

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di Indonesia setiap daerah memiliki ciri yang berbeda antara satu dengan yang lainnya, Seperti ciri khas dari budaya yang ada di Indonesia, percampuran budaya atau budaya daerah setempat. Desain yang diterapkan untuk bagian interior kebanyakan disesuaikan dengan tradisi dan pengetahuan masyarakat mengenai seni dan budaya setempat. Seni dan budaya yang mereka anut juga banyak diaplikasikan pada hampir semua komponen kehidupan mereka sehari-hari. Dalam hal ini kaitan antara pengetahuan seni dan budaya yang terlihat pada hasil kerajinan tangan pada benda-benda yang dipergunakan sehari-hari yang akan berpengaruh pada desain interior ruangan pada hunian mereka. Tingkat ekonomi masyarakat Indonesia kian meningkat tahun demi tahun dan itu membuat permintaan jasa desain interior berkembang cukup besar.

Kirah interior merukan perusahaan lokal yang fokusnya dibidang jasa desain interior khususnya Kitchen set, meja kantor, aquarium, rak display, etalase, konter, ruang keluarga, ruang tamu, kamar tidur, butik, distro, resepsionis, dan furniture yang sesuai dengan keinginan. Kirah Interior Sudah berdiri sejak tahun 2016 dan memiliki kantor di jalan Pandan 8 No 8a, Baturan, kecamatan Colomadu , Jawa Tengah. Kirah Interior juga menerima pesanan secara online untuk konsumen di luar kota melalui *whatsapp*. Selain melalui

whatsapp Kirah interior juga menggunakan instagram, brosur dan katalog sebagai media promosi. Namun konsumen harus melihat katalog melalui *whatsapp* atau bisa langsung ke kantor untuk melanjutkan proses penesanan dan mendapatkan total harga. Karena semua katalog di berikan melalui *whatsapp* dirasa kurang efektif dikarenakan sistem yang digunakan membutuhkan cukup banyak waktu.

Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Biasanya produk yang sedang dipromosikan akan diletakkan pada beberapa media promosi untuk menyebarkan informasi dan menarik pelanggan. Pemilihan media promosi tidak boleh sembarangan, mengingat ini akan berpengaruh pada tingkat keberhasilan promosi.

Saat ini media promosi yang sering digunakan oleh pengusaha pada umumnya seperti reklame, videotron, koran, majalah, media online, social media, sharing media, radio, tv, event, kendaraan dan aplikasi. Masyarakat saat ini cenderung memilih media yang lebih mudah simpel dan cepat dalam mengaksesnya seperti media online dan social media. Perkembangan teknologi telah merubah segalanya termasuk dalam bidang bisnis. Namun ini sangat menjadi kemudahan untuk melancarkan proses jual beli. Beriklan melalui media internet ini biasanya melalui banner website dan juga program iklan berbayar lainnya seperti Google Ads dan Facebook Ads. Selain itu juga dapat melakukan kegiatan promosi dengan memanfaatkan media sosial. Ini juga

termasuk dalam promosi media internet. Melakukan kegiatan promosi seperti ini juga terbilang efektif. Sebab, saat ini internet mendominasi kegiatan semua orang. Tidak hanya orang dewasa saja, melainkan anak-anak dan remaja juga menggantungkan hari-hari mereka dengan internet.

Kirah interior pada akhir tahun 2019 membuat website dengan domain <https://kirahinterior.wixsite.com/kirahinterior>. website tersebut digunakan hanya sebagai blog yang berisi informasi kontak dan gallery produk yang pernah dibuat. website <https://kirahinterior.wixsite.com/kirahinterior> memiliki desain *user interface* yang kurang menarik. website ini sudah nonaktif dikarenakan konsumen yang malas berkunjung ke website tersebut. website yang berupa blog tidak bisa berkembang jika dijadikan media promosi yang bagus. Berbeda dengan jasa serupa seperti Ikea, Dekoruma, dan Fabelio yang sudah menggunakan website untuk kebutuhan promosi, interaksi dengan client serta transaksi. Sistem transaksi pada website menjadi daya tarik bagi konsumen untuk mengunjungi website yang juga berisi unsur promosi.

