

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Saat ini dunia Architect telah mengalami masa revolusi yang luar biasa dan telah masuk tahap dimana pasar menghendaki lebih dari sekedar bangunan yang kokoh dan sekedar hubungan mata yang biasa dilihat di majalah dan televisi. Dunia Architect telah menjadi bagian yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat, terutama masyarakat perkotaan. Hal ini memiliki pengaruh besar terhadap perkembangan negara khususnya Indonesia.

Di era persaingan yang sangat ketat, perusahaan dituntut untuk tetap kompetitif. Oleh karenanya, konsultan biasa di-*hire* untuk memberikan *second opinion* dan *outsider perspective*. Perusahaan juga sadar bahwa mereka tidaklah sempurna dalam segalanya. Ketika mereka menyadari bahwa mereka lemah dalam penjualan, saat itu juga mereka memutuskan untuk menggunakan jasa konsultan pemasaran.

Jasa konsultasi, dalam terminologi bisnis, adalah memberikan *advice* kepada klien dengan imbalan sejumlah *fee* tertentu. Klien mereka adalah perusahaan yang membutuhkan *advice* dan skill yang dimiliki oleh konsultan atas permasalahan yang sedang mereka hadapi.

Beberapa perusahaan konsultan memiliki spesialisasi tertentu. Ada yang berkonsentrasi pada bidang pemasaran atau teknologi informasi. Ada pula yang memfokuskan diri hanya pada industri perbankan dan jasa keuangan. Sebagian konsultan menysasar pada pucuk pimpinan pemerintahan saja. Beberapa konsultan hanya memiliki dua orang staff saja. Tetapi beberapa yang lain bisa memiliki ratusan karyawan yang tersebar di berbagai penjuru dunia.

Namun, satu hal yang pasti, konsultan adalah *problem-solver*. "The only product to offer is the ability to make problems go away" satu-satunya produk yang di tawarkan adalah kemampuan untuk membuat permasalahan yang di hadapi bisa terselesaikan.

Berkembangnya komputer "multimedia" yang telah menjadi suatu kebutuhan, bagi kalangan bisnis ataupun kelompok masyarakat lainnya, pada saat ini, menjadikan informasi tidak cukup hanya melalui teks dan grafik saja. Sekarang informasi mencakup kelengkapan teks, grafik, animasi, gambar dan audio/video. Audio/video, gambar, teks, grafik serta animasi telah diaplikasikan dalam berbagai bidang, misalnya untuk bidang pemasaran yang digunakan sebagai salah satu alat yang canggih.

Internet dan berbagai jasa yang berkaitan dengannya adalah perlengkapan yang mengubah secara mendasar struktur dan jasa satelit komunikasi. Terdapat empat kunci pengembangan dalam internet yang mempengaruhi industri satelit komunikasi. Pertama, kebutuhan kapasitas besar untuk pendukung utama (backbone) internet dan penghubung ISP. Kedua, permintaan akses kecepatan tinggi ke internet oleh pengguna-akhir. Ketiga, pengembangan video-on-demand dalam lingkungan internet. Keempat, permintaan untuk akses secara universal dan ke seluruh dunia.

Kelebihan multimedia adalah menarik indera dan menarik minat, karena merupakan gabungan antara pandangan, suara dan gerakan. Lembaga riset dan penelitian computer, yaitu Computer Technology Reseach (CTR), menyatakan bahwa orang hanya mampu mengingat 20 % dari yang dilihat dan 30 % dari yang didengar. Tetapi orang dapat mengingat 50 % dari apa yang dilihat dan di dengar dan 30 % dari yang di lihat, di dengar dan dilakukan sekaligus. Maka multimedia sangatlah efektif. Multimedia menjadi tool yang ampuh untuk pengajaran dan pendidikan serta untuk meraih keunggulan bersaing perusahaan.

Dalam Usia yang relatif muda, BYTS Architect yang merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang Architect, perusahaan ini sudah dapat berpartisipasi dalam proyek - proyek pemerintahan maupun swasta. Hal ini terwujud karena tunjangan oleh tenaga - tenaga muda yang terampil dan berpengalaman serta mempunyai motivasi untuk selalu menyelesaikan setiap pekerjaan dengan hasil memuaskan dalam hal mutu, waktu dan biaya.

Untuk melancarkan strategi promosi membutuhkan beberapa cara dan upaya, salah satu media yang dibutuhkan adalah dengan membuat *website* sebagai bentuk promosi produk/jasa yang merupakan salah satu media yang dapat menyampaikan komunikasi tersebut. *Website* dapat memberikan suatu gambaran (*image*), sehingga memiliki sifat yang lebih komunikatif, dimana unsur-unsur visual yang ditampilkan dapat mendukung perusahaan itu sendiri. *Website* memiliki jaringan yang sangat luas dan dapat diakses ke seluruh pelosok daerah di Indonesia, bahkan lebih luasnya dapat mempromosikan hingga ke seluruh dunia, terlebih lagi pemerintah saat ini sedang menggalakan internet masuk pada setiap daerah.

BYTS Architect berlokasi di Ibu kota, saat ini sarana promosi perusahaan melalui media katalog dan relasi perusahaan, hal ini dinilai kurang efektif dalam mempromosikan perusahaan secara luas, disayangkan karena BYTS Architect merupakan perusahaan yang berpotensi untuk mengembangkan bidang usahanya di Indonesia.

