

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Begitu banyak macam media yang dapat digunakan sebagai media promosi saat ini, salah satunya adalah *website*. Sebuah media promosi sangat diperlukan dalam sebuah pemasaran produk. Media promosi dianggap mampu untuk menyampaikan produk kepada konsumen dengan dikemas sedemikian rupa yang memberikan efek ketertarikan konsumen. Dengan membuat media promosi yang berupa *website* di Al-Amanah Centre –Krian akan menimbulkan efek tertariknya pendaftar dan mulai dikenal atau lebih dikenalnya Al-Amanah Centre.

Pondok Pesantren Al-Amanah merupakan pesantren modern yang tidak hanya berfokus di bidang agama, akan tetapi juga berusaha hadir di tengah-tengah masyarakat sebagai sarana pendidikan yang berkualitas, yang tidak hanya mengedepankan satu sisi dan satu cara pandang tertentu. Semangat untuk berbenah diri dan berinovasi sebagai wujud kesyukuran keluarga besar Al-Amanah dalam mengemban amanat dan tugas kenabian dari Allah Tuhan Yang Maha Agung.

Seiring dengan berjalannya kegiatan yang ada di pesantren, Al-Amanah yang telah berdiri sejak tahun 1992 lalu. Sehubungan dengan hal tersebut, Al-Amanah membangun “Al-Amanah Center” sebagai penunjang kegiatan pendidikan yang ada.

Pada Al-Amanah Center terdiri dari beberapa divisi, dan masing-masing divisi mempunyai tugas spesifik yaitu :

- a. Jelajah Amanah, yang bergelut pada kegiatan traveling dan tour yang bertemakan pendidikan,
- b. Semesta Berdzikir, yang akan bergelut pada kegiatan keagamaan dan keilmuan baik yang bersifat rutin maupun tidak,
- c. Jejaring Alumni, yang akan menjaring dan mendata alumni dan keluarga besar Pesantren Modern Al-Amanah guna memberi bimbingan yang lebih mendalam.
- d. Riset pendidikan, yang akan lebih berkonsentrasi pada bidang pengembangan pendidikan. Dan,
- e. Al-Amanah Berkarya, bergerak dalam bidang pengembangan karya keluarga besar al-Amanah dalam rangka memperkaya khazanah keilmuan di dalamnya.

*Website* dianggap perlu apabila suatu perusahaan hendak mengenalkan dirinya kepada jaringan masyarakat yang lebih luas. Selain dapat dijadikan suatu media promosi, *website* juga dapat digunakan sebagai media interaktif antara perusahaan dengan konsumennya. Pada Al-Amanah Center ini dapat disimpulkan bahwa sebuah kantor yang baru berdiri, dan masih belum mempunyai *website*. Dengan adanya *website* tujuan yang akan dicapai adalah masyarakat luas akan mengetahui dan mengenal perusahaan Al-Amanah Center ini. Selain untuk memperkenalkan secara luas kepada masyarakat, media *website* dapat digunakan

secara interaktif, yaitu mempermudah khalayak untuk berhubungan dengan Al-Amanah Center.

Pentingnya *website* untuk perusahaan adalah, saat ini perkembangan dunia *online* sangat pesat. Masyarakat mulai sering mencari dan berbagi informasi melalui internet. Sehingga memiliki sebuah *website* menjadi sangat penting bagi perusahaan.

Dalam perancangan *website* diperlukan adanya perancangan desain visual dan konten yang akan digunakan dalam web tersebut. Untuk desain visual yang akan dipakai akan ditentukan sesuai dengan segmentasi konsumen dan juga sumber dana pada perusahaan tersebut, sehingga *website* yang akan dibuat menjadi efisien dan efektif. Perancangan desain visual dan rencana konten *website* ini merupakan dari hasil brainstorming dan briefing oleh direktur Al-Amanah Center, yang dimana sesuai dengan budget atau dana dan cukup efektif di masyarakat.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Dari uraian latar belakang diatas didapatkan sebuah rumusan masalah yaitu :

“Bagaimana merancang *website* Al-Amanah Center yang sesuai dengan karakter masyarakat? “

### 1.3 Batasan Masalah

1. Hanya merancang *website* yang sesuai dengan karakter masyarakat.
2. Hanya merancang *website* menggunakan aplikasi yang berbasis *content management service*.

