

## BAB III LANDASAN TEORI

### 1.1. Promosi

Promosi merupakan salah satu bagian dari rangkaian kegiatan pemasaran suatu barang. Promosi adalah suatu kegiatan bidang marketing yang merupakan komunikasi yang dilaksanakan perusahaan kepada pembeli atau konsumen yang memuat pemberitaan, membujuk, dan mempengaruhi segala sesuatu mengenai barang maupun jasa yang dihasilkan untuk konsumen, segala kegiatan itu bertujuan untuk meningkatkan *volume* penjualan dengan menarik minat konsumen dalam mengambil keputusan membeli di perusahaan tersebut. Untuk memperjelas tentang pengertian promosi, berikut ini beberapa definisi tentang promosi.

Menurut Tjiptono (2000:219) : “Pada hakikatnya promosi adalah suatu bentuk komunikasi pemasaran”. Adapun yang dimaksud dengan komunikasi pemasaran adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, dan/atau mengingatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan. Selanjutnya Kotler (2002:41) menyatakan bahwa “Promosi adalah berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan yang menonjolkan keistimewaan-keistimewaan produknya yang membujuk konsumen sasaran agar membelinya”.

### 1.2. E-Marketing

Pengertian tentang *E-Marketing* menurut Armstrong dan Kottler (2004:74) adalah sebagai berikut: *E-Marketing is the marketing side of E-Commerce, it*

*consists of company efforts to communicate about, promote and sell Products and services over the internet.* Yang bisa diartikan sebagai berikut: *E-Marketing* adalah sisi pemasaran dari *E-Commerce*, yang terdiri dari kerja dari perusahaan untuk mengkomunikasikan sesuatu, mempromosikan, dan menjual barang dan jasa melalui internet.

Keuntungan yang dapat diberikan dengan adanya penggunaan *E-marketing* ini bagi perusahaan menurut Jamal (1996:18) yaitu:

- a. Mampu menjangkau berbagai konsumen dalam suatu lingkungan yang belum dipenuhi oleh pesaing.
- b. Target adalah konsumen yang telah terbagi ke dalam kelompok dan mengembangkan dialog berkelanjutan.
- c. Transaksi bisnis secara elektronik dan dengan biaya yang rendah. *Email* dan data *files* dapat dipindahkan kepada konsumen yang terpilih atau semua konsumen dalam hitungan detik.
- d. Jalur proses penjualan langsung dari produsen ke pengguna tanpa harus melewati jalur distribusi klasik.
- e. Dapat menambahkan produk untuk dipasarkan secara cepat dan melakukan perubahan dalam rencana penjualan dengan sangat cepat.
- f. Dapat melacak kegiatan penjualan yang sudah terjadi, langkah-langkahnya dan hasil yang didapat.
- g. Dapat mengawasi pesaing.
- h. Menciptakan dialog antara perusahaan dengan konsumen
- i. Dapat mendistribusikan program dan informasi tentang produk melalui *E-mail* atau file transfer.

### 1.3. Advertising

Periklanan merupakan bagian dari sebuah kehidupan manusia sehari-hari untuk mendapatkan informasi dari produk barang dan jasa. Dalam Sugiarto (2003) periklanan menurut *The American Marketing Assosiation* (AMA) adalah berbagai bentuk presentatif atau penyampaian pesan, ide-ide yang sifatnya non personal yang didasarkan pada pembayaran oleh sponsor yang diketahui identitasnya, sedangkan periklanan menurut tata karma dan Tata cara periklanan Indonesia (PPPI) adalah proses dalam kegiatan untuk menawarkan hasil produk atau jasa dengan melalui biro iklan atau menggunakan suatu media kegiatan yang meliputi proses perencanaan pesan sampai dengan penggunaan hasil penyampaian pesan tersebut, sedang pesannya dinamakan iklan.

