS, 2017
- Limbong, Tonni., dan dan Janner Simarmata, *Media dan Multimedia Pembelajaran : Teori & Praktik*. Medan: Yayasan Kita Menulis, 2020
- Pribadi, Benny A., *Media & Teknologi Dalam Pembelajaran*. Jakarta: Prenada Media, 2017
- Santi, I.H., *Analisa Perancangan Sistem*. Pekalongan: Penerbit NEM – Anggota IKAPI, 2020
- Siswanto, Edy., Robby Andika Kusumajaya., dan Nining Fitriani, Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan: *Pembuatan Multimedia Company Profile CV. Sarana Wijaya Sebagai Media Informasi*. Semarang: Universitas Stekom, 2021
- Suyasa, I Made., dan I Nyoman Sedana. Jurnal Komunikasi dan Budaya: *Mempertahankan Eksistensi media Cetak di Tengah Gempuran Media Online*. Bali: Universitas Pendidikan Nasional (Undiknas) Denpasar, 2020
- Wardana, Wikrama, *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish, 2017