

BAB II

ANALISIS MASALAH

2.1 Tinjauan Teori

Teori yang akan dibahas pada bab ini ada teori-teori pendukung dan penjas yang menjadi landasan terhadap judul yang penulis angkat berupa materi ilmu yang bersifat teoritis berdasarkan dari referensi pengetahuan kepustakaan yang telah disesuaikan untuk kepentingan penulisan.

2.1.1 Teori Multimedia

Multimedia diambil dari kata multi dan media. Multi berarti banyak dan media berarti media atau perantara. Multimedia adalah gabungan dari beberapa unsur yaitu teks, grafik, suara, video dan animasi yang menghasilkan presentasi yang menakjubkan. Multimedia juga mempunyai komunikasi interaktif yang tinggi. Bagi pengguna komputer multimedia dapat diartikan sebagai informasi komputer yang dapat disajikan melalui audio atau video, teks, grafik dan animasi.

“Multimedia adalah kombinasi dari komputer dan video (Rosch, 1996) atau Multimedia secara umum merupakan kombinasi tiga elemen, yaitu suara, gambar dan teks (McCormick 1996) atau Multimedia adalah kombinasi dari paling sedikit dua media input atau output dari data, media dapat audio (suara, musik), animasi, video, teks, grafik dan gambar (Turban dkk, 2002) atau Multimedia merupakan alat yang dapat menciptakan presentasi yang dinamis dan interaktif yang mengkombinasikan teks, grafik, animasi, audio dan gambar video (Robin dan Linda, 2001). Multimedia adalah pemanfaatan komputer untuk membuat dan menggabungkan teks,

grafik, audio, gambar bergerak (video dan animasi) dengan menggabungkan link yang memungkinkan pemakai melakukan navigasi, berinteraksi, berkreasi dan berkomunikasi. Dalam definisi ini terkandung empat komponen penting multimedia. Pertama, harus ada komputer yang mengkoordinasikan apa yang dilihat dan didengar. Kedua, harus ada link yang menghubungkan pemakai dengan informasi. Ketiga, harus ada alat navigasi yang membantu pemakai menjelajah jaringan informasi yang saling terhubung. Keempat, multimedia menyediakan tempat kepada pemakai untuk mengumpulkan, memproses, dan mengkomunikasikan informasi dengan ide. Jika salah satu komponen tidak ada, bukan multimedia dalam arti luas namanya. Misalnya, jika tidak ada komputer untuk berinteraksi, maka itu namanya media campuran, bukan multimedia. Kalau tidak ada alat navigasi yang memungkinkan untuk memilih jalannya suatu tindakan maka itu namanya film, bukan multimedia. Demikian juga kita tidak mempunyai ruang untuk berkreasi dan menyumbangkan ide sendiri, maka nama televisi, bukan multimedia. Dari beberapa definisi di atas, maka multimedia ada yang online (Internet) dan multimedia ada yang offline (tradisional).”

2.1.2 Teori Website

Website, in computer science, file of information located on a server connected to the World Wide Web (WWW). The WWW is a computer-based network of Information resources that combines text ad multimedia. The information on the World Wide Web can be accessed and searched through the internet, a global computer network, websites may include text, Photographs, illustrations, video, music or computer programs.

(Microsoft® Encarta Reference Library 2007. © 1993-2007 Microsoft Corporation. All Right Reserved)

- **Fungsi *website***

Berikut fungsi fungsi *website* berdasarkan isi dan kegunaannya :

1. Dasar

Secara dasar *website* disediakan untuk publikasi informasi. Adapun informasi yang akan disediakan adalah beraneka ragam dari *profile* pribadi hingga *company profile*.

2. Mesin Pencari (*Search Engine*)

Search Engine adalah situs yang menyediakan mesin pencari. Mesin pencari secara otomatis mencari dan menyimpan data-data situs yang beredar di internet. Materi yang dapat dicari adalah segala sesuatu yang tergabung di dalam *website* yang terhubung di internet, seperti mencari sebuah alamat *website*, *file-file* multimedia dan grafis yang terkandung di dalam *website*. Situs-situs berlomba-lomba untuk menduduki tempat tertinggi untuk dapat dicari oleh *search engine*.

