

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Media promosi menjadi salah satu elemen yang penting dalam melakukan pemasaran produk berupa barang maupun jasa, serta memiliki peranan yang cukup besar sebagaimana halnya bentuk promosi lain seperti *sales promotion*, *direct marketing*, *public relation*, *personal selling* maupun *publicity*.

Media promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk/jasa/image/perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas, sehingga dapat membantu meningkatkan penjualan dan memperluas jangkauan penjualan, media promosi juga sudah banyak di kenal di kalangan masyarakat sekarang ini dimana media tersebut dapat di buat dalam beberapa bentuk tergantung jenis medianya, seperti media cetak, media elektronik, dan media luar ruang.

Pengertian promosi menurut Michael Ray (dalam Morissan, 2010:16) adalah koordinasi dari seluruh upaya yang dimulai pihak penjual untuk membangun berbagai saluran informasi dan persuasi untuk menjual barang dan jasa atau memperkenalkan suatu gagasan.

Web merupakan salah satu saluran media promosi yang sudah tidak jarang lagi digunakan oleh perusahaan-perusahaan, web atau *website* dapat juga diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan beberapa

informasi, teks, gambar, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang terhubung melalui jaringan secara online, dimana saat ini untuk online sudah tidak susah dan tidak mahal, sehingga web bisa menjadi salah satu media promosi yang sangat menjanjikan saat ini, selain biaya pembuatan yang murah, web juga memiliki jangkauan yang sangat luas, Karena dapat di akses oleh seluruh orang yang terhubung dengan internet.

Kurang lebih sekitar 88,1 juta penduduk Indonesia dan sekitar 3,25 miliar penduduk di seluruh dunia yang menggunakan internet pada akhir bulan November 2015 kemarin menurut (<https://id.techinasia.com/talk/statistik-pengguna-internet-dan-media-sosial-terbaru-di-indonesia>), ini dapat menunjukkan seberapa banyaknya penduduk Indonesia yang menggunakan internet saat ini.

PT. Empat Putra Mandiri berdiri sejak tahun 2009 dan merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu percetakan dan desain, yang biasa di kenal dengan "Percetakan Joglo". Percetakan Joglo merupakan salah satu perusahaan percetakan di Yogyakarta yang melayani berbagai permintaan cetak dan desain baik itu skala kecil maupun besar. Dimana kepuasan konsumen selalu menjadi prioritas, oleh karena itu kecepatan, ketepatan dan profesionalisme merupakan prinsip Percetakan Joglo.

Dunia bisnis percetakan maupun desain di Yogyakarta sudah lumayan cukup marak, sehingga promosi untuk memperkenalkan dan untuk menarik pelanggan pun perlu dilakukan agar dapat bersaing dengan perusahaan lainnya, selama ini Percetakan Joglo jarang menggunakan media promosi, sarana komunikasi yang sebelumnya pernah dilakukan Percetakan Joglo yaitu dengan

mouth to mouth, direct marketing, serta personal selling dengan mendatangi perusahaan secara langsung.

Dengan permasalahan di atas maka perlu di buat media promosi berbasis web agar dapat meningkatkan penjualan serta dapat meningkatkan brand awareness kepada masyakat lebih luas dan khususnya masyarakat daerah Yogyakarta.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan diatas, maka dapat diuraikan perumusan masalah adalah bagaimana membuat Desain Website PT. Empat Putra Mandiri Sebagai Media Promosi?

1.3 Batasan Masalah

Agar penulisan laporan kerja praktik ini dapat lebih jelas dan terarah, maka penulis perlu membatasi permasalahan yang akan di bahas, serta di fokuskan kepada tampilan web yang ingin di desain untuk media promosi PT. Empat Putra Mandiri.

1.4 Tujuan

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjawab permasalahan diatas, yaitu tentang bagaimana membuat web desain sebagai media promosi PT. Empat Putra Mandiri.

1.5 Manfaat

1.5.1 Manfaat teoritis

Manfaat teoritis dari pembuatan web ini adalah agar laporan kerja praktik ini dapat digunakan sebagai acuan atau pedoman bagi penelitian-penelitian yang serupa berikutnya, dan mampu memperbaiki dan menyempurnakan kelemahan yang terdapat dalam penelitian ini

1.5.2 Manfaat praktis

Dengan dibuatnya *web* ini diharapkan dapat membuat PT.Empat Putra Mandiri menarik lebih banyak pengunjung, serta dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan.

1.6 Pelaksanaan

Pelaksanaan Kerja Praktik ini:

Periode Waktu : 1 Bulan

Hari dan Tanggal : Senin – Sabtu , 1 Agustus 2016 – 27 Agustus 2016

Tempat : PT Empat Putra Mandiri

Jl. Babaran No 62, Warungboto, Umbulharjo, Yogyakarta

1.7 Sistematika Penulisan

Dalam penyusunan laporan ini secara sistematis di atur dan di susun menjadi lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Adapun urutan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini membahas mengenai latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan, dan manfaat dari penelitian ini baik itu untuk teoritis ataupun praktik.

BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas gambaran perusahaan secara umum, baik dari profil perusahaan, pengenalan singkat, struktur perusahaan, dan beberapa produk-produk yang di buat atau di desain oleh perusahaan.

BAB III LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisikan teori-teori yang akan digunakan sebagai referensi dan dapat bermanfaat dalam proses pembuatan laporan.

BAB IV DESKRIPSI PEKERJAAN

Dalam bab ini membahas segala sesuatu yang dilakukan pada masa melaksanakan kerja praktik, hingga penjelasan hasil karya yang dirancang sesuai dengan permasalahan yang di angkat di bab sebelumnya.

BAB V PENUTUP

Dalam bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang didapat dari hasil membuat laporan kerja praktik ini