

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi dan telekomunikasi mengalami kemajuan yang bisa mendukung suatu industri. Penggunaan internet dalam menjalankan bisnis dapat dimanfaatkan untuk menunjang aktivitas penjualan dan promosi, sehingga dapat memberikan berbagai informasi ke masyarakat luas.

Dalam hal ini SCW Audio sebagai perusahaan yang bergerak di industri musik dalam menjual produknya yaitu efek gitar butik, menggunakan pemasaran melalui *social media* dan *e-commerce*. Namun dalam penggunaan media ini belum dapat memberikan semua informasi secara maksimal, banyaknya informasi yang belum tersampaikan secara lengkap dan sulit didapat oleh calon pembeli dikarenakan keterbatasan media informasi yang digunakan, informasi seperti perusahaan dan penjelasan produk hanya dijelaskan secara singkat, juga informasi mengenai *warranty card* dan *manual book* masih menggunakan media yang kurang memiliki identitas dari perusahaan.

Dari permasalahan yang dialami oleh SCW Audio dalam penyampaian informasi, dibutuhkan media yang dapat mengoptimalkan kegiatan pemasaran. Salah satu media yang dapat ditambahkan yaitu *website* sebagai sumber informasi yang dapat digunakan untuk mencari seluruh informasi mengenai SCW Audio, dengan memanfaatkan pemasaran melalui *website* juga bisa memperluas target audiens dan meningkatkan *brand image* dari perusahaan tersendiri.

Peran komunikasi pemasaran dibutuhkan oleh perusahaan untuk mencapai tujuan dari bisnis dan meningkatkan penjualan, maka dari itu penelitian ini dilakukan untuk dapat memasarkan produk dengan cara membuat *website* sesuai dengan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan untuk mendapatkan loyalitas. Solusi ini juga berguna untuk strategi jangka panjang perusahaan untuk media

promosi yang sesuai identitas perusahaan dan dapat mencari sumber informasi yang dibutuhkan pelanggan secara digital.

1.2 Permasalahan

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan permasalahan yang dialami oleh SCW Audio dalam memasarkan produknya terdapat hal berikut :

1. Media promosi yang digunakan oleh SCW Audio kurang optimal karena keterbatasan media informasi untuk memberikan informasi secara lengkap.
2. Jasa pelayanan yang diberikan oleh SCW Audio masih menggunakan *platform* lain yang kurang sesuai dengan identitas SCW Audio.
3. SCW Audio belum memiliki *website* sebagai media promosi dan informasi pendukung.

1.2.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang disusun, rumusan masalah yang terbentuk adalah :

Bagaimana merancang website bagi SCW Audio sebagai media promosi dan wadah informasi perusahaan?

1.3 Ruang Lingkup

Ruang lingkup dari permasalahan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Apa (*what*)
Perancangan website untuk SCW Audio yang informatif dalam penyampaian profil perusahaan, produk dan jasa yang diberikan.
2. Siapa (*siapa*)
SCW Audio.

3. Dimana (*where*)

Jl. Hawaiian Raya IV No.B12, RT.7/RW.14, Cengkareng Tim.,
Kecamatan Cengkareng, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota
Jakarta 11730.

4. Kapan (*when*)

Penelitian dilakukan sejak maret 2022 dan perancangan dilakukan
sejak mei 2022.

5. Kenapa (*why*)

keterbatasan informasi dari media sebelumnya yang digunakan
oleh SCW Audio.

6. Bagaimana (*how*)

Merancang website SCW Audio untuk media informasi dengan identitas
perusahaan yang disesuaikan dengan informasi yang dibutuhkan.

1.4 Tujuan Perancangan

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang dijelaskan di atas,
tujuan penelitian dari perancangan tugas akhir ini untuk membuat sebuah website
sebagai media promosi dan juga dapat memberikan informasi pelayanan yang
diberikan oleh SCW Audio.