3. Portal

Situs jenis portal merupakan pintu gerbang bagi situs lain seperti halnya *search engine*, tetapi di dalam portal situs-situs tersebut lebih disusun untuk disajikan. Berbeda dengan *search engine* situs-situs tersebut bukan dicari datanya secara otomatis oleh mesin pencari tetapi disimpan dan dikelola oleh pengelola portal secara *dictionary*. Umumnya portal besar juga menyediakan layanan internet lain seperti *email* bagi *member* dan lain-lain.

4. Blog

Blog merupakan buku harian yang *ter-publish* di internet. Seorang pengelola blog dapat dengan bebas menuangkan pikirannya dalam bentuk tulisan ke dalam *website* ini. Tulisan tersebut selanjutnya disimpan di *database* dan di-*publish* di

internet. Fungsional situs ini adalah publikasi dalam bentuk artikel di internet.

5. Jaringan

Situs jenis jaringan adalah situs penyedia yang menampung *member* untuk membentuk suatu komunitas, sehingga *member* di dalam *website* tersebut dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran. *Website* ini sesama *member* dapat saling berkenalan dan menjalin relasi satu sama lain. Fokus situs ini adalah *friend relationship* atau berteman dan berkomunitas di dalam internet.

6. Forum

Forum adalah situs *membership* seperti *networking* juga, tetapi tidak berfokus pada pertemanan seperti situs jaringan. Situs ini lebih berfokus sebagai ajang diskusi di internet. Dalam forum, bentuk tulisan diskusi yang ditampilkan oleh member di organisasikan dengan lebih baik. Tujuan situs ini adalah wadah saling bertukar pikiran dalam diskusi.

7. Berita

Situs yang mengelola berita untuk di publikasi ke internet. Pengelola *website* dapat mengelola yaitu antara lain menulis dan memmanage berita. Kemudian pengguna internet dapat melihat informasi berita tersebut melalui *website*.

8. Galeri

Menyediakan fasilitas publikasi foto dan gambar secara *online*. Pengelola *website* dapat menyimpan foto atau gambar yang diinginkan lalu dikategorikan dan diatur setelah itu dipublikasi.

9. Komersial

Adalah situs yang bertujuan untuk melakukan perdagangan melalui media internet. Pengelola dapat mengorganisir

barang-barang yang ingin dijual lalu mempublikasikan secara *online* beserta harganya, serta disediakan juga transaksi *online* melalui *website* ini.

- **Bentuk website**

Bentuk *website* dibagi dalam dua bagian berdasarkan tampilannya:

1. *Web Statis* adalah *web* yang berisi informasi-informasi yang bersifat statis (tetap) tampilannya banyak mengandung grafis.
2. *Web Dinamis* adalah *web* yang berisi informasi yang bersifat dinamis (berubah-ubah) tampilannya banyak mengandung data dan seringkali diubah.

(<http://artikelheri09.co.cc/seo/web-statis-vs-web-dinamis-pada-seo.html> - 09:10Am 13.10.10)

2.2 Tinjauan Masalah

2.2.1 Website Corporate BYTS Architect

Hampir setiap perusahaan yang berinteraksi dengan publik memiliki *website corporate*. Perusahaan-perusahaan besar biasanya mempertahankan situs satu payung perusahaan untuk semua dari berbagai jasa atau produk mereka dan juga mencantumkan anak perusahaan mereka. Seorang konsultan pemasaran bekerja untuk membuat dan menerapkan rencana pemasaran yang lengkap dengan strategi berpusat pada misi bisnis dan penawaran layanan dan produk.

