

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

PT Infomedia Nusantara merupakan sebuah perusahaan yang tergabung dalam Telkom Group. Perusahaan ini mengkhususkan diri dalam bidang media penerbitan dan iklan sehingga menjadi jembatan komunikasi antara produsen dan konsumen, serta menjadi saluran informasi bagi pelanggan telepon Telkom.

Sebagai perusahaan yang menyediakan jasa informasi terkemuka, PT Infomedia Nusantara terus berusaha untuk mengembangkan produk serta layanannya secara konsisten. PT Infomedia Nusantara menyediakan layanan bisnis yang jauh lebih untuk memenuhi seluruh kebutuhan pelaku bisnis akan informasi dan layanan komunikasi. Di samping itu juga PT Infomedia Nusantara mendedikasikan sumber daya manusia yang dimiliki, teknologi, kompetensi, pengalaman, serta kematangan dalam berusaha sehingga tercapai tujuannya. Tujuan PT Infomedia Nusantara adalah memberikan kemajuan bagi mitra usaha, konsumen, serta masyarakat luas pengguna produk dan jasa dari PT Infomedia Nusantara ini.

PT Infomedia Nusantara menjanjikan kualitas yang terbaik pada produk serta layanan terkemuka yang dapat menghubungkan konsumen dan dunia dalam hal informasi dan komunikasi. PT Infomedia Nusantara juga menawarkan layanan pembuatan media promosi berupa Web Development.

Media promosi sangat bermanfaat untuk menarik pelanggan, memberikan citra atau memperkenalkan konsumen kepada suatu produk atau pun perusahaan. Proses pembuatan media promosi memiliki beberapa tahapan. Mulai dari konsep media, tujuan media, pesan pokok iklan, desain *draft*, *layout design*, dan terakhir *final artwork*. Proses ini memerlukan waktu yang tidak sebentar dan memerlukan *brainstorming* antara kedua belah pihak yaitu *customer* dengan pihak PT Infomedia Nusantara (dalam hal ini adalah desainernya), setelah itu akan tercapai konsep media serta tujuan media. Setelah tercapainya konsep media dan tujuan media, desainer akan lebih mudah untuk masuk ke proses selanjutnya dan media promosi yang dihasilkan menjadi sangat efektif dan tepat sasaran. Tahapan tersebut juga dapat diterapkan dalam pembuatan *website*.

Perkembangan teknologi saat ini membuat manusia kini dapat melakukan sebagian besar aktivitasnya dengan cara *online*. Hal ini juga yang membuat *website* menjadi salah satu media promosi yang efektif. *Website* yang efektif dapat membawa pengaruh yang besar dalam berpromosi, misalnya calon konsumen dapat mengenal produk yang ditawarkan, tertarik dengan produk itu dan akhirnya membeli produk tersebut. Berpromosi melalui media *online* seperti *website* ini juga dapat menjangkau calon konsumen yang berada dimana pun dan tidak dibatasi oleh waktu. Berpromosi dapat dilakukan kapan pun karena *website* dapat diakses kapan saja (24 jam nonstop, terkecuali saat *maintenance*). Dengan media *website* ini dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen serta dapat meningkatkan penjualan.

PT Infomedia Nusantara sendiri lebih fokus dengan layanan Digital Media & Rich Content (DMRC) yang berupa panduan informasi bisnis Yellow Pages serta kurang memfokuskan dengan layanan Web Developmentnya. Padahal perusahaan ini telah membuat hampir lebih dari 700 website perusahaan-perusahaan di Indonesia, tetapi dapat dikatakan bahwa tenaga pengera *website* di perusahaan ini sangat kurang dan tidak sebanding dengan tuntutan banyaknya website pesanan *customer*. Perusahaan ini kekurangan tenaga *web designer* serta *web programmer*. Di sisi lain, banyak *customer* yang tertarik dengan pembuatan media promosi *online* yang berupa *website* ini. Oleh karena itulah diperlukannya tenaga *web designer* serta *web programmer* yang dapat meningkatkan kualitas produk PT Infomedia Nusantara (dalam hal ini adalah *website*) agar tidak terjadi keterlambatan dalam memenuhi pesanan *customer*.

Desain dan konten yang terdapat dalam sebuah *website* sangat mempengaruhi citra dari perusahaan yang berpromosi melalui *website* tersebut. Keseriusan sebuah perusahaan dalam berpromosi pun dapat dilihat dari tampilan *website* yang disajikan. Untuk itulah diperlukan pengeraan *website* yang maksimal guna membangun kepercayaan calon konsumen terhadap perusahaan yang bersangkutan (*customer* PT Infomedia Nusantara) serta memberikan kepuasaan kepada *customer* PT Infomedia Nusantara melalui kualitas maksimal dari *website* tersebut.

Hal-hal inilah yang menjadi acuan dalam penyusunan Laporan Kerja Praktek yakni dengan proyek pengembangan *website customer* Infomedia yang berbasis HTML.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat disimpulkan permasalahannya adalah sebagai berikut.