website adalah halaman informasi yang disediakan melalui jalur internet sehingga bisa diakses di seluruh dunia selama terkoneksi dengan jaringan internet. Website merupakan komponen atau kumpulan komponen yang terdiri dari teks, gambar, suara animasi sehingga lebih merupakan media informasi yang menarik untuk dikunjungi. Usaha atau jasa tentunya memerlukan website yang berkarakter dan mudah di pahami dengan tampilan user interface yang mudah dipahami dengan kemudahan website yang dapat

diakses dimanapun dan kapanpun serta dapat menjangkau konsumen yang lebih luas.

User Interface merupakan tampilan visual sebuah produk yang menjembatani sistem dengan pengguna (*user*). Tampilan *user interface* dapat berupa bentuk, warna, dan tulisan yang didesain semenarik mungkin. Secara sederhana, *user interface* adalah bagaimana tampilan sebuah produk dilihat oleh pengguna sehingga dapat menjadikan website tersebut sebagai media promosi yang menarik. Tampilan *user interface* dirancang dengan desain beberapa aspek, mulai dari *layout*, gambar logo, pemilihan warna yang sesuai, *typography* yang mudah dibaca dan hal lainnya untuk mempercantik tampilan. Tidak hanya harus menarik, tampilan *user interface* juga harus disesuaikan dengan berbagai perangkat agar pengguna mudah dan nyaman menggunakan website tersebut.

Desain *user interface* merupakan elemen visual sistem produk. Hal itu termasuk desain layar, tombol, ikon, gambar, teks, dan semua elemen visual lainnya berperan sebagai jembatan produk dengan pengguna. *User interface* pada sebuah produk baik aplikasi maupun website menjadi sangat penting karena dengan *user interface* pengguna bisa berinteraksi dengan produk tersebut. Tampilan *user interface* yang baik pastinya akan memudahkan interaksi pengguna dengan produk. Jika interaksi pengguna berjalan baik, kebutuhan dan tujuan pengguna menggunakan produk dapat terpenuhi, selain

penting untuk interaksi dan pertumbuhan bisnis, tampilan *user interface* juga bisa menjadi ciri khas sebuah produk.

Perancangan desain website *user interface* merupakan cara yang efektif untuk usaha jasa desain interior Kirah Interior sebagai media promosi sekaligus melayani pesanan produk secara online. Proses dan tampilan manual yang sebelumnya akan lebih mudah dan cepat jika penjualan dilakukan dalam sebuah website. Keunggulan dari *user interface* untuk meningkatkan kepuasan pengguna dengan meningkatkan kegunaan dan aksesibilitas halaman website. Desain *user interface* tidak hanya berfokus pada estetika tetapi juga memaksimalkan daya tanggap, efisiensi, dan aksesibilitas website. Saat ini sebagian besar bisnis mengakui bahwa antarmuka pengguna yang baik sangat penting untuk membangun loyalitas pelanggan dan pengakuan brand atau merek pelanggan tidak hanya menikmati produk yang dirancang dengan baik namun mereka juga mengharapkan dapat menarik minat pelanggan. Desain *user interface* yang bagus tentunya dapat menarik para pengunjung mempertahankan pelanggan, dan dapat memfasilitasi hubungan antara pengguna dan pembisnis.

B. Rumusan Masalah

Setelah mengetahui dan menyimpulkan latar belakang masalah, maka didapat perumusan masalah diantaranya sebagai berikut :

1. Bagaimana konsep perancangan desain *user interface* website Kirah Interior?

2. Bagaimana merancang *user interface* website pada Kirah Interior sebagai media promosi yang baik?

C. Tujuan

Kemudian perumusan masalah yang sudah ditentukan, langkah berikutnya adalah tujuan perancangan,

1. Untuk membuat konsep desain *user interface* website sebagai media promosi Kirah Interior.
2. Untuk mempermudah pelanggan untuk mengakses website Kirah Interior.