BYTS Architect mempunyai keinginan agar setiap harapan dan tujuan klien mengenai objek yang diinginkan dapat terwujud, untuk itu pemahaman atas kebutuhan dan harapan klien menjadi faktor utama yang dijadikan pertimbangan dalam setiap pelaksanaan dalam proyek-proyek

BYTS ARCHITECT. Oleh karena itu perusahaan BYTS ARCHITECT mempunyai visi dan misi :

- VISI ; Menjadi perusahaan penyedia jasa jasa dalam perencanaan dan pelaksanaan pembangunan dengan di tunjang Quality Management yang memberikan Total Quality Service bagi pengguna jasa di seluruh Indonesia.
- MISI ; Menghasilkan jasa perencanaan dan membantu proyek-proyek sipil maupun swasta yang mampu bersaing di pasar global dengan memberikan pelayanan terbaik untuk pelanggan.

Hirarki perusahaan BYTS Architect dapat di paparkan sebagai berikut :

Pendiri dan Architect : Supriyadi

Pendiri dan Architect : Muhammad Wadi Kurnia

Perusahaan BYTS Architect ingin menunjukkan eksistensinya, media yang saat ini digunakan untuk mempromosikan produknya yaitu hanya berupa katalog produk dan referensi dari relasi saja. *Website Corporate* merupakan website yang berbeda dari situs-situs website pada umumnya dan berbeda juga dari perdagangan elektronik, portal atau situs *engine* yang dalam isinya website ini memberikan informasi kepada publik tentang perusahaan daripada bertransaksi atau memberikan jasa lainnya.

Pembuatan website BYTS Architect memiliki beberapa kendala diantaranya adalah pada saat riset (pengumpulan data), pihak perusahaan ini kurang bekerjasama dalam pemberian materi-materi yang akan di tuangkan pada website corporate BYTS Architect, seperti dalam pemberian foto-foto dan data-data (*text*). *Website* perusahaan ini merupakan pilihan media baru BYTS Architect dalam sarana mempromosikan produk/jasanya, Berdasarkan landasan teori yang

digunakan, maka corporate website yang di inginkan yaitu berupa sebuah *website* yang dapat memberikan gambaran dan memberikan informasi dari BYTS Architect.

2.2.2 Segmentasi

Website ini dibuat berdasarkan pada sasaran masyarakat yang dituju. Untuk lebih mempermudah, maka sasaran masyarakat dikelompokkan (segmentasi) ke dalam beberapa kelompok, yaitu:

SES
Kalangan investor baik swasta maupun pemerintah.

Tabel 2.1 : Tabel SES

Aspek Sosialogis
Seluruh kalangan pengusaha yang menggunakan internet.

Tabel 2.2 : Tabel Aspek Sosialogis

Segmentasi Berdasarkan Aspek Demografi

Aspek Demografis	Uraian
Usia	20 – 60 tahun
Jenis Kelamin	Laki-laki dan Perempuan
Pendidikan	Minimal SMA dan sederajat
Agama	Semua Agama
Ras	Berbagai Ras

Tabel 2.3 : Tabel Aspek Demografis

2.2.3 Analisis SWOT

Analisa SWOT BYTS Architect dilakukan untuk mengukur tingkat faktor eksternal dan faktor internal. Faktor eksternal berupa kelemahan dan ancaman terhadap BYTS Architect dan dapat diantisipasi oleh faktor internal dengan memprediksi peluang perubahan strategi bisnis.

a. Strength (Kekuatan)

BYTS Architect memiliki kekuatan untuk bersaing dengan perusahaan lain, kekuatan yang dimiliki BYTS Architect adalah:

1. Kualitas produk (jasa/pelayanan) yang baik.
2. Memiliki harga produk yang sedikit lebih murah dari perusahaan lain.

b. Weakness (Kelemahan)

BYTS Architect juga memiliki kelemahan dalam perusahaan sendiri :

1. Masih terbatasnya tenaga produksi
2. Kurangnya sarana promosi perusahaan

c. Opportunity (Peluang)

BYTS Architect dapat memanfaatkan peluang-peluang untuk perkembangan perusahaan sendiri, peluang yang dapat dimanfaatkan adalah:

1. Semakin banyak kebutuhan dalam perkembangan pembangunan di Indonesia.
2. Perkembangan teknologi sehingga produk pada saat sekarang dapat dipasarkan lebih interaktif.

d. Threat (Ancaman)

BYTS Architect perlu memperhatikan ancaman-ancaman dari luar yang dapat mengancam perkembangan dan kelangsungan perusahaan, ancaman-ancaman tersebut adalah:

1. Ada perusahaan lain yang mempromosikan jasa/layanan secara *online*.
2. Masih adanya tempat - tempat yang belum tersedia akses internet.

