



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pembangunan di Indonesia berkembang semakin pesat, terbukti dari data yang diberikan oleh Kementerian Keuangan bahwa realisasi anggaran pembangunan infrastruktur di Indonesia dari tahun 2010 sampai tahun 2015 mengalami peningkatan yang semula 86 triliun menjadi 189,7 triliun. Data tersebut menunjukkan kenaikan anggaran sebesar 120%. (www.dpr.go.id, diakses pada 19 Januari 2016 pukul 11.05)

Pembangunan infrastruktur terus-menerus dilakukan terutama di kota-kota besar seperti Jakarta. Hal ini juga mempengaruhi perkembangan perusahaan konstruksi. Selaku eksekutor dalam pembangunan, perusahaan konstruksi membutuhkan bahan bangunan dan alat berat. Namun, banyak perusahaan konstruksi yang memutuskan untuk menyewa alat berat daripada harus membeli sendiri. Hal ini terjadi karena beberapa faktor, seperti biaya pemeliharaan alat yang terbilang mahal. Alat yang dibutuhkan diantaranya *crane, forklift, tandem truck*, dan lain sebagainya.

PT Sani Citra merupakan salah satu perusahaan rental alat berat yang didirikan oleh Sayed Hasyim sejak tahun 1989. Semula perusahaan ini berada di Pekanbaru dan cukup terkenal di wilayah Duri, Riau. Di Riau, perusahaan

ini lebih fokus pada klien-klien pertambangan. Kini PT. Sani Citra membuka kantor cabang di Cempaka Putih, Jakarta Pusat. Dengan harapan PT. Sani Citra mampu menembus kebutuhan pasar kontraktor di Jakarta. Dalam perjalanannya, PT. Sani Citra menyewakan alat berat yang dibutuhkan kontraktor dengan merek yang berkualitas tinggi karena perusahaan ini mengedepankan kualitas alat-alatnya. Harga yang ditawarkan juga relatif murah jika dibandingkan dengan kompetitornya.

PT. Sani Citra membutuhkan media informasi dan promosi yang paling efektif dan sesuai dengan target pasarnya, namun belum memiliki media tersebut. Yang dilakukan hanya mengandalkan strategi *door to door*, dan penyampaian informasi serta promosi melalui *e-mail*. Sementara kompetitornya di Jakarta sudah mengikuti perkembangan teknologi dengan memaksimalkan media internet berupa *website* perusahaan sebagai sarana informasi dan promosi.

Berdasarkan data survei *www.webhosting.info*, pada tahun 2015 tercatat lebih dari 200.000 pelanggan *hosting* untuk *website* dengan berbagai kebutuhan. Sebagian besar pelanggan tersebut adalah perusahaan. *Website* menjadi pilihan bagi berbagai jenis perusahaan karena *website* merupakan media yang tidak pernah tidur, dapat diakses serta diperbarui kapanpun dan dimanapun. Dulu, hanya perusahaan besar yang memiliki *website*, berbeda dengan sekarang dimana perusahaan kecil dan menengah telah memilih

website sebagai media informasi dan promosi mereka. *Website* juga dianggap mampu menginterpretasikan identitas dan kredibilitas perusahaan.

Fenomena tersebut membuat PT. Sani Citra juga membutuhkan *website* sebagai media informasi dan promosi yang mampu memenuhi kebutuhan klien dan calon klien yang selama ini belum terpenuhi agar PT. Sani Citra mampu bersaing dengan kompetitornya di Jakarta.

Oleh karena itu, penulis mengajukan perancangan desain media informasi dan promosi berupa *website* yang informatif dan efektif bagi PT. Sani Citra. Penulis meneliti dan merancang sesuai judul yang telah ditentukan “Perancangan Website PT. Sani Citra”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah penulis paparkan diatas, penulis mengajukan rumusan masalah sebagai berikut.

Bagaimana merancang *website* yang informatif untuk mempromosikan PT. Sani Citra sebagai perusahaan rental alat berat?

1.3. Batasan Masalah

Adapun batasan masalah pada tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

Penulis hanya akan membahas perancangan *website* PT. Sani Citra sesuai dengan target pasarnya, yaitu kontraktor dewasa muda dan dewasa yang berdomisili di Jakarta.