D. Manfaat Perancangan

1. Bagi Mahasiswa

Dapat menjadi referensi dalam merancang *user interface* website sebagai media promosi sebuah bisnis.

2. Bagi Produsen

Perancangan *user interface* website dapat menjadi brand image dan dapat mempermudah proses transaksi dalam pembelian online.

3. Bagi Konsumen

Akses informasi mengenai Kirah Interior lebih mudah, proses pembelian secara online menjadi lebih mudah, praktis, cepat, dan dapat diakses kapanpun dan dimanapun.

E. Tinjauan Pustaka

Ada beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya dan memiliki keterkaitan dengan penelitian yang disusun oleh penulis kali ini

Perancangan pertama adalah Tugas Akhir dari Rini Sulistyawati, jurusan desain komunikasi visual 2021 dengan judul Perancangan User Interface (UI) Pada Aplikasi Storiette Surakarta. Perancangan ini membahas tentang desain user interface (UI) pada aplikasi storiette. Desain ini dikemas dengan menggunakan tema flat desain, dimana tema ini akan menampilkan karakteristik desain yang bersih dan penyampaian pesan pada desain interface harus jelas agar pengguna dapat mengenali ciri khas aplikasi storiette dengan menggunakan tema flat desain ini dapat digunakan sebagai acuan bagi developer atau pengembang untuk merealisasikan menjadi sebuah aplikasi dan dapat diterima masyarakat. (sumber: Rini Sulistyawati, 2021. *Perancangan User Interface (UI) Pada Aplikasi Storiette Surakarta*. Surakarta: Universita Sahid Surakarta)

Perancangan kedua adalah Tugas Akhir dari Hatri Susi, jurusan program studi teknik multimedia jaringan politeknik negeri batam 2017. Dengan judul “perancangan desain website sebagai media promosi bandung karate club kota batam” Perancangan desain ini bertujuan untuk menciptakan desain *website* Bandung Karate Club Kota Batam. Manfaat media promosi ini untuk memperkenalkan Bandung Karate Club Kota Batam kepada masyarakat luas. Perancangan website ini melalui analisis S.W.O.T analysis: Strength (Kekuatan), Weakness (Kelemahan), Opportunities (Peluang), Threats (Ancaman) terhadap penentuan ide layout, rough layout, dan final design. Perancangan desain ini dimulai dengan konsep, media, ide, data, serta

divisualisasi. Ada tiga perancangan desain yang dibuat berdasarkan konsep eksklusif, berani dan elegant. Pengurus Bandung Karate Club Kota Batam memilih konsep elegant. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan dengan metode kuantitatif terhadap 30 orang pada setiap desain, responden memilih desain yang memiliki konsep elegant. Hasil desain yang ketiga bisa dijadikan desain *website* Bandung Karate Club Kota Batam karena berdasarkan hasil survey responden desain ketiga bisa diterima oleh masyarakat. (sumber:<https://repository.polibatam.ac.id/view?id=2653>)

Perancangan ketiga adalah Tugas Akhir Fauzan Sahri Ramadhan, jurusan program studi Desain Komunikasi Visual, Universitas Sebelas Maret Surakarta 2012. Dengan judul “Perancangan *Website* Tonijack’s Sebagai Media Promosi” tersebut membahas perancangan sebuah promosi baik produk maupun jasa harus memperhatikan kapan, dimana dan bagaimana produk jasa tersebut disajikan dan akan di tampilkan. Perancangan website Tonijack’s di kota Solo ini dibuat dengan tema yang simple dan global dengan segmentasi pasar yang memiliki kriteria khusus. Karena tidak dapat dipungkiri bahwa media promosi *website* memiliki jangkauan penyebaran yang luas, hal ini juga disesuaikan dengan segmentasi perancangan yang ingin menjangkau beberapa segmentasi khusus. Perancangan media promosi berupa *website* ini diharapkan dapat mewujudkan tujuan awal yaitu memperkenalkan brand image dari Tonijack’s yang ada di kota Solo beserta produk yang di tawarkan sebagai *fast food* local dengan kualitas internasional.

