

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1.Latar Belakang

Di zaman era globalisasi ini media promosi merupakan sarana untuk memperkenalkan atau mempromosikan produk. Media akan lebih baik jika dapat memberikan informasi kepada *audience* yang telah dirancang dengan jumlah sebanyak mungkin. Dengan semakin meningkatnya para pelaku usaha dibidang *Digital Marketing*, membuat semakin mudah pula untuk mempromosikan atau memasarkan barang atau jasanya tersebut. Segala jenis penjualan dan pembelian sekarang berbasis *online* dan semakin lebih mudah dan cepat. Dalam satu genggam tangan alat komunikasi saja kita sudah dapat mendapatkan barang atau jasa yang kita inginkan. Menurut Purwana dkk (2017) Tren pemasaran modern ini lebih prospektif dikarenakan calon pelanggan potensial dapat dituju dengan penerapan strategi dan inovasi yang tepat. Pelayanan melalui media digital terbukti meningkatkan kepercayaan dari pelanggan, dimana kepercayaan ini akhirnya bermuara pada peningkatan reputasi perusahaan (Boer & Hendrastuti, 2018). Demikian halnya promosi yang ingin dilakukan oleh Skena Planner, pemilihan media promosi yang tepat dapat meningkatkan jumlah konsumen. Kurangnya media *digital* yang memberikan ruang interaksi, informasi, promosi, dan kepercayaan terhadap konsumen secara langsung. Untuk saat ini Skena Planner hanya memfokuskan *Instagram* sebagai media promosi. *Website* dipilih oleh penulis karena memiliki beberapa keunggulan diantaranya dapat menampung informasi dan dapat menjangkau jaringan yang lebih luas. Menurut Faustina (2019) dalam penelitiannya menyatakan bahwa penggunaan *website* sangat mempengaruhi intensi pembelian pada sebuah perusahaan. Kemudian komunikasi yang digunakan hanya melalui *Direct Message Instagram* serta *Whatsapp*. Berdasarkan wawancara dengan salah satu owner Skena Planner yaitu Yansen Christian Koesvianto kesimpulan yang didapat adalah untuk saat ini klien yang mengetahui jasanya hanya melalui sosial media khususnya Instagram, dari paket jasa yang ditawarkan klien juga cenderung berkomunikasi dan melakukan pemesanan jasa melalui *direct message* ataupun via *whatsapp*. Kemudian pembayaran yang dilakukan biasanya klien konfirmasi dengan mengirim bukti *transfer* ke *Whatsapp*. Kepercayaan dari klien terhadap Skena Planner juga sering dipertanyakan meskipun portofolio yang sudah terlihat di Instagram telah bagus dan tampak profesional.

Dengan adanya *website* sebagai *Digital Media Communication* maka akan meningkatkan kepercayaan serta profesionalitas terhadap jasa yang ditawarkan oleh Skena Planner.

*Digital marketing communication* dapat menghubungkan pelanggan dari seluruh dunia. Lingkup yang sangat luas membuat *digital marketing communication* sebagai kegiatan promosi yang efisien sekaligus murah. Karena dapat merambah pasar secara global tanpa dibatasi oleh waktu maupun geografis. Media *digital* dapat digunakan untuk melakukan interaksi dengan *customer* maupun potensial *customer*, sehingga banyak juga perusahaan memahami tren terkini yang diminati masyarakat (Ruliana dkk., 2019). Saat ini bahkan perusahaan yang bersifat tradisional pun mulai beralih ke pemasaran *digital* guna mempertahankan daya saing dengan perusahaan yang lebih modern (Mohansyah & Parani, 2018).