### 1.4 Tujuan

Tujuan kerja praktik ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk merancang dan mempublikasikan sebuah *website* dengan desain yang sesuai dengan karakter masyarakat.
2. Untuk aplikasi yang digunakan adalah aplikasi web yang berbasis *content management service*.

### 1.5 Manfaat

#### 1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Memperoleh gambaran nyata tentang perusahaan sebagai bahan informasi untuk pengembangan dunia pendidikan.
2. Mengenalkan dan membiasakan diri terhadap suasana kerja sebenarnya sehingga dapat membangun etos kerja yang baik, serta sebagai upaya untuk memperluas cakrawala wawasan kerja.
3. Mengetahui berbagai teori dan teknik dalam perancangan dan publikasi sebuah *website* yang berbasis *content management service* sebagai bahan referensi mahasiswa yang bergerak di bidang desain web, khususnya Desain Komunikasi Visual.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

1. Perusahaan mempunyai sebuah *website* yang sesuai dengan briefing.
2. Perusahaan mempunyai sebuah template desain sehingga dapat diterapkan pada media lain.
3. Dikenalnya Al-Amanah Center oleh masyarakat.
4. Semakin dikenalnya pondok pesantren Al-Amanah.
5. Dapat mengaplikasikan teori dan teknik perancangan dan publikasi *website* berbasis *content management service*.

### 1.5 Pelaksanaan

Tempat : Al-Amanah Center

Alamat : Ruko Babadan Asri A2-A3 Junwangi, Krian,  
Sidoarjo, 61262

Telepon : +6231 72972992

Periode Kerja : 2 Juli 2012 s/d 2 Agustus 2012

### 1.6 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan merupakan acuan atau panduan dalam penulisan laporan kerja praktek di perusahaan, dimana sistematika penulisannya disusun dalam beberapa bab, yaitu sebagai berikut :

## **BAB I Pendahuluan**

Pada bab ini berisi tentang latar belakang permasalahan, inti dari permasalahan disebutkan pada perumusan masalah, batasan masalah yang menjelaskan tentang pembatasan masalah dari sistem yang dibuat agar tidak keluar dari ketentuan yang ditetapkan, tujuan dari penelitian ini diharapkan mendapatkan pengalaman dan hasil yang dicapai, manfaat yang akan diperoleh, informasi waktu pelaksanaan kerja praktek dan sistematika penulisan.

## **BAB II Tinjauan Pustaka**

Pada bab ini berisi konsep dasar atau teori-teori yang terkait dengan judul yang diambil penulis, dengan mengambil data - data dari buku – buku referensi yang berguna untuk memecahkan masalah di yang terjadi di dalam lembaga perusahaan Al-Amanah Center.

## **BAB III Metode Perancangan**

Pada bab ini memuat tentang metode apa saja yang akan dipakai atau digunakan didalam sebuah perancangan karya yang dapat berupa bagan perancangan maupun deskripsi.

## **BAB IV Gambaran Umum Perusahaan**

Pada bab ini membahas mengenai profil perusahaan secara umum mulai dari sejarah perusahaan, jenis bidang usaha, tempat atau lokasi perusahaan, hingga bidang–bidang lainnya yang berhubungan dengan kerja praktik.

**BAB V Implementasi Karya**

Bab ini merupakan hasil dari perancangan media promosi yang akan dibuat. Mulai dari konsep awal media promosi dan media apa saja yang dijadikan sebagai media promosi berdasarkan dari permasalahan yang dihadapi oleh Al-Amanah Center.

**BAB VI Penutup**

Pada bab ini berisi tentang kesimpulan dari perancangan yang dibuat terkait dengan tujuan dan permasalahan yang ada pada perusahaan Al-Amanah Center.

STIKOM SURABAYA