(sumber:<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/27155/Perancangan-Website-Tonijacks-Sebagai-Media-Promosi>)

Perbedaan dari tugas akhir pertama dan kedua adapun banyak persamaan dari cara mempromosikan sebuah barang atau jasa yaitu menggunakan web desain sebagai salah satu media promosi yang dapat diakses masyarakat dengan mudah namun dari beberapa kesamaan, perancangan user interface website sebagai media promosi kirah interior yang dibuat memiliki ciri khas yang membedakan karya dari kedua tugas akhir yang digunakan sebagai referensi. Adapun perbedaan yang paling utama yaitu karakter dan konsep desain dari media promosi desain web yang digunakan dengan tampilan yang simpel tidak begitu banyak ornamen, tampilan yang clean sehingga kesan elegan yang di inginkan tersampaikan dengan baik agar lebih menarik masyarakat namun juga web harus dapat diakses dengan cepat dan mudah untuk dimengerti.

F. Landasan Teori

1. Perancangan

Pengertian perancangan menurut bin Ladjamudin (2005:39) “Perancangan adalah tahapan perancangan (design) memiliki tujuan untuk mendesain sistem baru yang dapat menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan yang diperoleh dari pemilihan alternative sistem yang terbaik”.

Pengertian perancangan Menurut Pressman (2010), “perancangan adalah langkah pertama dalam fase pengembangan rekayasa produk atau sistem. Perancangan itu adalah proses penerapan berbagai teknik dan prinsip yang bertujuan untuk mendefinisikan sebuah peralatan, satu proses atau satu sistem secara detail yang membolehkan dilakukan realisasi fisik”.

Perancangan menurut Kusrini dkk (2007:79) “Perancangan adalah proses pengembangan spesifikasi sistem baru berdasarkan hasil rekomendasi analisis sistem”.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa perancangan merupakan suatu proses pengembangan sistem yang baru untuk menyelesaikan masalah-masalah yang dihadapi perusahaan.

Manfaat dari teori ini untuk mengetahui dan memahami apa makna dari perancangan itu sendiri agar tidak salah dalam memberi gambaran bagaimana perancangan tugas akhir ini dibuat

2. Website (Web)

a. Pengertian Website

World Wide Web atau WWW atau juga dikenal dengan WEB adalah salah satu layanan yang didapat oleh pemakai computer yang terhubung ke internet. Web ini menyediakan informasi bagi pemakai computer yang terhubung ke internet dari sekedar informasi “sampah” atau informasi yang tidak berguna sama sekali sampai informasi yang serius; dari informasi yang gratisan sampai informasi yang komersial.

Website atau situs dapat diartikan sebagai kumpulan halaman-halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar diam atau gerak, animasi, suara, dan atau gabungan dari semuanya itu baik yang bersifat statis maupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait dimana masing-masing dihubungkan dengan jaringan-jaringan halaman.

Menurut Hidayat (2010) Website adalah kumpulan halaman yang digunakan untuk menampilkan informasi teks, gambar, animasi, suara atau gabungan dari semuanya, baik yang bersifat statis ataupun dinamis yang membentuk satu rangkaian bangunan yang saling terkait, yang masing masing dihubungkan dengan jaringan jaringan halaman.
Hidayat:2010

Menurut Yeni Susilowati (2019) Website adalah sejumlah halaman web yang memiliki topik saling terkait antara halaman yang satu dengan halaman lain, yang biasanya ditempatkan pada sebuah server web yang dapat diakses melalui jaringan internet ataupun jaringan wilayah lokal (LAN).

Menurut Yuhefizar, Web adalah suatu metode untuk menampilkan informasi di internet, baik berupa teks, gambar, suara maupun video yang interaktif dan mempunyai kelebihan untuk menghubungkan (link) satu dokumen dengan dokumen lainnya (hypertext) yang dapat diakses melalui sebuah browser.

b. Sejarah Website

Website pertama di dunia lahir di tahun 1991 pada tanggal 6 Agustus oleh Tim Berners-Lee. Ia adalah seorang ahli komputer dari Inggris yang bekerja di laboratorium fisika Swiss. Pada awalnya, website itu dibuat untuk memudahkan para peneliti untuk saling bertukar informasi.