Skena Planner adalah sebuah agensi digital yang mengerjakan semua hal yang berhubungan dengan digital marketing. Mulai dari *social media management*, *branding*, desain, iklan *digital*, foto, *video*, dan *website*. Agensi ini mulai aktif pada bulan februari tahun 2020 (dua ribu dua puluh) dibawah naungan (PT. Kakatoo Digital Media). Dari pemahaman hebatnya kekuatan media *online* yang dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen. Oleh karena itu dari penjabaran diatas peneliti akan merancang sebuah *website* sebagai media strategi *digital marketing* Skena Planner, sehingga tujuan perancangan *website* ini adalah untuk mempermudah penyampaian informasi dan melakukan promosi yang dapat meningkatkan tingkat efektifitas dan efisiensi pemasaran yang secara tidak langsung dapat menaikkan *traffic* pengunjung dan memberikan kepercayaan konsumen terhadap jasa dari agensi Skena Planner meningkat. Karena *website* adalah media *digital* yang tidak terikat dengan waktu sehingga dapat dikunjungi kapan saja dan dimana saja.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

1. Kurangnya orang yang mengetahui mengenai agensi Skena Planner berdasarkan data analisis yang dilakukan oleh penulis kepada 133 orang responden, 74,4% diantaranya belum mengetahui tentang agensi Skena Planner.
2. Skena Planner ingin memperluas target pasarnya dengan media *website* agar terlihat lebih profesional. Berdasarkan wawancara dengan pemilik Skena Planner pelaku bisnis yang menggunakan jasanya adalah pelaku bisnis menengah kebawah.

3. Skena Planner masih belum mempunyai media pemesanan yang efektif untuk jasa yang ditawarkan, karena media komunikasi yang digunakan saat ini hanya melalui direct message instagram dan juga whatsapp saja. Belum menggunakan *website* sebagai media yang dapat mempermudah penyampaian informasi dan promosi.

### **1.3.Rumusan Masalah**

- Bagaimana merancang *website* Skena Planner sebagai media pemasaran digital yang menarik dan informatif?.

### **1.4.Batasan Masalah**

Untuk membatasi riset agar tidak melebar serta mengingat waktu dan tenaga yang dibutuhkan, maka penulis membatasi ruang lingkup penelitiannya sebagai berikut :

- a. Topik perancangan ini hanyalah berfokus untuk membuat *website* Skena Planner sebagai strategi *digital marketing*.
- b. Survei yang dilakukan hanya berfokus kepada pelaku bisnis yang belum mempunyai visual yang menarik dalam media promosinya.
- c. Konten yang dimasukkan kedalam *website* hanyalah konten dari Skena Planner.
- d. *Software* yang digunakan untuk membuat *website* ini adalah Wordpress, yang dimana *software* ini merupakan *software* untuk membuat aplikasi tanpa bahasa pemrograman.
- e. Hanya merancang *User Interface* dan *User Experience* sebuah *website* saja.

### **1.5.Tujuan Perancangan**

- Membuat *website* yang dapat menjadi sarana promosi dan juga komunikasi yang efisien untuk agensi Skena Planner.
- Memperkenalkan agensi Skena Planner sebagai jasa yang memang berkualitas dan profesional.
- Memudahkan kedua belah pihak yaitu konsumen dalam memesan sebuah jasa dan Skena Planner sebagai agensi yang memasarkan jasanya ke masyarakat luas.

## 1.6 Manfaat Perancangan

Manfaat perancangan ini adalah untuk membuat *website* sebagai media promosi untuk Skena Planner menjual jasa mereka dengan mudah. Dengan konsep *website* yang memang ditujukan langsung bagi umkm sehingga *website* ini menarik untuk digunakan.

- Agar agensi Skena Planner terlihat lebih professional.
- Agar memudahkan agensi Skena Planner dalam menjangkau konsumen yang lebih luas.
- Agar agensi Skena memiliki platform *website* nya sendiri.
- Agar konsumen lebih mudah dalam menyewa jasa dari agensi Skena Planner.
- Agar konsumen lebih percaya dengan kinerja dari agensi Skena Planner.
- Agar konsumen dapat memberikan nilai terhadap jasa yang telah digunakan.
- Agar hasil dari perancangan strategi *digital marketing* Skena Planner berbasis *website* ini dapat memberi manfaat dalam bidang Desain Komunikasi Visual.