1.4. Tujuan Tugas Akhir

Berdasarkan rumusah masalah diatas, tujuan tugas akhir ini adalah sebagai berikut.

1.4.1. Tujuan Umum

Merancang media promosi berupa *website* yang informatif dan sesuai dengan target pasar PT. Sani Citra.

1.4.2. Tujuan Khusus

Salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Desain.

1.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam proses pembuatan Tugas Akhir ini, penulis menggunakan teori Kothari dalam bukunya yang berjudul *Research Methodology: Method and Techniques* (2004:95) sebagai berikut.

a. Metode Wawancara

Penulis melakukan sesi wawancara kepada pemilik PT. Sani Citra untuk mengetahui profil perusahaan, kegiatan pemasaran yang selama ini

dilakukan oleh perusahaan, dan informasi yang ingin disampaikan untuk mendukung kegiatan pemasaran.

b. Metode Kuesioner

Penulis akan menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang pernah mengakses *website* perusahaan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui *website* seperti apa yang diminati dan mudah diakses oleh *user*.

c. Metode Observasi

Penulis akan melakukan observasi langsung dengan melakukan pengamatan terhadap *website-website* perusahaan lain yang juga bertujuan *business to business*. Kemudian, penulis akan mengamati apa saja informasi mengenai suatu perusahaan yang dicari oleh konsumen pada suatu *website*. Selain itu, penulis juga meneliti bagaimana desain *website* yang informatif dan menarik.

d. Analisa SWOT

Penulis melakukan analisa SWOT untuk mengetahui sejauh mana potensi dan kelemahan PT. Sani Citra dibanding dengan pesaingnya.

e. Studi Literatur

Penulis mencari data-data akurat melalui buku-buku yang berhubungan dengan penelitian ini. Metode ini dapat diambil melalui buku, *e-book*, dan melalui media internet guna mendukung pengumpulan data.

1.6. Metode Perancangan

Terdapat lima fase dalam proses desain yang akan penulis gunakan (Landa, 2013) yaitu *Orientation, Analysis, Conception, Design, dan Implementation*.

Berikut penjabarannya,

1. *Orientation*

Perancangan dimulai dengan mempelajari lebih dalam mengenai topik serta pokok permasalahannya. Pada tahap ini penulis mengumpulkan sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan sudut pandang yang masih relevan. Kemudian penulis dapat menemukan peluang untuk menemukan solusi. Dalam laporan tugas akhir ini, tahap *Orientation* terdapat dalam Bab 1 sampai Bab 3.

2. *Analysis*

Pada tahap ini, penulis menganalisis seluruh informasi yang diperoleh di tahap orientasi untuk dijadikan *creative brief* dan mulai menyusun rencana untuk mencapai tujuan. Pada perancangan *website*, metode perancangan sebuah *website* juga dapat ditambahkan. Tahap ini terdapat secara rinci dalam Bab 4: Perancangan.

3. *Conception*

Setelah memperoleh pesan utama, *desire response*, dan mengetahui cara yang tepat dalam menyampaikan pesan, selanjutnya penulis menyusun

konsep visual. Dalam tahap ini, penulis telah menemukan pesan utama yang ingin disampaikan (*insight*), namun belum menemukan solusinya untuk menerapkan dalam visual. Oleh karena itu diperlukan proses kreatif seperti, *mind mapping*, *brainstorming*, dan lain sebagainya.

4. *Design*

Selanjutnya penulis melakukan proses desain. Proses ini dapat berbeda-beda tergantung dari masing-masing desainer. Bisa dimulai dengan *thumbnail sketch*, sketsa hitam putih. Kemudian dilanjutkan dengan *Rough sketch*, sketsa dari ide-ide pilihan yang dapat direalisasikan ke dalam bentuk desain akhir. Tahap terakhir dalam desain adalah pembuatan *mock-up* atau *dummy*.

5. *Implementation*

Tahap terakhir ialah implementasi karya visual ke dalam bentuk yang sebenarnya. Biasanya melalui tahap produksi dan distribusi untuk *print media*, sementara untuk perancangan *website* dan media digital lainnya dapat di *upload* ke dunia maya yang siap untuk dipublikasikan.

1.7. Skematika Perancangan