Iklan berasal dari bahasa latin “*Adverte*” yang berarti megarahkan. Secara umum iklan biasa disebut sebagai suatu bentuk komunikasi yang dimaksudkan untuk mengintrepetasikan kualitas produk jasa dan ide-ide berdasarkan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dalam pengertian yang paling sederhana iklan adalah pesan atau penawaran suatu produk atau jasa yang ditujukan kepada khalayak lewat suatu media. Definisi iklan adalah setiap bentuk presensi non personal dan promosi gagasan barang atau jasa yang dibayar oleh sponsor tertentu, secara sederhana iklan didefinisikan oleh Rheinald Kasali sebagai pesan yang menawarkan suatu produk yang ditujukan kepada masyarakat lewat suatu media (Kasali, 1992:9).

Tujuan iklan yaitu untuk mengidentifikasikan produk dan membedakannya dengan produk lainnya. Jika pihak produsen belum dapat mengidentifikasi produknya dengan baik dan menunjukkan perbedaaan dan keunggulannya dari

produk lain maka konsumen memilih produk tersebut, iklan adalah sarana utama dalam pemasaran produk, jasa dan pemikiran. Intinya adalah menjual kepada konsumen.

Struktur baku sebuah iklan pada dasarnya tidaklah ada, tetapi kebanyakan setiap iklan dibentuk berdasarkan AIDA, yaitu *Attention, Interest, Desire, and Action*. Permasalahan pertama dalam periklanan adalah mendapat perhatian. Pesan dalam iklan mungkin penting tapi bila tidak ada konsumen yang melihatnya maka hal itu tidaklah berguna.

Pada hakekatnya iklan adalah komunikasi satu arah, dari pengusaha kepada calon konsumen. Suatu komunikasi dimana telah menghabiskan biaya cukup banyak dengan harapan agar imbalannya bagi kepentingan suatu usaha lebih besar sebagai timbal baliknya.

Manfaat iklan adalah sebagai berikut :

- Memperluas alternative.
- Membantu produsen menimbulkan kepercayaan bagi konsumen pada produknya.
- Iklan membuat orang kenal, ingat dan percaya pada produknya.

Di dalam memasang iklan juga perlu dipertimbangkan pihak-pihak lain yang mungkin berhubungan dengan iklan dan sasarannya.

Dengan demikian periklanan disusun dengan memperhatikan hal-hal sebagai berikut: (Soehardi Sigit 1987: 51-52)

- Para pembeli dan pembeli pada waktu sekarang.
- Mereka yang memiliki potensi untuk menjadi pembeli.
- Mereka yang mempunyai kekuasaan dalam memutuskan pembelian.
- Mereka yang akan menjadi pembeli atau pemakai di masa datang.

- Mereka yang dapat mempengaruhi orang lain untuk membeli.

Ada beberapa macam jenis-jenis iklan jika dilihat dari perkembangan jaman yaitu iklan konvensional dan iklan online atau biasa disebut dengan *e-commerce* (webvertising).

Iklan konvensional adalah jenis iklan yang sudah ada sejak pertama kali iklan digunakan. Contoh iklan konvensional adalah penyebaran pesan iklan yang menggunakan media televisi (Television Commercial), media radio, surat kabar, spanduk, *billboard*, selebaran, *flyers*, brosur, dan lain-lain, baik *above the line* maupun *bellow the line*.

Iklan konvensional hingga saat ini masih digunakan oleh perusahaan-perusahaan untuk mengiklankan produk mereka kepada para calon konsumennya. Karena iklan konvensional masih dianggap sebagai cara beriklan yang efektif dan efisien terutama beriklan di Indonesia.

Keuntungan dari iklan konvensional adalah :

- Iklan dapat diterima oleh semua lapisan masyarakat tanpa melihat latar belakang dari masing-masing orang.
- Iklan konvensional dapat menjangkau tempat-tempat yang terpelosok sekalipun.
- Masyarakat yang menerima eksposur dari iklan tidak perlu memiliki keahlian khusus.

Kelemahan dari iklan konvensional adalah :

- Iklan konvensional biasanya bersifat satu arah sehingga tidak dapat diketahui umpan balik atau akibat yang dihasilkan dari iklan tersebut secara cepat dan tepat.