Namun, siapa yang menyangka bahwa kejadian sederhana ini akan menjadi sebuah lompatan besar pada sistem komunikasi seluruh umat manusia. Tonggak berdirinya sejarah website secara terbuka adalah pembuatan website bernama Mosaic oleh NCSA tahun 1993. Setelah itu, CERN, sebagai laboratorium tempat Tim Berners-Lee bekerja, membantu membuat perangkat lunak web itu secara cuma-cuma.

Seiring berjalannya waktu, website semakin berkembang karena sifatnya yang open source. Di akhir tahun 1993, terdapat lebih dari lima ratus situs website. Sebagai perbandingan, di akhir tahun 2018, jumlah situs website yang tercatat ialah 1,94 miliar di seluruh dunia dengan jumlah pengguna internet sebanyak 41 miliar jiwa.

c. Fungsi website

Website dibuat dengan pelbagai macam alasan. Namun, alasan yang paling utama dan menjadi alasan website dibuat untuk pertama kalinya dalam sejarah adalah untuk saling bertukar informasi.

Manfaat website di zaman sekarang juga sudah meluas, bukan hanya sekadar wadah bertukar informasi. Website sudah menjadi semacam alat komunikasi yang cukup penting melalui media sosial. Media sosial membawa pengaruh yang cukup besar pada kehidupan manusia di mana definisi interaksi tidak hanya terjadi secara tatap muka. Media sosial telah membuat perombakan besar tentang definisi interaksi sosial.

Media sosial juga berfungsi sebagai personal branding. LinkedIn adalah salah satu contoh media sosial yang bergerak di bidang ini. Mulai dari portofolio kerja sampai hasil karya seni, semuanya bisa dibagi di media sosial. Website juga menjadi semacam sarana hiburan dan edukasi yang murah. Contoh mudahnya adalah media YouTube yang kini sedang menjamur di Indonesia. Untuk pengusaha dan pebisnis, website sangat bermanfaat sebagai media untuk mempromosikan produknya. Dengan adanya website, informasi mengenai produk barang atau jasa miliknya dapat disebarluaskan dengan mudah tanpa biaya yang tinggi.

Selain untuk media promosi, website juga bisa menjadi alat menghasilkan uang. Baik melalui website pribadi maupun media sosial, Anda dapat mendaftarkannya ke bagian Google AdSense untuk saling berafiliasi. Konsep kerjanya cukup mudah, yakni Anda akan

mendapatkan komisi jika ada pengunjung yang membeli barang lewat iklan google di website Anda.

d. Jenis website

1. Website Statis

Website jenis ini memiliki tampilan yang tetap, tidak berubah-ubah. Jika pemilik website ingin mengubah tampilan, hal itu harus dilakukan dengan cara mengedit kode website-nya secara manual. Contoh website yang termasuk di dalam golongan jenis ini adalah Google. Biasanya, website statis memang dimiliki oleh perusahaan di mana mereka menampilkan informasi seperti profil perusahaan di halaman awal.

2. Website Dinamis

Website jenis ini adalah halaman web yang menampilkan perubahan secara terus-menerus, sesuai dengan konten yang diunggah. Biasanya, website dinamis memiliki tampilan yang cantik, kolom komentar, dan live chatting. Beberapa contoh website dinamis adalah blog, situs belanja daring, dan situs berita.

3. Website Interaktif

Website ini adalah jenis halaman web yang memang dirancang untuk saling berinteraksi di antara penggunanya. Contoh dari website jenis ini adalah media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.

e. Unsur-unsur website

Website ini adalah jenis halaman web yang memang dirancang untuk saling berinteraksi di antara penggunanya. Contoh dari website jenis ini adalah media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram.