1.5 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

1.5.1 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Menurut Soewardikoen, Didit Widiatmoko (2019:49) dalam melakukan observasi yang dilakukan dalam penelitian visual, diperlukannya gambar yang terlihat dengan jelas agar dapat diamati untuk dicatat apa saja unsur-unsur visual yang ada pada gambar tersebut.

Dalam pengumpulan data dilakukannya pengamatan terhadap SCW Audio dalam hal media yang telah digunakan di *social media* dan media lainnya. Dan juga mengamati kompetitor lain yang sejenis untuk mengetahui kebutuhan untuk merancang sebuah website.

2. Wawancara

Menurut Soewardikoen, Didit Widiatmoko (2019:53), wawancara adalah sebuah cara untuk mendapatkan informasi yang dilakukan dengan bertanya atau berdiskusi dengan orang yang berpengalaman di bidangnya untuk mendapatkan perspektif orang tersebut dari apa yang diceritakan.

Dalam hal ini wawancara dilakukan kepada pemilik SCW Audio dan ahli *UI/UX* untuk mendapatkan data untuk mendukung penelitian ini

3. Kuesioner

Menurut Soewardikoen, Didit Widiatmoko (2019:60) metode kuesioner adalah berisi daftar pertanyaan mengenai penelitian atau suatu hal yang diisi oleh responden untuk menjawab pertanyaan tersebut.

Dalam hal ini kuesioner dilakukan untuk mendapatkan respon mengenai SCW Audio dan mendapatkan informasi kebutuhan responden.

4. Studi Pustaka

Untuk memperkuat perancangan website, studi pustaka dilakukan untuk mendapatkan data dan literatur yang berkaitan dengan perancangan ini, hal ini berguna untuk mengetahui dasar pembuatan website dan interaksi apa saja yang dibutuhkan untuk meningkat pemanfaatan nantinya.

1.5.2 Metode Analisis Data

Dalam hal perancangan ini dilakukan beberapa metode untuk melakukan analisis data, sebagai berikut :

1. Analisis Konten

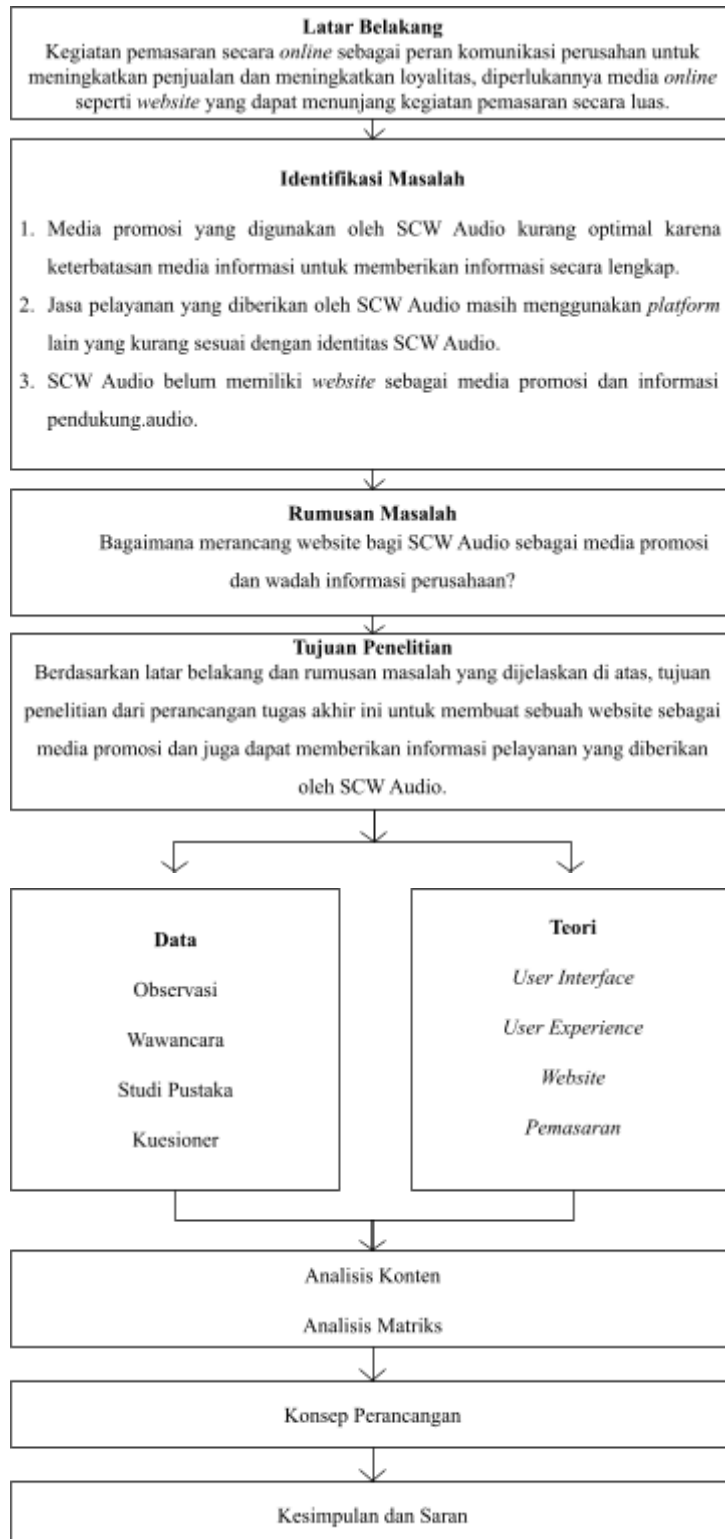
Menurut Soewardikoen (2020:88) pengertian analisis data visual adalah tahapan menguraikan dan menginterpretasi gambar. Dalam hal ini dilakukannya analisis terhadap konten yang ada pada website yang sejenis.

