

## **Kerja Praktek : Perancangan dan pengembangan website profile untuk PT Mataf Jayaindo Batam**

**Suwarno Liang<sup>1</sup>, Skynyrd<sup>2</sup>**

1. Fakultas Sistem Informasi, Universitas Internasional Batam, Kota Batam, Indonesia  
*E-mail* : [suwarno.liang@uib.edu](mailto:suwarno.liang@uib.edu)<sup>1</sup>, 2131126.skynyrd@uib.edu<sup>2</sup>

### **Abstrak**

Pemasaran digital website untuk promosi Perusahaan PT Mataf Jayaindo Batam bertujuan untuk meningkatkan pemasaran Perusahaan. Penulis menjalani pengabdian di PT Mataf Jayaindo Batam untuk menjalani program KP. Penulis mendapatkan kesempatan untuk membuat website *profile company* untuk PT Mataf Jayaindo Batam. Metode yang digunakan penulis dalam proses perancangan adalah MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). Dengan adanya website *profile company*, diharapkan dapat menaikkan pasar PT Mataf Jayaindo Batam. Dan untuk hasil dari website company profile akan di-serahkan kepada mitra.

**Kata Kunci:** Kerja Praktek, Website profile Perusahaan, PT Mataf Jayaindo Batam.

### **Abstract**

The digital marketing website for promotion of the PT Mataf Jayaindo Batam Company aims to increase the Company's marketing. The author underwent service at PT Mataf Jayaindo Batam to undergo the KP program. The author had the opportunity to create a company *profile* website for PT Mataf Jayaindo Batam. The method used by the author in the design process is MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*). With the *company profile website*, it is hoped that it can increase the market for PT Mataf Jayaindo Batam. And the results from the company profile website will be submitted to partners.

**Keywords:** Practical Work, Company profile website, PT Mataf Jayaindo Batam.

## PENDAHULUAN

PT Mataf Jayaindo Batam merupakan Perusahaan yang telah berdiri sejak 2019. PT Mataf Jayaindo Batam merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang perkapalan. [1]

Pada kesempatan kali ini, penulis mendapat kesempatan untuk melaksanakan program KP dalam bidang khusus sistem informasi. anfaat bagi informan. Penulis memilih PT Mataf Jayaindo Batam dikarenakan diperlukannya pengembangan pemasaran produk dari perusahaan tersebut menggunakan cara digital seperti layaknya pasar di perkembangan era jaman modern sekarang dimana pemasaran digital marak digunakan,.[2]

Dengan adanya internet, dapat disimpulkan bahwa perkembangan zaman telah memasuki era *digitalisasi*. Dan pada era ini, manusia menjadi lebih mudah melakukan segala sesuatu dengan adanya internet. Internet dapat menjadi salah satu sarana informasi yang dapat mempermudah manusia. [3]

Salah satu rangkaian internet adalah media sosial. Media sosial dapat digunakan untuk peruntungan suatu Perusahaan, salah satu nya adalah memperluas profile suatu perusahaan. Dengan adanya media sosial, perusahaan dapat menayangkan profile dari perusahaan agar menarik perhatian pasar. Website company profile menjadi salah satu bentuk implementasi dari media sosial dan profile Perusahaan Raihansyah et al. 2024.

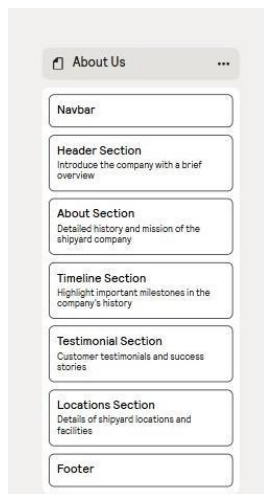
## METODE PENELITIAN

MDLC adalah metode pelaksanaan untuk merancang dan mengembangkan aplikasi yang menggabungkan video, gambar, audio, animasi, dan lainnya. MDLC terdiri dari enam tahapan, yaitu Konsep (Concept), Perancangan (Design), Pengumpulan materi (Material collecting), Pembuatan (Assembly), Pengujian (Testing), Pendistribusian (Distribution). Dengan

metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle*) penulis dapat merangkai perencanaan Program KP [5] dengan tahapan sebagai berikut :