- Biaya yang harus dikeluarkan untuk memproduksi dan menyebarluaskan iklan tidaklah murah dan tergolong mahal.

#### **1.4. Aplikasi**

Aplikasi berasal dari kata application yaitu bentuk benda dari kata kerja to apply yang dalam bahasa Indonesia berarti pengolah. Perangkat lunak aplikasi adalah suatu subkelas perangkat lunak komputer yang memanfaatkan kemampuan komputer langsung untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna. Biasanya dibandingkan dengan perangkat lunak sistem yang mengintegrasikan berbagai kemampuan komputer, tapi tidak secara langsung menerapkan kemampuan tersebut untuk mengerjakan suatu tugas yang menguntungkan pengguna. Contoh utama perangkat lunak aplikasi adalah pengolah kata, lembar kerja, dan pemutar media.

#### **1.5. PHP**

*PHP* adalah bahasa *server-side scripting* yang menyatu dengan HTML untuk membuat halaman web yang dinamis. Maksud dari *server-side scripting* adalah sintaks dan perintah-perintah yang diberikan akan sepenuhnya dijalankan di server tetapi disertakan pada halaman HTML. Pembuatan web ini merupakan kombinasi antara *PHP* sendiri sebagai bahasa pemrograman dengan HTML sebagai pembangun halaman web.

## 1.6. XAMPP

XAMPP adalah sebuah perangkat lunak yang di bagikan secara bebas dan mendukung banyak sistem operasi seperti Windows, Linux, Solaris, Dan Mac OS X. Fungsi dari aplikasi xampp sendiri adalah sebagai server yang berdiri sendiri atau biasa di sebut (localhost), yang terdiri atas program Apache HTTP Server, MySQL *database*, dan penerjemah bahasa yang ditulis dengan bahasa pemrograman PHP dan Perl. XAMPP juga memudahkan *user* menjalankan program PHP, didalamnya terdapat PHP, PHPMyAdmin dan web server Apache.

## 1.7. PHPMyAdmin

Menurut Alexander F.K Sibero (2011:376) phpMyAdmin adalah aplikasi web yang dibuat oleh phpmyadmin.net phpMyAdmin digunakan untuk administrasi *database* MySQL.

Menurut Bunafit Nugroho (2009:13) phpMyAdmin adalah aplikasi berbasis web yang dibuat dari pemrograman PHP dan diramu dengan JavaScript. phpMyAdmin juga dapat disebut sebagai tools yang berguna untuk mengakses ang ada *database* MySQL Server dalam bentuk tampilan web. Dengan adanya phpMyAdmin semua pekerjaan menjadi lebih muda, karena tanpa harus mengerti perintah-perintah dasar SQL, kita sudah dapat memanajemen *database* dan data di dalamnya.

## 1.8. Cascading Style Sheets (CSS)

CSS adalah suatu bahasa stylesheet yang digunakan untuk mengatur tampilan suatu dokumen yang ditulis dalam bahasa markup. Penggunaan yang

paling umum dari CSS adalah untuk memformat halaman web yang ditulis dengan HTML dan XHTML. Walaupun demikian, bahasanya sendiri dapat dipergunakan untuk semua jenis dokumen XML termasuk SVG dan XUL. Spesifikasi CSS diatur oleh World Wide Web Consortium (W3C).

CSS digunakan untuk menentukan warna, jenis huruf, tata letak, dan aspek tampilan dokumen. CSS digunakan terutama untuk memisahkan antara isi dokumen (yang ditulis dengan HTML atau bahasa markup lainnya) dengan presentasi dokumen (yang ditulis dengan CSS). Pemisahan ini dapat meningkatkan aksesibilitas isi, memberikan lebih banyak keleluasaan dan kontrol terhadap tampilan, dan mengurangi kompleksitas serta pengulangan struktur isi.