- a. Kurangnya tenaga *web designer* dan *web programmer* di PT Infimedia Nusantara yang membuat keterlambatan dalam penggerjaan pesanan *website* dari *customer*.

- b. Diperlukannya peningkatan kualitas *website* yang dibuat.

Maka disusunlah suatu perumusan masalah yaitu bagaimana mengembangkan *website customer* PT Infimedia Nusantara yang berbasis HTML sebagai upaya peningkatan kualitas *website* tersebut?

1.3 Batasan Masalah

Adapun batasan masalah yang dapat disusun dari uraian rumusan masalah tersebut adalah sebagai berikut.

- a. Pengembangan *website* hanya dilakukan pada *website customer* PT Infimedia Nusantara yang berbasis HTML.
- b. Desain yang digunakan hanya disesuaikan dengan karakteristik perusahaan (*customer*) serta produk yang ditawarkan.
- c. Konten *website* yang dibuat hanya berupa *profile* lengkap perusahaan, pengenalan produk, serta cara pemesanan melalui *e-mail*, tidak menyediakan form pemesanan.

1.4 Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan Kerja Praktek ini adalah untuk mengembangkan *website customer* PT Infomedia Nusantara yang berbasis HTML ini sebagai upaya peningkatan kualitas *website* tersebut.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diperoleh dari pelaksanaan Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut.

- a. Hasil laporan Kerja Praktek ini dapat menjadi referensi atau kajian teoritis khususnya dalam bidang perancangan *website* bagi mahasiswa Desain Komunikasi Visual.
- b. Hasil laporan Kerja Praktek ini dapat menjadi acuan bagi masyarakat khususnya pada bidang ilmu Desain Komunikasi Visual dalam hal perancangan *website* berbasis HTML.
- c. Meningkatkan upaya optimalisasi pelayanan dalam hal kualitas produk (dalam hal ini adalah *website*) bagi PT Infomedia Nusantara.
- d. Menerapkan ilmu dan teori-teori yang telah dipelajari selama mengikuti perkuliahan ke dalam aplikasi atau *project* nyata.
- e. Mengembangkan ilmu serta menambah wawasan baru yang sesuai dengan bidang Desain Komunikasi Visual.
- f. Sebagai pemenuhan nilai mata kuliah Kerja Praktek.

1.6 Pelaksanaan

Waktu pelaksanaan Kerja Praktek ini adalah sebagai berikut.

Periode Waktu : 1 bulan

Hari dan Tanggal : Senin – Jumat, 05 Juli 2012 – 05 Agustus 2012

Tempat : PT Infimedia Nusantara

Alamat : Gedung Graha Pena – Jawa Pos Lt. 1
Jl. Ahmad Yani No. 88
Surabaya 60234 Jawa Timur
Telp. (031) 829-6161

1.7 Sistematika Penulisan

Di dalam penyusunan laporan Kerja Praktek ini secara sistematis disusun dalam lima bab, yang masing-masing terdiri dari beberapa sub bab. Adapun urutan sistematika penulisan dari bab pertama sampai bab terakhir adalah sebagai berikut.

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan dari pembuatan *project*, manfaat yang diperoleh saat melaksanakan Kerja Praktek, waktu pelaksanaan Kerja Praktek, dan sistematika penulisan laporan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini membahas mengenai berbagai macam teori yang mendukung mengenai pengembangan *website customer* PT Infomedia Nusantara berbasis HTML sebagai upaya peningkatan kualitas dari *website* tersebut.

BAB III : METODE PERANCANGAN

Bab ini membahas mengenai metode atau teknik perancangan, dalam hal ini pengembangan *website customer* PT Infomedia berbasis HTML. Dalam bab ini juga menjelaskan tentang metodologi apa saja yang akan digunakan dalam proses pencarian data untuk memperkuat permasalahan.

BAB IV : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Bab ini membahas mengenai gambaran PT Infomedia Nusantara secara umum, sejarah PT Infomedia Nusantara disertai dengan visi dan misi, struktur organisasi PT Infomedia Nusantara, serta penjelasan tentang *corporate brand* dari PT Infomedia Nusantara.

BAB V : IMPLEMENTASI KARYA

Bab ini memuat serta menjelaskan tentang hasil karya yang dirancang sesuai dengan permasalahan yang diangkat dengan metode perancangan yang telah dijelaskan sebelumnya yaitu mengenai pengembangan *website customer* PT Infomedia Nusantara (disesuaikan juga dengan konsep yang telah ditentukan).

BAB VI : PENUTUP

Bab ini memuat kesimpulan yang diperoleh saat Kerja Praktek dalam mengerjakan *project* pengembangan *website customer* PT Infomedia Nusantara ini serta saran yang bersangkutan dengan bidang desain untuk meningkatkan dan mengembangkan desain dimasa yang akan datang.

STIKOM SURABAYA