

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman modern seperti saat ini teknologi sudah semakin maju dan semakin canggih, perubahan-perubahan peralatan yang semakin lama juga semakin maju, termasuk kemajuan pada bidang informasi dimana dahulu jika kita ingin menyampaikan informasi kepada rekan atau kerabat yang tempatnya berada jauh kita masih menggunakan surat untuk menyampaikannya sekarang kita hanya menggunakan telepon atau sms kita dapat menyampaikan pesan atau informasi tanpa harus beranjak dari rumah.

Di era informasi yang sedang berkembang dengan cepat dan pesat dewasa ini, memungkinkan setiap individu atau kelompok menerima, menyerap dan mengkaji segala sesuatu yang terjadi dengan cepat yang berasal dari belahan dunia yang sangat luas. Hal ini tentu akan berpengaruh terhadap perilaku manusia yang cenderung ingin mendapatkan segalanya dengan cepat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginannya dalam kapasitas memuaskan, baik dalam pemenuhan informasi, teknologi bahkan pemenuhan akan tersedianya kebutuhan hidup sehari-hari, termasuk informasi yang dimana kita dapat menyampaikan apa yang ingin kita beritahukan kepada orang lain.

Contohnya adalah website, website merupakan bukti kemajuan teknologi di bidang informasi yang lebih mudah diakses oleh para konsumen tanpa harus

beranjak jauh atau datang ke perusahaan untuk mendapatkan informasi, website juga dapat dibuka dimana saja dan kapan saja, jika perusahaan ingin memberikan informasi atau update terbaru para admin hanya tinggal meng-upload dan para pelanggan dapat men-update informasi yang diperlukan

Jika kita memiliki suatu usaha atau bisnis tentu kita ingin usaha atau bisnis kita dikenal oleh orang lain, sehingga kita dapat mendapatkan konsumen, semua itu bisa kita capai dengan informasi, dimana kita dapat memberi tahu kepada masyarakat kelebihan produk kita, kelebihan usaha kita, mengapa harus memilih kita, dan juga untuk menarik minat beli konsumen.

Minat beli merupakan bagian dari komponen perilaku dalam sikap mengkonsumsi. Menurut Kinnear dan Taylor (1995; dalam Sukmawati dan Durianto, 2003) minat membeli adalah merupakan bagian dari komponen perilaku konsumen dalam sikap mengkonsumsi, kecenderungan responden untuk bertindak sebelum keputusan membeli benar-benar dilaksanakan.

Pembelian ulang (repeat purchase) menurut Peter & Olsen (2002) adalah : Kegiatan pembelian yang dilakukan lebih dari satu kali atau beberapa kali. Kepuasan yang diperoleh seorang konsumen, dapat mendorong ia melakukan pembelian ulang (repeat purchase), menjadi loyal terhadap produk tersebut ataupun loyal terhadap toko tempat dia membeli barang tersebut sehingga konsumen dapat menceritakan hal-hal yang baik kepada orang lain.

Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan

mempertahankan pelanggan (Levitt, 1987). Dalam menghadapi lingkungan persaingan yang semakin kuat dan ketat, setiap perusahaan dituntut harus mampu mengoptimalkan sumber daya ekonominya guna meningkatkan daya saing produknya di pasar, serta mampu meramu strategi pemasaran yang efektif dan selalu mengembangkan strategi pemasaran tersebut secara terus-meneru, termasuk dalam mempromosikan perusahaan kepada konsumen agar para konsumen dapat mengetahui kelebihan perusahaan kita dibanding dengan perusahaan lainnya hal ini dilakukan dikarenakan persaingan antar perusahaan yang sangat ketat

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang diatas maka dapat diketahui permasalahan yang ada yaitu:

1. Bagaimana membuat desain layout website Lookatme Advertising?
2. Bagaimana membuat desain layout website dengan minimalis?

1.3 Batasan Masalah

Supaya kendala-kendala yang dirumuskan diatas dapat terselesaikan dan tidak menyimpang jauh dari lingkup permasalahan, maka dipandang perlu adanya pembatasan dalam pembahasannya. Dalam pemaasan ini penulis perlu membatasi permasalahan sebagai berikut :

1. Membuat desain layout website Lookatme dengan tampilan minimalis dan menggunakan ilustrasi 2D.
2. Membuat desain layout website yang minimalis dengan cara mengurangi konten-konten yang tidak perlu dan menggantinya dengan ilustrasi.

1.4 Tujuan

1. Website ini nantinya dapat dimaksimalkan untuk memberikan informasi tentang perusahaan
2. Website ini dapat dijadikan media untuk menunjang kegiatan promosi perusahaan

1.5 Manfaat

Manfaat Teoritis

1. Diharapkan melalui laporan ini dapat dijadikan sebagai sarana referensi untuk mahasiswa lain yang ingin membuat layout media promosi yang sama

Manfaat Praktis

1. Sebagai sarana untuk mengimplementasikan ilmu yang didapat selama belajar di S1 Desain Komunikasi Visual STIKOM Surabaya.
2. Dapat dijadikan sarana untuk membantu mempromosikan jasa-jasa perusahaan dan memudahkan pelanggan untuk mencari informasi tentang jasa-jasa yang dimiliki. Selain itu juga bertujuan untuk meningkatkan minat konsumen.

1.6 Sistematika Penulisan

Laporan kerja ini terbagi dari beberapa bab, dimana masing-masing bab terdiri dari sub-sub bab yang bertujuan dapat menjelaskan pokok-pokok bahasan

dalam menyusun laporan ini. Adapun sistematika penulisan laporan ini adalah sebagai berikut :

1. Bab I Pendahuluan

Dalam bab ini diuraikan tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan, kontribusi, dan sistematika penulisan.

2. Bab II Tinjauan Pustaka

Bab ini berisi tentang konsep atau teori yang menunjang bidang yang dijadikan kerja praktik. Misalnya, company profil, gambar ilustrasi, layout website, video profil, dan sebagainya.

3. Bab III Metode Perancangan

Bab ini berupa metode atau teknik perancangan karya. Sebaiknya berupa deskripsi dan bagan perancangan.

4. Bab IV Gambaran Umum Perusahaan

Bab ini berisi tentang profil perusahaan secara umum, mulai dari sejarah singkat perusahaan, bergerak di bidang apa, tempat atau lokasi perusahaan, hingga bidang yang berhubungan dengan kerja praktik

5. Bab V Implementasi Karya

Bab ini merupakan hasil rancangan selama kerja praktik di perusahaan, berdasarkan permasalahan dan metode perancangan yang telah diuraikan sebelumnya

6. Bab VI Penutup

Dalam bab ini penulis mengemukakan kesimpulan dan saran dari kerja praktik.

STIKOM SURABAYA

STIKOM SURABAYA