Penggunaan *Website* interaktif sebagai media promosi dirasakan memiliki nilai lebih daripada media lain karena dapat memuat informasi yang lebih memadai mengenai portofolio.

## 1.2 Perumusan dan Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, media promosi yang ideal sebaiknya menggunakan lebih dari satu media. Media Interaktif menjadi salah satu yang paling di perhatikan dikarenakan promosi yang telah dilakukan oleh BYTS Architect selama ini baru berupa media cetak, untuk itu diperlukan media visual lain sebagai sarana promosi dalam hal ini media visualnya berupa *website*.

### 1.2.1. Perumusan Masalah

1. Bagaimana media promosi berperan penting dalam citra perusahaan dengan cara merancang website yang dapat memberi informasi yang komprehensif kepada prospek sasaran.
2. Bagaimana membuat sasaran tertarik oleh produk/jasa yang ditawarkan di *website* dan juga membuat rancangan *website* yang mudah digunakan oleh pengakses/pengguna *website* tersebut.

### 1.2.2. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah yaitu membuat rancangan media promosi melalui jaringan *website* yang dapat menginformasikan tentang keberadaan BYTS Architect sebagai perusahaan konsultan marketing, sekaligus menawarkan produk/jasa perusahaan tersebut.

## 1.3 Maksud dan Tujuan

Promosi yang akan dilakukan BYTS Architect ini merupakan langkah besar, karena dengan *website* sebagai sarana strategi promosi mempunyai maksud dan tujuan untuk memperkenalkan kepada masyarakat luas tentang produk perusahaan yang dikemas di dalam media visual berupa *website*.

### **1.3.1. Maksud**

Promosi yang akan dilakukan BYTS Architect ini merupakan langkah besar, karena dengan pembuatan *website* ini diharapkan jasa dan layanan perusahaan dapat dikenal secara maksimal oleh masyarakat luas.

### **1.3.2. Tujuan**

Dalam penulisan tugas akhir ini, terdapat dua poin tujuan. Yaitu, poin internal dan poin external.

#### **1. Eksternal**

1. Memberikan informasi kepada masyarakat luas sebagai salah satu media yang dapat memperkenalkan jasa dan layanan perusahaan.
2. Memberikan sebuah media informasi baru yang lebih mudah diakses konsumen.
3. Membantu pihak BYTS ARCHITECT dalam mempromosikan jasa dan layanan perusahaan.

#### **2. Internal**

1. Dapat merealisasikan ilmu yang didapat selama dibangku perkuliahan.
2. D3. Dapat menuangkan ide dan gagasan pada pengerjaan tugas akhir ini.
3. Sebagai bentuk dari tugas akhir yang menjadi persyaratan untuk mencapai kelulusan dalam program studi desain multimedia D3.

## 1.4 Pemberi Tugas

Dalam pemberian tugas sebagai pemberi data penanggung jawab atas pembuatan Website ini antara lain :

BYTS Architect

Jl. Perkici XIII Blok EB V/2 Bintaro Sektor 5

Jakarta 15233

Indonesia

Phone: +62-852-7259-7912

Email: info@bytesarchitect.com



Gambar 1.1: Kantor BYTS Architect

## 1.5 Sistematika Penulisan

Kerangka penulisan berupa gambaran umum pembahasan dari tiap bab. Tiap bab memiliki pembahasan yang saling berkaitan, guna membuat penulisan menjadi lebih teratur dari sistematis mengenai rancangan media visual *website*.

### Bab I Pendahuluan

Bab I Pendahuluan menjelaskan mengenai latar belakang masalah dan pokok permasalahan, yang dilanjutkan dengan menerangkan maksud dan tujuan yang berisi alasan membuat website. Dalam bab ini dibahas juga mengenai perumusan dan pembatasan masalah yang menerangkan tentang batasan-batasan masalah yang diangkat untuk dijadikan tugas.

Dilanjutkan dengan sistematika penulisan yang memaparkan apa saja yang tercantum dalam laporan ini.

## **Bab II Analisa Masalah**

Bab II Analisa Masalah menjelaskan mengenai subjek penelitian yang didukung penjelasan teori-teori yang mendukung dalam penelitian. Bab ini juga menjelaskan tinjauan masalah yaitu menerangkan permasalahan yang diangkat, serta relevansi antara tugas yang digarap dengan maksud dan tujuan dari permasalahan yang diangkat. Selain itu bab ini memaparkan segmentasi yaitu berupa target sasaran yang dituju.

## **Bab III Pemecahan Masalah**

Bab III Pemecahan masalah berisi tentang konsep desain yaitu berisi materi yang akan digunakan dalam konsep visual, serta konsep visual yaitu memvisualisasikan dari materi konsep desain dan proses produksi yang menjelaskan langkah-langkah yang dilakukan dalam penggarapan tugas.

## **Bab IV Rincian Tugas**

Bab IV kesimpulan Rincian Tugas yaitu membahas secara teknis mengenai pembuatan tugas akhir ini. Dalam Bab ini akan dijelaskan mengenai media dan software apa saja yang digunakan dalam hal apa *software* tersebut digunakan penulis dalam pembuatan *website* ini.