1. *Concept* ( konsep )  
dengan adanya konsep maka website profile perusahaan akan lebih mudah dirancang. Untuk mendapatkan konsep yang sesuai, penulis mengambil data dari mitra dalam bentuk wawancara. Dan dari hasil wawancara dengan mitra, penulis mendapatkan hasil dan kondisi dari kondisi dan kebutuhan Perusahaan mitra. Dari hasil tersebut akan di muat ke dalam website *profile company*.
2. *Design* ( desain )  
Dari tahapan sebelumnya, penulis juga mendapatkan informasi dari mitra untuk perancangan desain website. Setelah penulis mendapatkan hasil dari data wawancara teresebut, penulis membuat *framework*. Tujuan dari *framework* adalah untuk mengatur alur website. Dengan adanya *framekwork* maka desainer dapat mengidentifikasi jalan alurnya dari hasil website.
3. *Material collecting* ( pengumpulan bahan materi )  
Untuk kepentingan website maka pada tahapan ini penulis mengumpulkan beberapa materi yang dapat digunakan didalam websote. Materi tersebut mencakup seperti *gambar, referensi website dan lainnya*.
4. *Assembly* ( implementasi )  
Setelah tahapan sebelum, penulis telah mengumpulkan material yang dibutuhkan seperti data perusahaan, *storyboard*, serta bahan bahan yang akan digunakan untuk pembuatan website. Dan penulis juga

menggunakan aplikasi tambahan untuk prose editing website. Langkah berikutnya desainer melakukan proses pengambilan video dan foto untuk website *company profile* menggunakan material yang sudah di kumpulkan. Dan setelah proses pengambilan gambar dan foto, penulis melakukan proses pengeditan website menggunakan aplikasi tambahan.[6]

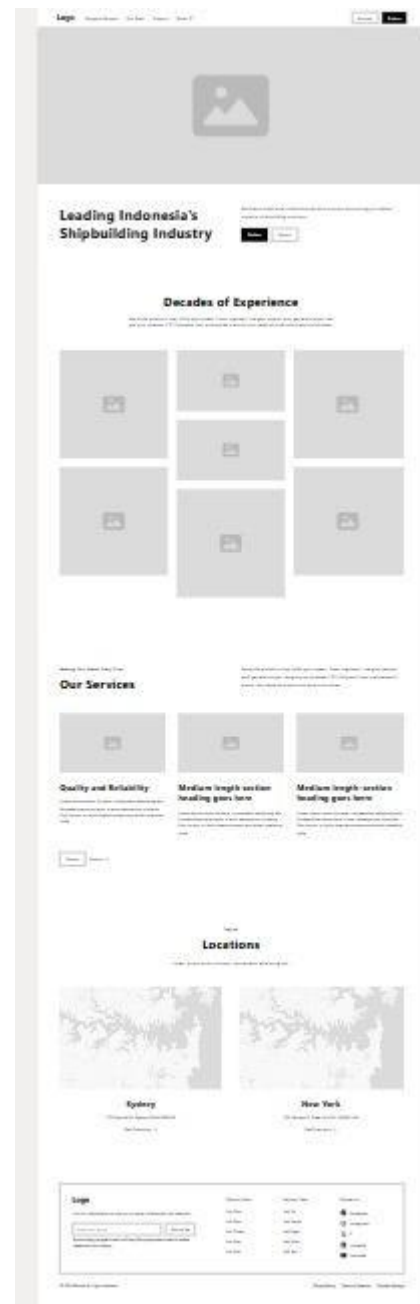


**Gambar 1.** Proses pembuatan

5. *Testing* ( percobaan )  
Pada tahap ini desainer telah menyelesaikan website untuk *company profile*. Dan tujuan dari tahapan ini adalah untuk memastikan kesesuaian website dengan *framework* yang sudah dibuat dan tidak ada kesalahan. Setelah desainer memastikan, desainer mengkonfirmasi dengan dosen pembimbing dan mitra.
6. *Distribution* ( distribusi )  
Setelah konfirmasi dan telah menyelesaikan langkah sebelumnya. Maka penulis melakukan proses distribusi website *company profile* dengan mengupload hasil dari website yang sudah dibuat ke platform hosting.[7]

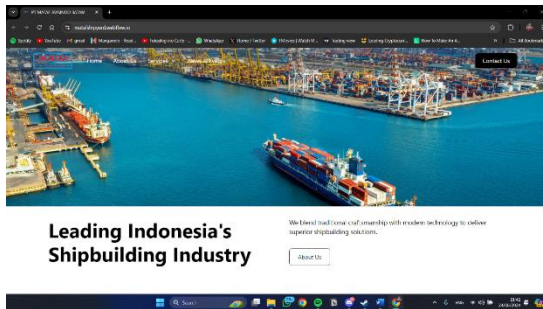
## PEMBAHASAN

Website *profile Perusahaan* untuk PT Mataf Jayaindo Batam yang dirancang menggunakan metode MDLC (*Multimedia Development Life Cycle* ).[8] Berikut rangkaian hasil website dari *company profile* Pt Mataf Jayaindo Batam :



### Gambar 2. Proses pembuatan

Proses pembuatan framework yang akan diaplikasikan ke website ditunjukkan pada gambar 2.