2. Analisis Matriks

Analisis matriks menurut Soewardikoen (2013:60) merupakan metode analisis yang membanding data seimbang dengan gambar dan teks yang bertujuan untuk mendapatkan hasil identifikasi persamaan dan perbedaan.

Analisis ini dilakukan dengan cara membandingkan elemen visual dari website yang sejenis, perbandingan dilakukan menggunakan kolom dan baris dan dilakukan penjelasan sesuai kriterianya.

1.6 Kerangka Penelitian



Gambar 1.1 Kerangka Penelitian
(Sumber: Dokumen Pribadi)

1.7 Pembabakan

1. BAB I PENDAHULUAN

Di bab ini menjelaskan pendahuluan tentang permasalahan dan fenomena yang dialami SCW Audio dalam kegiatan promosinya dalam hal media informasi, Dijabarkan dalam penulisan penjelasan dari latar belakang, identifikasi masalah, perumusan masalah, ruang lingkup, tujuan penelitian, metode pengumpulan data, kerangka penelitian, dan pembabakan mengenai penulisan tugas akhir dari Perancangan Website untuk SCW Audio sebagai Media Informasi.

2. BAB II DASAR PEMIKIRAN

Bab ini menjelaskan uraian teori yang akan digunakan berasal dari studi pustaka sebagai basis pemikiran utama untuk Perancangan Website untuk SCW Audio sebagai Media Informasi.

3. BAB III DATA DAN ANALISIS MASALAH

Pada bab ini menjelaskan data - data yang diperoleh dari pengumpulan data yang dilakukan, dimulai dari hasil data wawancara, kuesioner dan juga perbandingan data pesaing yang sejenis untuk dijadikan dan disimpulkan menjadi dasar dari konsep perancangan website nantinya.

4. BAB IV KONSEP DAN HASIL RANCANGAN

Dalam bab ini menjelaskan konsep dari proses pembuatan hasil akhir dari perancangan karya dari analisis yang telah dilakukan.

5. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Dalam bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dari semua bab penjelasan sebelumnya, ini menjadi sebuah kesimpulan penelitian yang dilakukan penulis sebelum masuk ke tahap perancangan, juga penulis memberi saran di akhir agar penelitian ini menjadi sebuah basis dari dasar perancangan yang baik.