1. Nama Domain

Nama domain adalah sebuah nama unik yang menjadi identitas sebuah website. Domain juga dapat disewa dari perusahaan pengelola domain internet.

2. Web Hosting

Komponen yang kedua adalah web hosting. Ini adalah tempat penyimpanan data dari sebuah website. Misalnya saja Anda memiliki blog pribadi yang sudah di-upgrade ke top level domain. Database informasi yang Anda terbitkan di halaman web Anda, baik itu berupa tulisan, video, maupun gambar, semuanya disimpan di sebuah web hosting.

3. Konten

Tanpa konten, sebuah website akan menjadi sia-sia. Konten merupakan daya tarik dari sebuah website agar traffic jumlah pengunjung menjadi tinggi. Konten yang menarik menjadi syarat utama sebuah website agar ramai dikunjungi oleh pengguna internet.

3. Desain Interior

Desain interior merupakan ilmu yang mempelajari tentang rancangan ruangan bagian dalam. Menurut Suptandar (1995: 11). Desain interior berarti suatu sistem atau cara pengaturan ruang dalam yang mampu memenuhi persyaratan kenyamanan, keamanan, kepuasan kebutuhan fisik dan spiritual bagi penggunanya tanpa mengabaikan faktor estetika. D.K. Ching (1995) menambahkan bahwa desain interior adalah merencanakan, menata, dan merancang ruang – ruang interior dalam bangunan, yang berfungsi untuk memenuhi kebutuhan dasar akan sarana untuk bernaung dan berlindung, menentukan sekaligus mengatur aktivitas, memelihara aspirasi dan mengekspresikan ide, tindakan serta penampilan, perasaan, dan kepribadian.

Hal senada juga diungkapkan oleh Dodsworth (2009: 8) desain interior bertujuan untuk membuat manusia sebagai pemakai ruang dapat beraktifitas dalam ruangan tersebut dengan efektif dan merasa nyaman pada ruangan tersebut. Sementara itu, Alexanser mengatakan bahwa desain interior adalah komponen fisik yang tepat dai suatu struktur fisik *The American Society of Interior Designers (ASID)*.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa desain interior adalah seorang yang terlatih secara profesional untuk menciptakan lingkungan interior yang fungsional dan berkualitas. Karena telah terqualifikasi melalui pendidikan, pengalaman dan ujian, seorang desainer

interior dapat mengidentifikasi, meneliti dan secara kreatif memecahkan permasalahan dan mengarahkan perancangan menuju lingkungan fisik yang sehat, aman dan nyaman.

4. Media Promosi

a. Media

Pengertian Media menurut Purnamawati dan Eldarni (2001 : 4), Media merupakan segala sesuatu yang dapat digunakan untuk menyalurkan pesan dari pengirim ke penerima sehingga dapat merangsang pikiran, perasaan, perhatian dan minat siswa sedemikian rupa sehingga terjadi proses belajar. Gerlach dan Ely (1971), menjelaskan bahwa Media apabila dipahami secara garis besar adalah manusia, materi, atau kejadian yang membangun kondisi yang membuat siswa mampu memperoleh pengetahuan, keterampilan, atau sikap. Selain itu, AECT (Association of Education and Communication Technology, 1977) memberi batasan tentang media sebagai segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan atau informasi. Dijabarkan juga oleh Djamarah (1995 : 136), Media adalah alat bantu apa saja yang dapat dijadikan sebagai penyalur pesan guna mencapai Tujuan pembelajaran”. Media menurut pengertian kamus adalah sebuah alat, sarana komunikasi, penghubung, atau yang terletak diantara dua pihak. Media memiliki beragam pengertian, karena adanya perbedaan sudut pandang, maksud, dan tujuan.