### Gambar 3. Hasil Website

Pada gambar 3 menunjukkan tampilan akhir dari website *company profile*.

## SIMPULAN

Hasil dari kerja praktek yang di laksanakan di Pt Mataf Jayaindo Batam telah diselesaikan dengan hasil website *company profile* yang telah disetujui oleh mitra dan dosen pembimbing. Dan dibuat berdasarkan metode MDLC ( *Multimedia Development Life Cycle* ). Dan hasil dari website *profile company* sudah diterbitkan di platform hosting.

## DAFTAR PUSTAKA

- Raihansyah, Muhammad Zaki, et al. "Strategi Manajemen Sumber Daya Manusia dalam Menghadapi Tantangan Industri Perkapalan." *Journal of Business, Finance, and Economics (JBFE)* 5.1 (2024): 111-130. (Ahmad et al., 2021)
- Suyadi, Suyadi. "Studi Perencanaan Sistem untuk Pendukung Keputusan Proyek Kapal Bangunan Baru." *Teknik* 30.1 (2009): 64-71.(Suyadi, 2009)

- Hertina, Dede, et al. "Efektivitas Kebijakan Pengendalian Intern Dalam Mengurangi Risiko Kecurangan Keuangan Di Perusahaan." *Jurnal Darma Agung* 31.6 (2023): 345-352.(Raihansyah et al., 2024)

- Tambunan, Formaida. "Pengaruh Pengetahuan Akuntansi dan Pengalaman Usaha Terhadap Pengembangan Usaha dan Penggunaan Informasi Akuntansi Sebagai Variabel Intervening (Kajian Empiris Pada Pelaku Usaha Kecil dan Menengah di Kelurahan Tanjung Rejo Kecamatan Medan Sunggal)." *AT-TAWASSUTH: Jurnal Ekonomi Islam* 6.2 (2021): 278-300.(No Title, 2021)

- Hengki, Hengki, and Susan Suprawiro. "Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Inventory Sparepart Kapal Berbasis Web: Studi Kasus Asia Group Pangkalpinang." *Jurnal Sisfokom (Sistem Informasi Dan Komputer)* 6.2 (2017): 121-129.(Suprawiro, 2017)

- Pratama, Rifqi Hayu. *Strategi Kreatif Iklan di Media Sosial untuk menumbuhkan Brand Awareness PT. Waysata Indonesia Bahagia*. Diss. Universitas Islam Indonesia, 2024.(Zaini Miftach, 2018)

- Lasambouw, Carolina M., Ediana Sutjiredjeki, and Neneng Nuryati. "PENGEMBANGAN STRATEGI KOMERSIALISASI LUARAN PENELITIAN BIDANG NON TEKNOLOGI (SOSIAL SAIN DAN HUMANIORA)(Strategy Development Of Commercialization For Non-Technology Research Product Of Higher Education)." *Prosiding Seminar Nasional Terapan Riset Inovatif*

(*SENTRINOV*). Vol. 6. No. 2.  
2020.(Lasambouw et al., 2020)

Wono, Hilda Yunita, et al. "Media sosial, literasi digital, dan inovasi bisnis trikotomi baru dalam manajemen strategi." *Branding: Jurnal Manajemen dan Bisnis* 2.1 (2023).(Strategi, 2023)

Puspita, Rani. *Pengembangan prototipe aplikasi community aggregator beskem dengan pendekatan ucd menggunakan balsamiq mockup dan FIGMA (studi kasus: PT Mozaik Bintang Persada)*. BS thesis. Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2020.(Puspita, 2020)

Wijoyo, Hadion, et al. "Digital economy dan pemasaran era new normal." *Insan Cendekia Mandiri* (2020).(Wijoyo et al., 2020)

Mardian, Adi, et al. "Perancangan Aplikasi Pemantauan Kinerja Karyawan Berbasis Android di PT. Salestrade Corp. Indonesia." *Jurnal Manajemen Informatika Jayakarta* 1.3 (2021): 169-185.(Mardian et al., 2021)