2.2.4 Matriks SWOT

INTERNAL EKSTERNAL	<u>Strength (S)</u> 1. Kualitas produk (jasa/pelayanan) yang baik . 2. Memiliki harga produk yang lebih murah dari perusahaan lain.	<u>Weakness (W)</u> 1. Masih terbatasnya tenaga produksi. 2. Kurangnya sarana promosi perusahaan
	<u>Opportunity (O)</u> 1. Semakin banyak kebutuhan dan perkembangan perusahaan di Indonesia. 2. Perkembangan teknologi yang pesat sehingga produk pada saat sekarang dapat dipasarkan lebih interaktif.	<u>Strategi S – O</u> 1. Mengadakan kerja sama dengan lembaga atau investor dalam bidang pembangunan infrastruktur. 2. Menyediakan saran informasi produk secara online.
	<u>Threat (T)</u> 1 Banyak perusahaan lain yang mempromosikan jasa/layanan secara online. 2 Masih adanya tempat - tempat yang belum tersedia akses internet.	<u>Strategi S – T</u> 1. Memperbanyak sarana promosi. 2. Mengadakan kerjasama dengan lembaga maupun investor dalam bidang/jasa perusahaan.
		<u>Strategi W – T</u> 1. Membuat website yang baik dalam menyampaikan informasi 2. Membuat artikel pada website yang berhubungan dengan jasa/pelayanan perusahaan.

Tabel 2.4 Matriks SWOT

a. Kesimpulan Strategi

BYTS Architect memiliki produk (jasa/layanan) yang berkualitas baik namun dengan harga yang bisa di sesuaikan, namun tidak begitu baik dalam ketersediaan tenaga produksi dan promosi perusahaan.

b. Prioritas Strategi

Analisa yang telah dilakukan, maka kiranya prioritas yang dapat dilakukan BYTS Architect, antara lain:

1. Mencoba media–media baru untuk sarana pemasaran produknya, pada kesempatan kali ini perusahaan Membuat website yang baik dalam menyampaikan informasi perusahaan.
2. Mengadakan kerjasama dengan lembaga maupun investor dalam bidang jasa/produk perusahaan.
3. Menambah tenaga produksi untuk meningkatkan kuantitas produksi yang dihasilkan

2.3 Relevansi

Setelah melihat permasalahan dan menyelami perusahaan ini lebih lanjut, perusahaan BYTS Architect sedang melakukan peningkatan promosi dalam pelayanan jasa dan produknya, strategi promosi yang telah dilakukan oleh BYTS Architect baru hanya sebatas menggunakan media relasi dan media cetak dalam hal ini baru memasarkan melalui katalog perusahaan, sehingga jangkauan pemasaran menjadi terbatas dan eksistensinya pun menjadi kurang diketahui oleh kalangan luas, maka sangat disayangkan apabila potensi dan kualitas produksi/jasa yang dimiliki oleh perusahaan ini tidak dapat diketahui dan belum bisa berkembang lebih jauh.

Oleh sebab itu, maka penulis mencoba membuat sebuah media promosi baru yang efektif serta menarik bagi orang-orang agar mengetahui keberadaan perusahaan BYTS Architect. Atas landasan itu perusahaan ini memilih media visual baru berupa *website* sebagai sarana promosi perusahaan BYTS Architect. Harapan dari pembuatan *website* ini yaitu sebagai sarana pemberian informasi mengenai keberadaan perusahaan ini, mengenalkan juga jasa/produk yang dimiliki oleh perusahaan ini, yang pada akhirnya *website* ini juga diharapkan meningkatkan penjualan produk (jasa/layanan) yang ditawarkan BYTS Architect.