b. Promosi

Suatu perusahaan banyak aktivitas yang dilakukan tidak hanya menghasilkan produk atau jasa, menetapkan harga, dan menjual produk atau jasa, tetapi banyak aktivitas lainnya yang saling berkaitan satu dengan lainnya. Salah satunya adalah promosi, kegiatan promosi adalah salah satu bagian dari bauran pemasaran perusahaan, yang isinya memberikan informasi kepada masyarakat atau konsumen tentang produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Tidak hanya itu, kegiatan promosi merupakan kegiatan komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan atau konsumen. Perusahaan dewasa ini menganggap bahwa promosi merupakan bagian penting dari pemasaran, karena pihak perusahaan berharap dengan promosi yang dilaksanakan secara efektif dapat meningkatkan kualitas produk atau jasa perusahaan sesuai dengan target penjualan yang telah ditetapkan dan dapat bersaing dengan perusahaan lain yang menghasilkan produk atau jasa yang sejenis. Dengan pandangan demikian perusahaan berharap dengan dilaksanakannya kegiatan promosi secara berkesinambungan dan terarah akan mampu mencapai hasil penjualan dan keuntungan yang maksimal. Peneliti akan mengemukakan beberapa pendapat dari para ahli pemasaran dan praktisi tentang penelitian promosi, yaitu sebagai berikut : Pengertian promosi menurut Djaslim Saladin dan Yevis Marty Oesman (2002 : 123) : “Promosi adalah suatu komunikasi informasi

penjual dan pembeli yang bertujuan untuk merubah sikap dan tinakah laku pembeli, yang sebelumnya tidak mengenal menjadi mengenal sehingga menjadi pembeli dan mengingat produk tersebut”. Sedangkan pengertian promosi menurut Buchari Alma (2006 : 179) adalah : “Promosi adalah sejenis komunikasi yang memberi penjelasan dan meyakinkan calon konsumen mengenai barang dan jasa dengan tujuan untuk memperoleh perhatian, mendidik, mengingatkan dan meyakinkan calon konsumen”. Promosi merupakan alat komunikasi dan penyampaian pesan yang dilakukan baik oleh perusahaan maupun perantara dengan tujuan memberikan informasi mengenai produk, harga dan tempat. Informasi itu bersifat memberitahukan, membujuk, mengingatkan kembali kepada konsumen, para perantara atau kombinasi keduanya

c. Definisi Media Promosi

Media Promosi merupakan suatu alat untuk mengkomunikasikan suatu produk, jasa, image, perusahaan ataupun yang lain untuk dapat lebih dikenal masyarakat lebih luas. Media promosi yang paling tua adalah media dari mulut ke mulut. Media ini memang sangat efektif, tetapi kurang efisien karena kecepatan penyampainanya kurang bisa diukur dan diperkirakan. Media promosi yang klasik berupa brosur, poster, booklet, leaflet, spanduk, baliho, billboard, neon box, standing banner, kartu nama, kop surat, seragam

pegawai, jam dinding, poster di mobil, piring, iklan di tv, radio, spanduk terbang (ditarik pesawat), balon udara, iklan di media cetak, daftar menu, daftar harga dan sebagainya. Tidak ada satupun media yang sangat tepat. Masing-masing memiliki kelebihan dan kekurangan. Artinya, jika kita hanya menggunakan satu media untuk mempromosikan produk kita, jelas secara pasti efektifitasnya menjadi terbatas.

G. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam menyusun Tugas Akhir ini terbagi menjadi beberapa bab sebagai berikut:

1. Bab I

Pada bab ini merupakan pendahuluan yang berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan dan manfaat, metode pengumpulan data, serta sistematika penulisan.

2. Bab II

Pada bab ini membahas tentang landasan teori yang mencakup tinjauan pustaka, kajian teori serta kerangka berpikir.

3. Bab III

Pada bab ini menerangkan masalah identifikasi data yang diperoleh dari objek penelitian hingga data komparasi dan menghasilkan suatu data analisis.

4. Bab IV

Pada bab ini menjelaskan tentang konsep kreatif kekaryaan dari konsep karya, proses karya, teknik pelaksanaan, pemilihan media hingga visualisasi karya.

5. Bab V

Bab lima ini merupakan akhir dari penulisan yang berisi kesimpulan dan saran.