Pada perkembangannya CSS sudah masuk level 3 untuk sekarang, dimana dimulai CSS level 1 atau yang sering di sebut CSS aja, kemudian level 2 yang merupakan penyempurnaan dari CSS level sebelumnya, yaitu CSS level 1. CSS merupakan alternatif bahasa pemrograman web masa yang akan datang, dimana mempunyai banyak keuntungan, diantaranya :

1. Ukuran file lebih kecil
2. Load file lebih cepat
3. Dapat berkolaborasi dengan JavaScript
4. Pasangan setia XHTML
5. Menghemat pekerjaan tentunya, dimana hanya membuat 1 halaman CSS.
6. Mudah mengganti-ganti tampilan dengan hanya merubah file CSS nya saja.
7. Dan banyak lagi yang lainnya.

CSS3 merupakan generasi ke-3 dari perkembangan CSS sebelumnya. Jadi pada dasarnya, pengertian CSS3 sama saja dengan pengertian CSS generasi paling



awal. Hanya saja, beberapa standar baru untuk CSS3 menggantikan CSS2 dan mungkin akan membuat kiat dapat bereksplorasi lebih dalam lagi untuk membuat tampilan situs lebih menarik dan mulai meninggalkan situs yang membuat menunggu dengan loading yang lama.

Beberapa kelebihan yang ada pada CSS3 :

1. CSS3 bisa lebih detail untuk mendeklarasikan objek yang akan diberikan style. Contohnya di dalam objek `blockquote` bisa membuat (quote) di awal dan akhirnya menggunakan font lebih besar dari konten `blockquote` itu sendiri.
2. CSS3 kaya akan fitur untuk animasi dan efek untuk text atau objek, yang sebelumnya tidak bisa dilakukan oleh CSS2/CSS2.1, dan bisa menggantikan peran gambar. Standar web 2.0 atau situs interaktif dan efisien berdasar dari penggunaan CSS.
3. Dengan CSS3 situs akan bisa lebih berkembang dan bisa lebih interaktif lagi dengan pengunjung.
4. Bisa mengurangi ukuran file yang di-load dan lebih ringan, secara otomatis mengurangi bandwidth inbound/outbound situs.

CSS3 memiliki fasilitas untuk shadow dari suatu div layout, fitur transparansi, gradien warna pada border, warna pada teks yang diseleksi, fitur skala memperkecil atau memperbesar layout, kolom pada teks, dan fitur gradien pada background.

## 1.9. Wordpress

WordPress adalah sebuah aplikasi sumber terbuka (*open source*) yang sangat populer digunakan sebagai mesin *blog* (*blog engine*). WordPress dibangun

dengan bahasa pemrograman PHP dan basis data (*database*) MySQL. PHP dan MySQL, keduanya merupakan perangkat lunak sumber terbuka (*open source software*). Selain sebagai blog, WordPress juga mulai digunakan sebagai sebuah CMS (*Content Management System*) karena kemampuannya untuk dimodifikasi dan disesuaikan dengan kebutuhan penggunanya.

WordPress memiliki banyak keunggulan dan fitur untuk dunia blog, antara lain Gratis. Untuk mendapatkan perangkat lunak WordPress hanya perlu mengunduh dari situsnya tanpa dipungut biaya, bahkan untuk blog komersial sekalipun. Berbasis kode sumber terbuka (*open source*). Pengguna dapat melihat dan memperoleh barisan kode-kode penyusun perangkat lunak WordPress tersebut secara bebas, sehingga pengguna tingkat lanjut yang memiliki kemampuan pemrograman dapat bebas melakukan modifikasi, bahkan dapat mengembangkan sendiri program WordPress tersebut lebih lanjut sesuai keinginan.

*Template* atau desain tampilannya mudah dimodifikasi sesuai keinginan pengguna. Sehingga apabila pengguna memiliki pengetahuan HTML yang memadai, maka pengguna tersebut dapat berkreasi membuat *template* sendiri. Pengguna yang tidak mengerti HTML, tentu saja masih dapat memilih ribuan *template* yang tersedia di internet secara bebas, yang tentu saja gratis.